



Biel
Nutzungsstrategie
Schmieden- und Untergasse

Januar 2016



Erstellt im Auftrag von:

Stadt Biel
Kontakt:
Julien Steiner
Vice-chancelier / Vize-Stadtschreiber
Chancellerie municipale / Stadtkanzlei
Pont-du-Moulin 5 / Mühlebrücke 5
2501 Biel/Bienne
T: +41 (0)32 326 11 25
julien.steiner@biel-bienne.ch
www.biel-bienne.ch



Netzwerk Altstadt
Schweizerische Vereinigung für Landesplanung VLP-ASPAN
Sulgenrain 20
CH-3007 Bern
www.netzwerk-altstadt.ch
034 423 43 20

Autoren:
Christof Tscharland
Andreas Madianos
Mitarbeit:
Paul Dominik Hasler

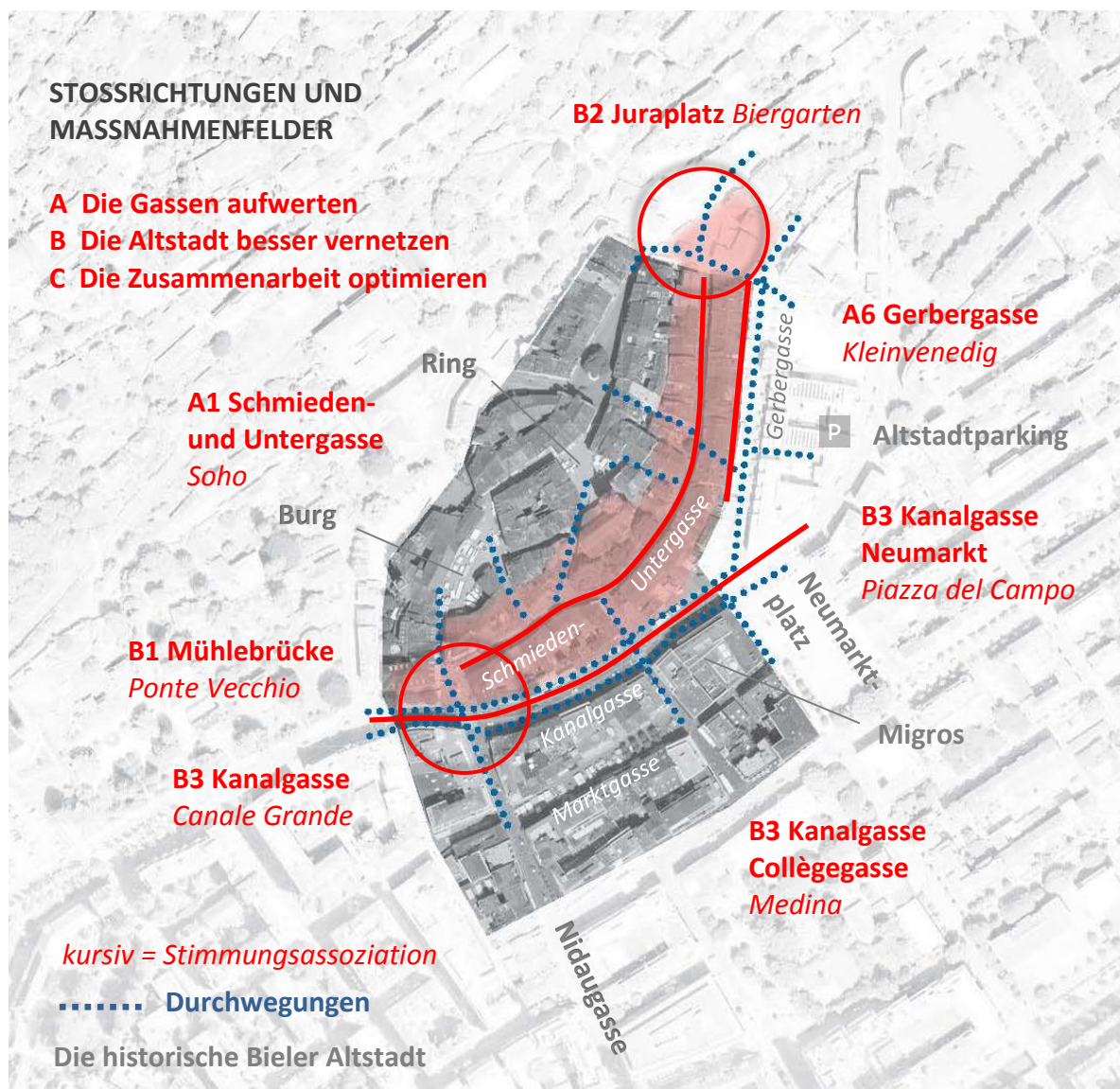
Solothurn, Januar 2016

Zusammenfassung

Das Netzwerk Altstadt wurde von der Stadt Biel beauftragt, mittels einer «Stadtanalyse» und einer «Nutzungsstrategie» Entwicklungsperspektiven für die Altstadt, insbesondere die Schmieden- und Untergasse aufzuzeigen und einen Prozess in Gang zu bringen. Anlass war die damals anstehende und inzwischen laufende Strassenraumsanierung der beiden Gassen. Diese massiven baulichen Eingriffe erfolgten aus technischen Gründen (Erneuerung der Werkleitungen), boten aber auch Anlass, die Rolle der Gassen zu klären und langfristige Anliegen punkto Gassenraumgestaltung zu thematisieren.

Die Stadtanalyse wurde im Juni 2015 fertiggestellt. Die Nutzungsstrategie wurde im Anschluss erarbeitet. Die Nutzungsstrategie macht folgende Handlungsempfehlungen in Form von Stossrichtungen und Massnahmenfeldern:

Stossrichtungen und Massnahmenfelder, Karte



Die in der Begleitgruppe involvierten Vertreter der Stadt und der Altstadt verpflichten sich gegenseitig alles zu unternehmen, damit die Massnahmen umgesetzt werden. Ende 2017 werden sie einem Controlling unterzogen und die Umsetzung wird allenfalls neu justiert.

Stossrichtungen und Massnahmenfelder, Tabelle

Stossrichtungen	Massnahmenfelder
A Die Gassen aufwerten	A1 Attraktivierung Schmieden- und Untergasse
	A2 Inwertsetzen von Gebäuden in der Schmieden- und Untergasse
	A3 Verkehrsregime optimieren
	A4 Ruhenden Verkehr in der Altstadt besser organisieren
	A5 Öffentliche Beleuchtung verbessern
	A6 Kanal Gerbergasse öffnen
B Die Altstadt besser vernetzen	B1 Situation Mühlebrücke verbessern
	B2 Juraplatz umgestalten
	B3 Querung Kanalgasse erleichtern
	B4 Signaletik Fokus Altstadt verbessern
C Die Zusammenarbeit optimieren	C1 Regelmässiger Info-Austausch
	C2 Immoplattform für Altstadtliegenschaften führen
	C3 Kommunikation in Medien zur Altstadt sicherstellen

Das Ergebnis des Bearbeitungsprozesses in Zusammenarbeit mit der Begleitgruppe (Stadt und Altstadtvertreter), den Liegenschaftsbesitzern und Gewerbetreibenden kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Die Bewohner und Geschäfte in den Gassen sind sich der ausserordentlichen städtischen Qualitäten bewusst.
- Im Zentrum der Umgestaltung der Schmieden- und Untergasse soll eine höhere Aufenthaltsqualität in den Gassen stehen. Man sieht darin einen Mosaikstein, um die Lebensqualität zu halten oder zu erhöhen.
- Man ist sich einig, dass mit der Umgestaltung der Schmieden- und Untergasse ein neues Verkehrsregime (Begegnungszone) eingeführt werden muss.
- Nicht wirklich bewusst sind sich die Hauseigentümer, dass zunehmend die Obergeschosse die Liegenschaften finanziell tragen müssen. Das erfordert Investitionen in die Wohnnutzung.
- Potenziale werden mit der Öffnung des Kanals in der Gerbergasse, sowie bei den Zugängen bei der Mühlebrücke und dem Juraplatz erkannt, aber auch die verbesserte Querung der Kanalgasse wird als wichtige Aufgabe wahrgenommen.
- Die Zusammenarbeit mit der Stadt sollte verbessert werden. Die Begleitgruppe kann diese Aufgabe weiterhin übernehmen.

Stossrichtung A Gassen aufwerten



Die Altstadt ist schweizweit einzigartig, weil viel Struktur aus dem Mittelalter erhalten ist. Es gilt diese Werte zu sichern und sorgsam an die heutigen Bedürfnisse anzupassen.

Die Altstadt von Biel, nördlich der Kanalasse, ist intakt wie kaum eine andere Altstadt in der Schweiz. Gassen, auch in der Bieler Altstadt, sind ein enges Zusammenspiel von Häusern und Strassen, so dass diese zu einem weiteren „Zimmer“ werden, die Fassaden zu den Wänden, der Himmel zur Decke. Die Gassen, von den Häusern umrahmt, von den Bewohnern und Besuchern bespielt, prägen diesen öffentlichen Ort.

Die Stadt saniert die Leitungen in der Schmieden- und Untergasse und nimmt das zum Anlass, die Gassen aufzuwerten. Sie investiert viel Geld im Untergrund und für die Gestaltung über dem Terrain. Der Strassenraum soll in Wert gesetzt, d.h. an die heutigen Erfordernisse angepasst werden. Um die Bedürfnisse an den Strassenraum zu klären, soll unter anderem auch die vorliegende Studie dienen.

Die Grundeigentümer erhalten eine emotionelle und monetäre Wertsteigerung der Liegenschaft durch die Gassenaufwertung. Einige Grundeigentümer haben schon investiert, andere werden noch in ihre Liegenschaften investieren. Die Gründe sind vielfältig. Sicher ist, dass die Erträge aus der Wohnnutzung zunehmend die Liegenschaften wirtschaftlich tragen müssen. Die Erträge aus den Erdgeschossnutzungen werden weiter zurückgehen oder tief bleiben.

Sollen die Gassen tatsächlich aufgewertet werden, müssen die Stadt und die Grundeigentümer zum beiderseitigen Nutzen investieren. Ein grosses Potenzial zur Aufwertung bieten die Öffnung des Kanals in der Gerbergasse und die Verbesserung der Durchlässigkeit für Fussgänger in der Kanalasse. Beide Projekte werten den öffentlichen Raum auf und werden moderate, aber nötige Investitionen von Privaten nach sich ziehen.

Der Kanal in der Gerbergasse muss ans Licht geholt werden. Darin sind sich die an der Nutzungsstrategie Beteiligten einig. Legitimiert durch die

Überbauungsordnung des Gassmannareals ist diese Massnahme schon lange. Nimmt die Stadt die Anliegen der Planung, der Altstadtbewohner und Eigentümer ernst, wird das Projekt schon bald umgesetzt werden.

Grosses Potenzial, die Altstadt von Biel weiter zu entwickeln und attraktiver zu machen: Die Öffnung des Kanals in der Gerbergasse ist seit langer Zeit angedacht – aber leider noch nicht umgesetzt.



Stossrichtung B Altstadt besser vernetzen

Die Bieler Altstadt liegt wie abgeschnitten am Rand des Zentrums. Diese versteckte Lage hat ihren Reiz, aber auch ihre negativen Seiten. Passantenfrequenzen fehlen. Für die Läden und die anderen publikumsorientierten Nutzungen wäre eine bessere Vernetzung mit dem Rest der Innenstadt wichtig. Sie leiden unter der Trennung durch die Kanalgrasse. Die Zugänge von der Mühlebrücke und der Collègegrasse laden nicht ein, in die Altstadt einzutauchen. Auch der Juraplatz hat viel Potenzial, als Eingang aufgewertet zu werden und so zum Besuch der Altstadt zu animieren. Die geschleiften Tore der Altstadt fehlen heute.

Die Kanalgrasse ist ein grosses Hindernis, um vom Einkaufsstandort rund um die Nidaugasse, der Marktgrasse und dem Neumarktplatz in die Altstadt zu gelangen. Bereits heute, lange vor der Eröffnung der Umfahrung Biels wäre es angezeigt, mit einfachen Massnahmen die Durchlässigkeit für den Langsamverkehr über die Kanalgrasse hinweg zu erhöhen. Dadurch könnten die Altstadt und die teilweise dahinsiebelnden Läden profitieren. Auch die Kanalgrasse selber könnte aus ihrer teilweise tristen Vorstadtstimmung mit verschiedenen Leerständen geholt werden. Doch hier gibt es noch kein Projekt, keine Überbauungsordnung. In der Kanalgrasse müsste wohl ein Versuch gewagt werden, scheinbar Unüberbrückbares, aber Zusammengehörendes wieder miteinander zu verbinden. Andere Städte wie Thun oder Köniz machen es vor.

Stossrichtung C

Zusammenarbeit verbessern

Die Altstadt, insbesondere die Untergasse, hat bei der Bieler Bevölkerung ein teilweise schlechtes Image. Dies liegt daran, dass sich bis vor kurzer Zeit das ‚Yuka‘, die Drogenanlaufstelle der Stadt, Prostitution, die offene Drogenszene und Dealer in der Altstadt konzentrierten. Das alles hat sich heute auf ein erträgliches Mass reduziert. Neue Boutiquen, Läden und Ateliers sind eingezogen und beleben die untere Altstadt mit einem verhaltenen, ungekünstelten Charme.

Eine Immo-Plattform könnte eine Vermittlerrolle zwischen Angebot und Nachfrage nach Wohn- und Gewerberaum in der Altstadt unterstützen. Sie könnte beispielsweise helfen, dass ein guter Käseladen in die Altstadt einzieht, damit alle Grundnahrungsmittel in der Altstadt gekauft werden könnten. Aber auch durch die Vermittlung von Häusern und Wohnungen könnte eine aktive Immobilienpolitik helfen, die Altstadt attraktiv zu gestalten. Die Stadt könnte die Liegenschaft des Yuka in ein B&B umbauen und würde damit vorbildlich handeln. Heute fehlen touristische Unterkünfte in der Altstadt.



Events: Nicht die Quantität, sondern die Qualität ist entscheidend.

*Bild von Website:
www.podring.ch*

Die Altstadtbevölkerung ist von individuellem Schlage, doch sehr aktiv und innovativ. Eine institutionalisierte Schnittstelle zur Stadt wird seit langem vermisst. Eine Schnittstelle zwischen Stadt und Altstadt müsste eingerichtet werden, um den vielfältigen, zumeist seit langem bekannten, in diesem Bericht aufgeführten Stossrichtungen auch Massnahmen folgen zu lassen. Hier sind sowohl die Stadt als auch die Altstadtbewohner in der Pflicht, aufeinander zuzugehen. Die Begleitgruppe für die Nutzungsstrategie kann diese Aufgabe unterstützen.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
1. Einleitung	11
1.1. Die Nutzungsstrategie	11
1.2. Der Auftrag	11
1.3. Das Vorgehen und die Partizipation	11
1.4. Die Kommunikation	13
2. Analyse	14
2.1. Die Stadtanalyse	14
2.2. Ergebnisse der Dokumentenanalyse	14
2.3. Ergebnis des partizipativen Prozesses	18
3. Leitgedanken	20
3.1. Detailhandel	20
3.2. Öffentlicher Raum und Verkehr	25
3.3. Wohnen	29
3.4. Kultur, Tourismus und Begegnung	33
3.5. Vernetzung	35
3.6. Kanalgasse	38
4. Umsetzung	41
4.1. Stossrichtungen und Massnahmenfelder, Tabelle	41
4.2. Commitment	41

1. Einleitung

1.1. Die Nutzungsstrategie

Die Nutzungsstrategie bietet eine Planungs- und Interventionsgrundlage für die Entwicklung der Schmieden- und Untergasse. Ziel ist eine stabile Nutzungsmischung, die hilft, die Gassen lebendig zu erhalten und die historische Bausubstanz zu tragen.

Die Nutzungsstrategie zeigt Möglichkeiten und Grenzen der Gassen zum heutigen Zeitpunkt, kann aber nicht detailliert auf jedes Gebäude eingehen. Viele Empfehlungen sind exemplarisch und erfordern vom Eigentümer oder der Stadt weitere Klärung und Strategiearbeit.

Die Umsetzung der Nutzungsstrategie ist auf Initiativen der Politik, der Behörden und der Privaten angewiesen. Die Empfehlungen müssen im politischen Prozess bestätigt und durch die entsprechenden Akteure umgesetzt werden. Die im Kapitel 4 gemachten Empfehlungen und Massnahmen sind als Handlungsgerüst zu verstehen, welches von der Verwaltung in einen Massnahmenplan übertragen werden soll.

1.2. Der Auftrag

Der Auftrag zur Nutzungsstrategie Stadt Biel wurde im Rahmen der Leitungssanierungen in der Schmieden- und Untergasse ausgelöst. Im Fokus steht die Frage nach der Zukunft dieser Gassen, aber auch der Attraktivität der Altstadt im Gesamten. Die Absicht ist, dass die Resultate der vorliegenden Strategie in die Umgestaltung der Gassen einfließen werden.

1.3. Das Vorgehen und die Partizipation

Die Nutzungsstrategie als Werkzeug und Prozess wirkt zwischen Politik und Verwaltung einerseits und Eigentümern und weiteren Akteuren andererseits. Das gewählte Vorgehen macht Betroffene zu Beteiligten. Die Nutzungsstrategie wurde unter Einbezug folgender Akteure erarbeitet:

- Hauseigentümer
- Ladenbetreiber und Restaurateure

Dieses partizipative Vorgehen hat noch zwei andere Ziele: Die Betroffenen werden für die Anliegen einer gemeinsamen Nutzungsentwicklung sensibilisiert und entwickeln Ideen und Motivation für Eigeninitiativen.

Den beiden Gruppen innerhalb des Perimeters (siehe nachfolgende Planskizze) wurde je ein Fragebogen zugeschickt, dessen Resultate innerhalb gemeinsamer Veranstaltungen diskutiert und auf Basis konkreter Aussagen (sogenannten "Kernsätzen") bewertet wurden (Workshops Eigentümer und Läden).

Die Resultate dieses Beteiligungsprozesses ergänzten die Empfehlungen des Netzwerks Altstadt und finden sich als Massnahmenfelder im Strategieteil wieder.

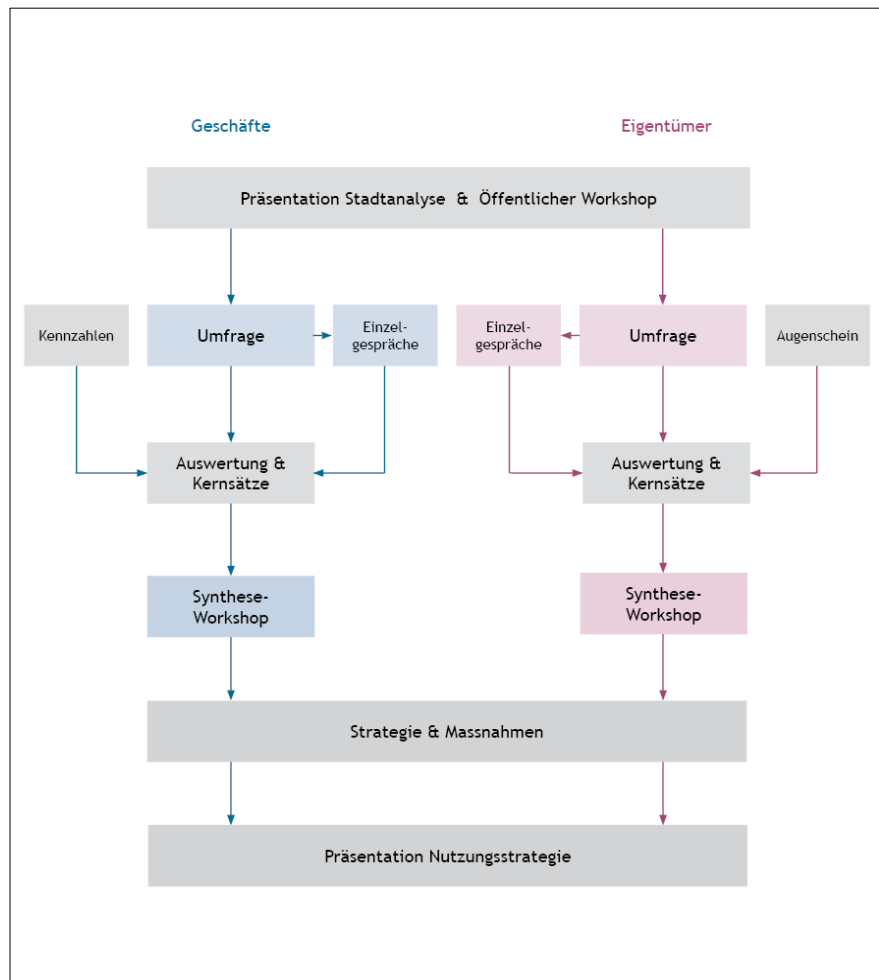
Perimeter

Perimeter Schmiedengasse und Untergasse



Ablauf Nutzungsstrategie

Unterschiedliche Interessen und Bedürfnisse von Geschäften und Eigentümern begründen das parallele Vorgehen.



Besetzung der Begleitgruppe

Vertretung der Stadt Biel

Erich Fehr	Stadtpräsident
Barbara Schwickert	Gemeinderätin
Julien Steiner	Vize-Stadtschreiber
Thierry Burkhard	Abt. Stadtplanung
Karin Christen	Tiefbau
Thomas Gfeller	Wirtschaftsdelegierter
Roger Racordon	Leiter Abt. Infrastruktur
Karin Zaugg	Denkmalpflege

Vertretung der Altstadt

Martin Jegge	Vieille Ville Active
Rene Schlauri	Altstadtleist

Begleitung Netzwerk Altstadt

Christof Tscharland	Netzwerk Altstadt
Andreas Madianos	Netzwerk Altstadt

1.4. Die Kommunikation

Auf das strukturierte Vorgehen abgestimmt, erfolgte die Kommunikation gezielt über die Begleitgruppe, deren Mitglieder als Bindeglieder ihrer Organisationen zum Prozess der Nutzungsstrategie fungierten. Die Eigentümer, Läden- und Gastro-Vertreter wurden in den Workshops über den Prozess informiert. Wie bei der Stadtanalyse wurde die Nutzungsstrategie mit einem öffentlichen Infoanlass abgeschlossen. Diverse Beiträge zur Stadtanalyse erschienen in den lokalen Medien. Auch im ‚à propos‘ der Stadt Biel vom Juni 2015 erschien ein Artikel zum Thema Altstadt.

2. Analyse

Die Rolle der Experten vom Netzwerk Altstadt liegt darin, die Lancierung eines längeren Veränderungsprozesses zu unterstützen. Dazu bringen sie Erfahrungswissen aus anderen, vergleichbaren Städten und Gemeinden ein, machen konkrete Vorschläge für Strategien und Massnahmen und diskutieren diese mit den Betroffenen. Dank dem gewählten Vorgehen ist die Realisierbarkeit der Empfehlungen und Massnahmen hoch.

2.1. Die Stadtanalyse

Die Stadtanalyse vom August 2014 bildet die Basis der Nutzungsstrategie. Die Analyse zeigt die Potenziale und Defizite des Ortskerns und des Zentrumsgefüges auf und benennt mögliche Handlungsfelder. Die Zusammenfassung der Stadtanalyse lautete:

«Die Altstadt von Biel ist lebendig und hat Charme. Die Läden überleben, wenn auch nur knapp. Die Wohnungen können vermietet werden und die Bewohner sind, soweit das erfasst werden konnte, zufrieden. Grösster Mangel, wenn man ihn als solchen bezeichnen will, sind die vielen ungenutzten Potenziale. Bei der Nutzung dieser Potenziale ist die Bieler Altstadt jedoch gut beraten, bescheiden und gemütlich zu bleiben und die vorhandenen Qualitäten zu entwickeln. Hierbei ist auf eine Symmetrie des Engagements zwischen Stadt und Privaten zu achten: Die massiven Investitionen in die Schmiedengasse und Untergasse muss auf Seiten der Eigentümer und Nutzer zu einem erhöhten Qualitätsbewusstsein und einem sorgsameren Umgang mit der Bausubstanz führen. Die Altstadt soll auf kreative Weise ihre vorhandenen Qualitäten weiterentwickeln.»

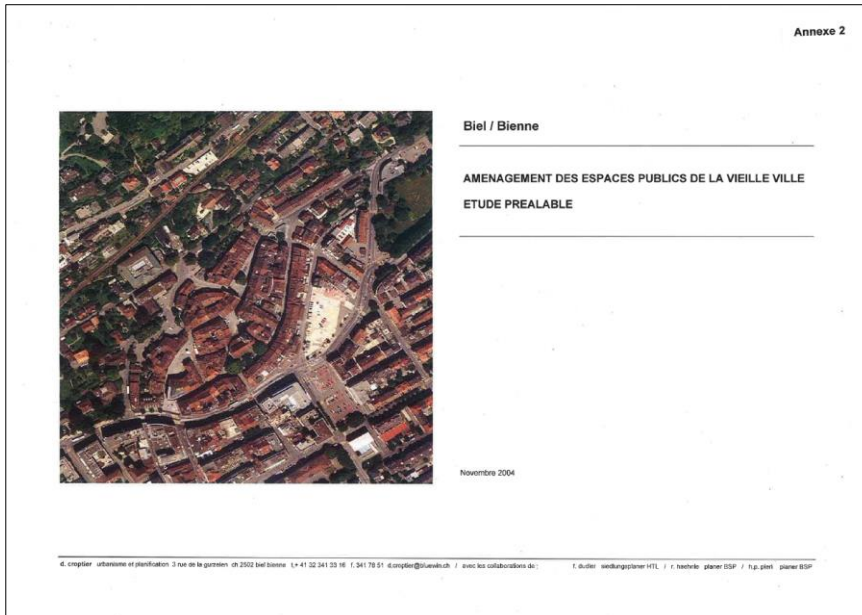
2.2. Ergebnisse der Dokumentenanalyse

Neben der baurechtlichen Grundordnung mit Zonenplan und Baureglement bestehen folgende Planungen, welche innerhalb des Planungssperimeters Gültigkeit haben. Einerseits besteht eine Vorstudie zu den öffentlichen Räumen und Plätzen der Altstadt von 2004, welche aber weder die Behörden noch die Grundeigentümer bindet. Andererseits existiert die Überbauungsordnung Gassmannareal aus dem Jahre 2002, welche die Neugestaltung der Gerbergasse mit der Öffnung des Schüsskanals grundeigentümergebunden festlegt.

Weitere Grundlagen zur Umgestaltung der zwei Gassen liegen aus den Jahren 2013/14 vor, ebenso erste Überlegungen zur Verkehrs- und Parkraumorganisation. Im Spiegel der Nutzungsstrategie können diese Grundlagen und Skizzen weiter konkretisiert und in ein Projekt zum Verkehrsmangement und zur Gassenraumgestaltung überführt werden. In Planung ist zur Zeit das Beleuchtungskonzept, welches die Beleuchtung verbessern und die Identität der Altstadt unterstützen will. Die Umsetzung soll in zwei Etappen, voraussichtlich ab 2017, erfolgen.

Die Vorstudie öffentliche Plätze und Gassenräume 2004

Die Studie befasst sich mit dem öffentlichen Raum und dessen Ausgestaltung bis hin zur Möblierung. Die Arbeit geht spezifisch auf die verschiedenen Situationen der Altstadt ein, macht differenzierte Aussagen zum Verkehr, der Parkierung, der Gestaltung, der Begrünung und Beleuchtung, aber auch über die Aneignung des öffentlichen Raumes durch Private.



Studie ‚Amenagement des Espace publics de la ville – Etude Préalable‘ 2004

Das Dokument hat sich als Diskussionsgrundlage über die Gestaltung der Obergasse und des Rings bewährt und kann zusammen mit den weiteren Grundlagen und Studien von 2014 weiter Anwendung finden.

Überbauungsordnung Neumarkt-Gerbergasse

Zur Realisierung der Überbauung des Gassmannareals wurde die vorliegende Überbauungsordnung ausgearbeitet. Nicht realisiert sind der bauliche Abschluss zur Jurastrasse sowie die Öffnung des Kanals.



Ausschnitt aus dem Überbauungsplan Neumarkt-Gerbergasse mit der Neugestaltung der Gerbergasse und der Öffnung des Schüsskanals.

Die Überbauungsordnung sichert bau- und planungsrechtlich nicht nur die Überbauung, sondern auch die Neugestaltung der Gerbergasse mit der Öffnung des Schüsskanals und die Umgestaltung des Walkeplatzes. Es ist geplant den Walkeplatz mit der Umgestaltung des Neumarktplatzes vorzunehmen. Der Gemeinderat hat im Januar 2015 bestätigt, dass ihm an der Umsetzung der Überbauungsordnung gelegen ist. Das Projekt Offenlegung der Schüss in der Gerbergasse ist nach wie vor in der aktuellen Investitionsplanung des Gemeinderates in der Priorität 3 mit einer Summe von CHF 3,0 Mio. für die Realisierung vorgesehen in den Jahren 2016 bis 2019. Ob dieser Zeitplan allerdings eingehalten werden kann, ist insbesondere aus finanziellen Überlegungen fraglich (Stand Januar 2015).

Konzeptideen zur Umgestaltung der Schmieden- und Untergasse

Aufgrund sorgfältiger Analysen zu den Gassen wurden bereits 2013/14 erste Konzeptideen zur Umgestaltung gemacht (nächste Seite).

*Flugaufnahme
Geoportal Kanton Bern*



Die Studien aus den Jahren 2013/14 sind für die weitere Planung sehr wertvoll. Die Stadt kann diese aufgrund der vorliegenden Erkenntnisse überprüfen: Begegnungszone, keine Langzeitparkplätze, prüfen der Reduktion von Parkfeldern, Nutzung des Gassenraums durch Private, Koordination „Beleuchtungskonzept, um die wichtigsten Themen zu nennen.

2.3. Ergebnis des partizipativen Prozesses

Diskussionen in der Begleitgruppe

Die Begleitgruppe hat die Arbeiten in drei Arbeitssitzungen begleitet, die Umfrage und den Workshop vorbereitet und deren Resultate und Folgerungen diskutiert.

Durch die Beteiligung der verschiedenen Abteilungen der Stadt in der Begleitgruppe wurde die Koordination der hier vorgeschlagenen Stossrichtungen und Massnahmen mit den laufenden Vorhaben der Stadt sichergestellt. Die Vertreter der Altstadt regten die Diskussionen mit Fragen, Forderungen und Hinweisen an. Die Nutzungsstrategie ist das Resultat der Diskussionen in der Begleitgruppe aufgrund der Umfragen und Workshops mit den Eigentümern und Ladenbesitzern.

Ergebnisse der Workshops

Sowohl der Workshop mit den Eigentümern wie auch jener mit den Ladenbetreibenden verlief in einer guten, konstruktiven Atmosphäre. Die Beteiligungen waren mit je 14 Teilnehmenden eher mässig.

Bei den Eigentümern war eine positive Haltung gegenüber den Aufwertungsmassnahmen zu verspüren, auch gegenüber einem neuen Verkehrsregime. Man fühlte sich reif für eine Qualitätsverbesserung in den Gassen, vor allem für eine neue Strassengestaltung und Verkehrsregelung. Auf die eigenen Liegenschaften bezogen wird keine Änderung gewünscht, wie beispielsweise die Wohnnutzung in den Erdgeschossen zu forcieren. Die bestehende Nutzung mit vornehmlich gewerblichen Nutzungen im Erdgeschoss und Wohnen in den Obergeschossen soll beibehalten werden. Dass zunehmend die Obergeschosse die Liegenschaften finanziell zu tragen haben und dass in der einen oder anderen Liegenschaft in Zukunft über das Erdgeschoss weniger erwirtschaftet wird, wurde zur Kenntnis genommen.

Bei den Ladenbetreibenden gab es zusätzlich Diskussionen um die Besucher-Frequenzen, die gewünschten und zu vermeidenden Events und über die Schnittstellen und Aufgaben mit und von der Stadt. Der Wille zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität ist gross.

In beiden Workshops zeigte sich, dass oft die gleichen Personen aktiv für die Altstadt eintreten. Altstadtkritische oder negativ gestimmte Exponenten beteiligen sich gar nicht erst an den Diskussionen. Umgekehrt glaubten die Workshopteilnehmer zu erkennen, dass der alte Grabenkampf zwischen den zwei Altstadtorganisationen "Altstadtleist" und "vielle ville active" vorbei seien und man heute konstruktiver diskutieren könne.

Die wichtigsten Aussagen und Diskussionspunkte aus den beiden Workshops:

- Die Workshopteilnehmenden möchten auf dem aufbauen, was heute schon als attraktiv empfunden wird: originale, stimmungsvolle Altstadt, persönliche Atmosphäre, reizvolle Mi-

sung aus Einkauf, Verweilen und Kultur. Der Kurs stimmt also, aber es gibt einige ungenutzte Potenziale.

- Beim Verkehr und der Aussenraumgestaltung will man eine Verbesserung. Es gibt einige Voten zugunsten einer Fussgängerzone, aber auch solche, welche sich stark machen für Kurzzeitparkplätze, welche für das Gewerbe unabdingbar seien. Die Begegnungszone stösst auf breite Akzeptanz.
- Allgemein herrscht die Meinung, dass Parkplatzsituation in der Schmieden- und Untergasse unbefriedigend ist (Langzeitparkplätze, Parkplätze vor der Liegenschaft). Dass das Potenzial des Altstadtparkings unter dem Gassmannareal noch nicht ausgeschöpft ist, darüber sind sich alle einig. Einigen Personen sind die Kosten im Parkhaus zu hoch.
- Die Auffindbarkeit der Altstadt muss verbessert werden. Die Eingänge sind wenig attraktiv, sind auch nicht mehr präsent wie dazumal, als die Stadttore noch standen. Nötig wäre auch eine grössere Durchlässigkeit zur Neustadt über die Kanalgasse hinweg.
- Das touristische Potenzial muss, im Sinne einer sanften Entwicklung, besser ausgeschöpft werden. Einige touristische Übernachtungsmöglichkeiten müssen geschaffen werden.
- Das Beleuchtungskonzept wird neugierig und kritisch erwartet. Die Stimmung und die Funktionalität werden als wichtige Anforderungen an die neue Beleuchtung genannt.
- Neue Diskussionsplattformen erscheinen nicht zielführend. Zwar wird der Austausch geschätzt, doch die Altstadtbewohner sind Individualisten und organisieren sich ad hoc, wenn ein Problem ansteht oder ein Fest organisiert werden soll.
- Der Stadt gegenüber ist man grundsätzlich kritisch eingestellt. Es werden Unterstützungen mit Anreizen und Subventionen erwartet. Auch die Wirtschaftsförderung und die Tourismusorganisationen könnten in den Augen der Betroffenen mehr tun für die Altstadt.
- Die Bieler nehmen die Altstadt kaum wahr. Auch ist die Altstadt nicht wirklich signalisiert in der Stadt. Das Image ist schlecht, wird festgehalten.

Biel & Region

Körper & Geist Patientenverfügung hilft Ärzten und Angehörigen

Was geschieht, wenn ich nach einem Unfall auf die Intensivstation komme? Warum nach meinem Tod mit den Organen passieren? Eine Patientenverfügung schafft Klarheit. Seite 16

Altstadtbewohner reden mit

Biel Das Berner Büro Netzwerk Altstadt macht Vorschläge, wie die Bieler Altstadt attraktiviert werden kann. Etwa mit einer neuen Begegnungszone, weniger Parkplätzen, oder der Offenlegung der Schüss. Gestern konnten Anwohner ihre Meinung dazu äussern.

Die Bieler Altstadt fristet, durch die Konalgie wie der Innenstadtbereich, ein ungünstiges Schicksal. In diesem Schicksal kommt das Netzwerk Altstadt, das die rund 1700 Einwohner zählende Villa-Villa auf ihre Probleme und Potenziale überprüft hat (siehe Zweitseite). Christof Bucher und Andrea Molinaro verlesen am Montagabend in der Aula des Grossen Saals die Ergebnisse der Analyse. Gemeinsam mit den Architekten Barbara Schwicker (Grüne) präsentieren sie die Ergebnisse gemeinsam mit dem Stadtplaner, von dem rund 10 Karten erstellt wurden und die Bevölkerung auf diese Weise einbezogen werden, sagt Schwicker. "Bucher und Molinaro führen durch die verschiedenen Bereiche der Altstadt, wobei sich die City immer abseits der Altstadt bewegt hat, sowohl durch die Bahnhofe als auch die Industriellensiedlung. So blieb die archaische Bebauung erhalten. Das vererbte Biel von anderen Städten und nicht es ersetzte", so Molinaro. Invertieren, ohne zu überheben. Danach notierte das Publikum über 100 Wünsche auf Papier und diskutierten diese. Es zeigte sich, die Menschen haben sich der Altstadt verbunden und verpflichtet. Überwiegend wurde Meinung in zwei Richtungen



denken. Die Altstadt werde modern zu machen gut verwirklicht. In solchen Wandlungsmomenten sei noch ein Schritt mehrherauszuheben, so eine Meinung. "Unterwegs sie bei M ohne Trottoir" "Viele der Wünsche sind sehr konkret. Man wünscht sich Sitzbänke, ersetzt der Abfallabhebung vor der Hauptstrasse. Die Kirchenstrasse solle länger geöffnet bleiben, damit der Ort besser zur Geltung kommt. Die Schüss wird die Füssenquelle sollten wieder freigelegt werden, und das städtische Verkehrsnetz der Altstadt zu erweitern. Es sollen mehr qualitative Ziele erachtet werden, die die Lebensqualität verbessern können. So können noch mehr auf die Stärken der Altstadt aufbauen gemacht werden. Wenn werden ist gar nicht bewahrt werden Altstadt alle bieten, sagt eine Frau. Vom Metzger, Bäcker und Gelehrten über den Städtischen Keller hinaus bietet die Bieler Altstadt noch viele weitere Spezialitäten. Gewünscht werden weiter weniger Parkplätze in der Übergangszone zwischen der Altstadt und der unteren Altstadt auch die untere eine Begegnungszone erhalten soll, richtet nach geschlossenen der beschlossenen Sache. In einer nicht relevanten ad-hoc-Abstimmung stimmte zur eine Person dagegen. Bezirksrätin Schwicker konnte dann gleich Kontakt treffen, dieses beneidet-

Auszug aus dem Bieler Tagblatt vom 12. Mai 2015 zur Infoveranstaltung der Stadtanalyse.

3. Leitgedanken

3.1. Detailhandel

Allgemeines zum Detailhandel

Die Ladennutzung ist seit über 100 Jahren der treibende Faktor der Innenstadtentwicklung. Sie hat über die letzten Generationen das Gesicht der Ortskerne geprägt, sodass wir uns heute Kernzonen ohne Ladennutzung kaum mehr vorstellen können. Zu beachten ist aber, dass die historischen Zentren die meiste Zeit keine Läden hatten. Die Erdgeschosse wurden bis um 1850 ausschliesslich als Werkstätten, Ställe oder Abstellflächen genutzt. Auch die Restaurants waren nicht im Erdgeschoss, sondern im ersten Stock, der "Belétage".

Wichtig ist, dass die Versorgungsqualität im Zentrum erhalten bleibt, was mittlerweile keine Selbstverständlichkeit mehr ist. Die Frage lautet: Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit die Kunden das Zentrum als attraktive Einkaufsumgebung wahrnehmen? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Anbieter und die Öffentliche Hand? Da der Detailhandel ein dynamisches Gewerbe ist, wohnt der konservativen Haltung eine erhebliche Gefahr inne. Man setzt auf ein Detailhandelsmodell, das sich in den letzten 30 Jahren bewährt hat, das deswegen aber noch lange nicht in die Zukunft weisen muss. Ein Blick auf die generellen Tendenzen zeigt dies:

- **Konzentration:** Der Detailhandel spielt sich an immer weniger Standorten und auf immer grösseren Flächen ab.
- **Inszenierung:** Die Aspekte Stimmung, Unterhaltung und Inszenierung werden immer wichtiger. Der reine Einkauf aus Bedürfniszwecken verliert an Bedeutung.
- **Spezialisierung:** Im urbanen Umfeld können sich Anbieter mit Nischen eine Existenz sichern. Im ländlichen Raum ist dies weniger gut möglich.
- **Sicherheit und Convenience:** Das Shoppen wird immer mehr geprägt von Gesamtlösungen: einfache Mobilität, Aussenraumqualität, Dienstleistungen, Gastronomie. Das Shoppincen-ter gibt den Anspruch an ein modernes Stadtzentrum vor.
- **Der Internethandel kommt:** Die Marktanteile steigen derzeit rasant und werden die heutige Ladenlandschaft erneut unter Druck setzen, wobei es diesmal wohl auch die "Grossen" (z.B. Shoppingcenter, Migros, Coop, Lidl) erwischt wird.

Was kann die Altstadt diesen Tendenzen entgegensetzen? Die Erfahrungen der Experten von Netzwerk Altstadt zeigen, dass sich im Allgemeinen folgende Lösungsansätze anbieten:

- Die Altstadt muss ein stimmungsvoller Raum sein: verkehrsberuhigt, mit historischen Gebäuden, Plätzen und Cafés.
- Das Einkaufsgebiet muss kompakt und zusammenhängend sein. Die Fusswege müssen attraktiv sein.
- Man muss die Altstadt gut erreichen können, sowohl per Auto wie auch per ÖV oder Velo. Die Parkierung muss am direktesten

Rand der Einkaufszone erfolgen, mit verkehrsarmem Zugang in den Einkaufsbereich.

- Es braucht eine gewisse Dichte an Ladennutzungen oder Dienstleistungen im Zentrum. Allzu viele Lücken und artfremde Nutzungen sind heikel.
- Es braucht einen Mix aus Gross und Klein. Migros und Coop sind wichtige Partner im oder am Rand der Altstadt. Ohne sie ist es für die "Kleinen" heute oft nicht mehr möglich zu überleben.

Es war Teil der Nutzungsstrategie, gemeinsam mit der Begleitgruppe diese Stossrichtungen kritisch unter die Lupe zu nehmen.

Die Bieler Altstadt nimmt im Detailhandel eine spezielle Rolle ein, wobei die tiefen Frequenzen und knappen räumlichen Möglichkeiten für den klassischen Detailhandel derzeit kaum Perspektiven bieten. Das informelle "Konzept der stimmungsvollen Nische" ist hingegen vorhanden und weiterzuentwickeln.

Die Ladenbetreiber in der Altstadt haben ein gutes Bewusstsein für ihre Situation sowie, neben möglichen Lösungsstrategien, auch ein Bewusstsein dafür, dass sich diese nur in Allianzen umsetzen lassen. Manche Ideen lassen sich gar nur mit der Stadt zusammen realisieren. Eine gemeinsame und institutionalisierte Gesprächsplattform drängt sich als erster Schritt zur Nutzung dieses Potenzials auf.

Das heutige Nebeneinander von Läden und "Para-Läden" in den Erdgeschossen sowie die gesamthaft originelle Stimmung scheint ein guter Nährboden für die Entwicklung von kreativen Produkten und Dienstleistungen zu sein. Wir definieren die Ladenformate, resp. Nutzungen im Erdgeschoss wie folgt:

- kommerziell: konventioneller "Laden" mit Publikumsverkehr und Öffnungszeiten von mehr als 35 h pro Woche
- parakommerziell: publikumsorientierte Nutzung, die aber nicht einem klassischen Laden entspricht, weil sie mehr dienstleistungsorientiert ist oder unter 35 h/Wochen geöffnet hat. Beispiele: Coiffeur, Galerie, Schönheitssalon
- nicht kommerziell: alle anderen Nutzungen von Wohnen über Lager, Werkstätten etc.

Verwaltungen, Museen oder Bibliotheken können als nicht kommerziell oder parakommerziell eingestuft werden.

Gemeinsam können die Eigentümer, Ladenbesitzer und die Stadt unterstützende Massnahmen und Sensibilisierungsarbeit leisten: Inventar von Leerflächen, Motivieren von Eigentümern, Vernetzen der Nutzer, gemeinsamer Auftritt, Nachtmarkt, Einkaufsführer des "neuen Biel" etc. Von solchen Massnahmen würden auch die etablierten Angebote und somit letztlich die gesamte Altstadt profitieren. Die Ladenbesitzer der Altstadt von Biel sind diesbezüglich aktiv und innovativ, Eigentümer und die Stadt besitzen noch Potenzial.

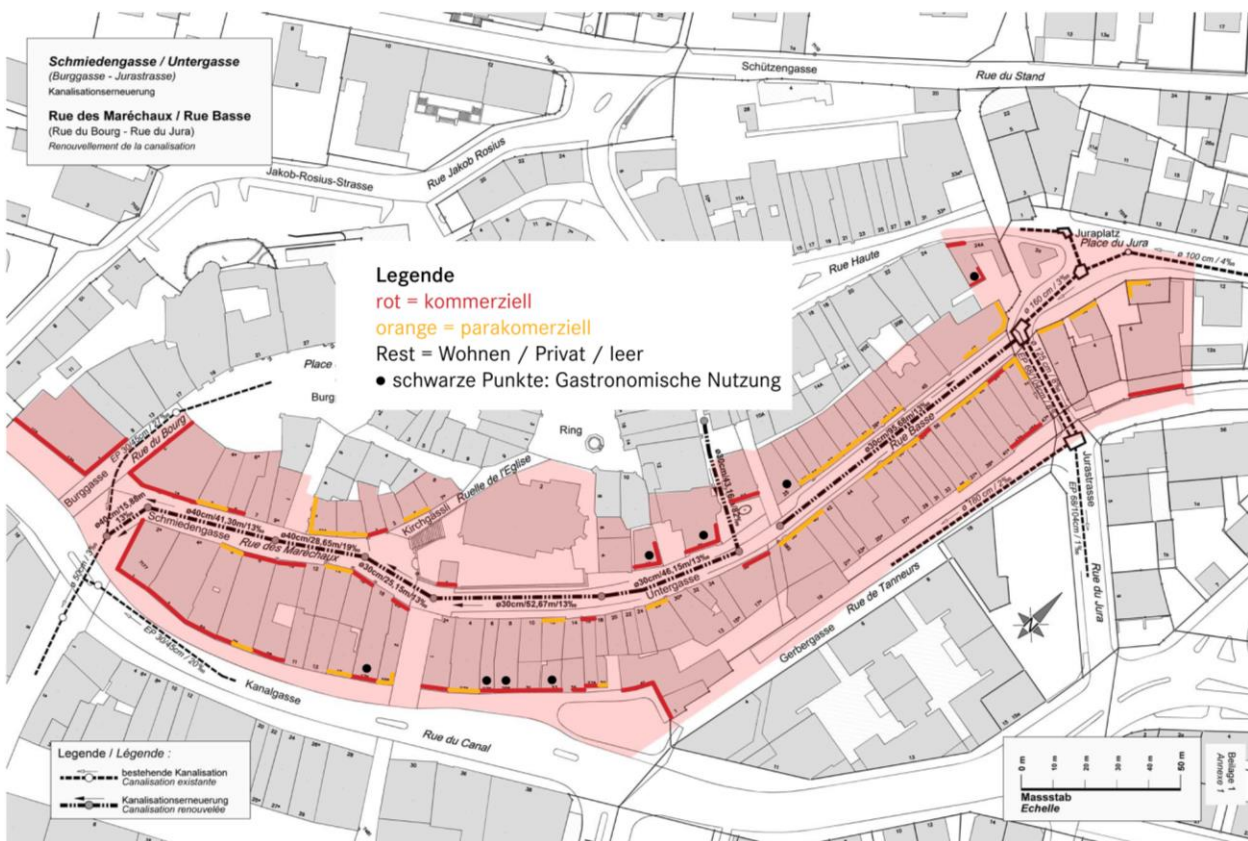
Der Laden-Mix in der Altstadt ist im Nahrungsmittel-Bereich beeindruckend. Lediglich ein Käseladen fehlt. Die Lebensmittelhändler der Altstadt könnten sich überlegen, sich unter einem gemeinsamen Gourmetlabel zu vermarkten oder gar gemeinsame Räumlichkeiten zu betreiben. Diese

Grundversorgung ist nicht nur eine gute Positionierung nach aussen, sondern auch attraktiv für die Altstadtbewohner selbst.

Im Bereich Antiquitäten/Brocante/Uhren scheint Potenzial für zusätzliche Anbieter zu bestehen. Können diese Fuss fassen, wäre dies ebenfalls eine Möglichkeit, diese Branchen in der Altstadt gemeinsam zu vermarkten. Dazu bräuchte es aber ein überregionales Marketing und Themenmärkte.

Erdgeschossnutzung im Perimeter heute

Der Blick auf die Erdgeschossnutzungen in den zwei Gassen zeigt ein interessantes Bild. Nachfolgend geht es um die Frage, wie bedeutend die klassische Ladennutzung des Erdgeschosses ist.



Es gilt im Perimeter drei Bereiche zu unterscheiden:

- Mühlebrücke/Kanalgasse
Die kommerzielle Nutzung ist hier vorhanden, aufgrund der Leerstände hat sie es offensichtlich nicht einfach. Hier spielen wohl die Lage an der stark befahrenen Kanal-gasse, welche als Barriere wirkt, und der Preis der Lokalität eine wichtige Rolle. Für Passanten ist die Achse wenig attraktiv. Eine Aufwertung durch mehr Durchlässigkeit quer zur Häuserfront könnte dies ändern.
- Schiedengasse
Die Schiedengasse zeichnet sich durch eine ziemlich hybride Nutzung aus. Kommerzielle Nutzungen wechseln sich mit Paranutzungen ab, dazwischen hat es Leerstände. Hier ist es wichtig, dass die Hürde zum Einkauf kleiner wird und entsprechende Angebote im kommerziellen Bereich gehalten, resp. neu angesiedelt werden, um die Kundenfrequenz in der Altstadt zu steigern.

- **Untergasse**
Die Untergasse hat heute Paranutzungen und ausser Restaurants praktisch keine kommerzielle Nutzungen. Trotz Baustelle ist die aktuelle Entwicklung der Paraläden in Nischenmärkten insgesamt aber vielversprechend für eine lebendige Untergasse. Die Untergasse hat keinen interessanten Endpunkt für Passanten. Man sollte den Kunden einen gefühlten, attraktiven Endpunkt am Jura-platz oder einen Rundgang anbieten können, verbunden mit einer attraktiven Gestaltung des Aussenraumes.

Parakommerzielle Nutzungen



«Paraläden» sind eine wichtige Ergänzung für die Innenstadt von Biel. Sie bieten Waren mit individuellem Touch und oft eine persönliche Beratung. Diese Form von Ladengeschäft ist aber auf eine günstige Miete angewiesen.

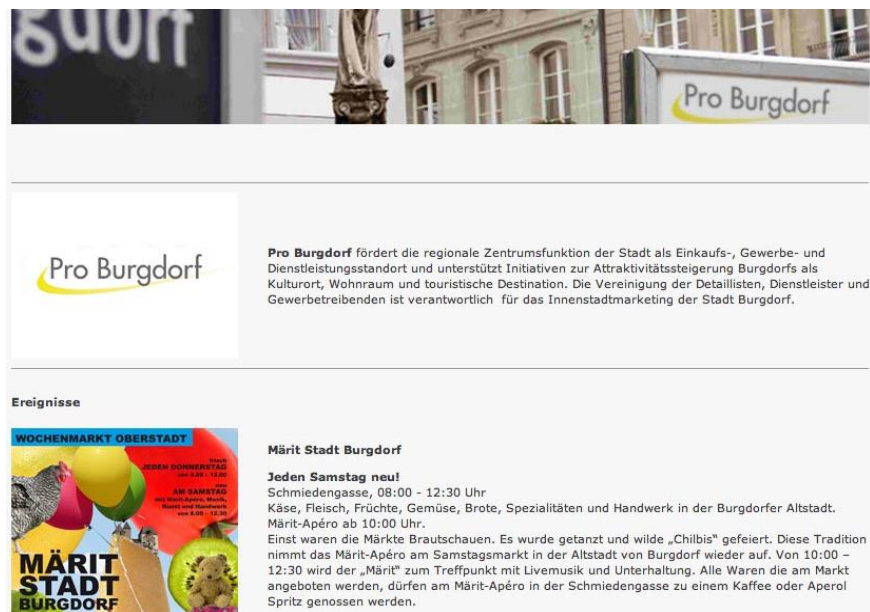
Wie bei den Erdgeschossnutzungen gezeigt, befinden sich heute zahlreiche parakommerzielle Nutzungen in der Schmieden- und Untergasse. Es sind dies oft Dienstleister wie Ateliers, Bars mit reduzierten Öffnungszeiten, Weinhändler, aber auch Beauty und Wellness. Die parakommerziellen Nutzungen sind gegenüber konventionellen Läden weniger attraktiv zur Belebung der Gassen. Sie helfen aber mit, eine Einkaufsgasse zu bespielen.

Man muss davon ausgehen, dass dieser Typus Geschäft weiter zunehmen wird, vor allem aufgrund der teilweise kleinen Erdgeschossflächen, die kaum mehr einen kommerziellen Betrieb zulassen. Eine Zusammenführung von Flächen über Brandmauern hinweg ist aufgrund der Häuserstrukturen nicht möglich und nicht anzustreben. Parakommerzielle Nutzungen sind dann attraktiv, wenn sie mit einer gewissen Originalität und einer persönlichen Präsenz verbunden sind: Uhren- und Schmuckateliers, Töpfereien, Kunsthandwerk, Reparaturservice etc. Diese Nutzungen passen auch in die historischen Häuser oder ins historische Umfeld der Altstadt von Biel, indem sie oft an traditionelle Betriebsmuster anknüpfen. Sollte sich mehr und mehr eine Szene aus solchen Läden bilden, sind Animationsmassnahmen dienlich, um diesen Anbietern ein Publikum zuzuführen: Atelierrundgänge, Nachtmärkte, Shoppingguides, gemeinsame Aktionen am Samstag etc. Die Altstadtorganisationen sind diesbezüglich sehr kreativ und innovativ mit ihren Anlässen. Neue Aktivitäten werden folgen, wie zu erfahren war. Neu lanciert werden soll der ‚First Friday‘, welcher jeweils am ersten Freitag im Monat durchgeführt werden soll. Ein breiteres Publikum soll kommerziell und kulturell verwöhnt werden.

Ein aufschlussreiches Beispiel im Umgang mit dem Strukturwandel im Detailhandel ist Burgdorf, wo seit 20 Jahren ein Rückgang der Geschäftsnutzung in der oberen Altstadt (Oberstadt) zu beobachten ist. Seit 2010 wird hier mit einem breiten Förderprogramm (Altstadt Plus) und einer eigenen Organisation (Pro Burgdorf) versucht, dem Wandel etwas entgegenzusetzen, bzw. ihn zu lenken. Insgesamt ist es auch hier ein Wandel vom Kommerziellen hin zum Parakommerziellen: Kunstgalerien, Kunsthandwerk, Vinotheken, Secondhand Kleiderläden, Antiquitäten etc. Wichtig für diese Art Anbieter ist eine günstige Jahresmiete im Bereich von CHF 100 bis CHF 150/m², was derzeit im Perimeter der Nutzungsstrategie Biel kaum anzutreffen ist. Zu beachten ist aber auch, dass zu tiefe Mieten unerwünschte Effekte haben können, indem Erdgeschossflächen nur noch als Lager oder Abstellräume genutzt werden und dadurch die Passantenfrequenz und Attraktivität herabsetzen. Die Mietpreise sind in einem heiklen Spannungsfeld, grundsätzlich aber sehr viel tiefer als noch vor 10 bis 20 Jahren. Dieser Strukturwandel und der damit einhergehende Ausfall von Einnahmen für Liegenschaftsbesitzer aus der Erdgeschossnutzung ihrer Häuser ist in der Bieler Altstadt noch nicht abgeschlossen (siehe auch Kapitel 3.3. zum Wohnen).

Die Organisation "Pro Burgdorf" kümmert sich schwergewichtig um die Altstadt Burgdorf und die Belebung der Erdgeschosse. Das mehrjährige Programm operiert mit einem Jahresbudget von ca. Fr. 150'000.- und engagiert sich in mehreren Bereichen: Leerflächenmanagement, Belebung leerer Schaufenster, Aktionen und Märkte, Beratung Ladenbetreibende etc.

www.proburgdorf.ch



The screenshot shows the Pro Burgdorf website. At the top, there is a banner image of a street scene in Burgdorf with a 'Pro Burgdorf' sign. Below the banner is the Pro Burgdorf logo and a text block stating: 'Pro Burgdorf fördert die regionale Zentrumsfunktion der Stadt als Einkaufs-, Gewerbe- und Dienstleistungsstandort und unterstützt Initiativen zur Attraktivitätssteigerung Burgdorfs als Kulturort, Wohnraum und touristische Destination. Die Vereinigung der Detaillisten, Dienstleister und Gewerbetreibenden ist verantwortlich für das Innenstadtmaking der Stadt Burgdorf.'

Below this is a section titled 'Ereignisse' (Events). It features a colorful poster for 'WOCHENMARKT OBERSTADT' and 'MÄRIT STADT BURGDORF'. To the right of the poster is a text block: 'Märit Stadt Burgdorf. Jeden Samstag neu! Schmiedengasse, 08:00 - 12:30 Uhr. Käse, Fleisch, Früchte, Gemüse, Brote, Spezialitäten und Handwerk in der Burgdorfer Altstadt. Märit-Apéro ab 10:00 Uhr. Einst waren die Märkte Brautschauen. Es wurde getanzt und wilde „Chilbis“ gefeiert. Diese Tradition nimmt das Märit-Apéro am Samstagsmarkt in der Altstadt von Burgdorf wieder auf. Von 10:00 - 12:30 wird der „Märit“ zum Treffpunkt mit Livemusik und Unterhaltung. Alle Waren die am Markt angeboten werden, dürfen am Märit-Apéro in der Schmiedengasse zu einem Kaffee oder Aperol Spritz genossen werden.'

Märkte

Eine besondere Stellung nimmt der Wochenmarkt ein. Dieser spricht mittlerweile einen Kundentyp an, der sich bewusst mit Frischware eindeckt und den sozialen Kontakt pflegt. Märkte sind ein wichtiges Element hin zu einem stimmungsvollen Einkaufsgefühl in der Altstadt und sind eine wichtige Ergänzung für das Ladenangebot.

Die Schmieden- und Untergasse tun gut daran, die Marktkunden in ihre Gassen zu locken. Das kann durch spezielle Angebote, wie sie zum Teil schon vorhanden sind, erreicht werden. Neue Angebote, wie ein Laden, welcher beispielsweise dem ‚Vegan-Trend‘ folgt, wären zu prüfen.

Grundsätzlich sind Märkte für die zwei Gassen prüfenswert, allerdings nur im Kontext der ganzen Altstadt, welche mit dem Marktplatz und dem Ring sowie der Obergasse bereits über etablierte, interessante Marktplätze verfügt.

Folgerungen für den Detailhandel

- Der Strukturwandel im Detailhandel geht weiter, auch in Biel. Die Schmiedengasse und Untergasse bekommen das direkt zu spüren. Paranutzungen werden wohl oder übel noch zunehmen. Es ist deshalb wichtig, die Schmieden- und Untergasse mit der Marktgasse und der Nidaugasse über die Kanalgasse hinweg besser für den Langsamverkehr zu vernetzen.
- An den strategischen Punkten wie Mühlebrücke, Juraplatz und Brunngasse sind Publikumsmagnete anzusiedeln, welche die Passanten durch die Gassen der Altstadt flanieren lassen. Der Juraplatz ist heute in dieser Kette das schwächste Glied.
- Die Positionierung der Nutzungen in den Erdgeschossen hat aus einer Gesamtschau über die Altstadt zu erfolgen. Bestehenden Läden für den täglichen Bedarf ist grosse Aufmerksamkeit zu schenken. Sie sollen mit Spezialitätenläden ergänzt werden. Der gemeinsame Nenner sollte „originell und persönlich“ und nicht nur „billig und sonderbar“ sein, wie das in Altstädten oft der Fall ist.
- Paranutzungen in handwerklich-künstlerischen Nischen sind weiter zu fördern.
- Die Stadt kann diese Stossrichtung über die Wirtschaftsförderung mit einer Plattform für den Liegenschaften-, Wohn- und Gewerbeflächenmarkt unterstützen. Als Liegenschaftenbesitzerin hat sie ebenfalls Möglichkeiten, hier im Sinne der Nutzungsstrategie zu handeln.

3.2. Öffentlicher Raum und Verkehr

Verkehr ist nicht gleichbedeutend mit "Auto". Man muss aufpassen, dass dieses Verkehrsmittel nicht alle anderen Themen verdrängt. Umgekehrt ist das Auto Hauptquelle von Problemen in den Gassen, was seine Sonderstellung begründet. Im Folgenden soll vor allem über den Autoverkehr geredet werden. Der Langsamverkehr (Fussgänger, Velo) soll im Kapitel Aussenraum Platz erhalten, ebenfalls das Thema Öffentlicher Verkehr bzw. sein Bezug zum Ortskern.

Das Thema Autoverkehr ist ergiebig und kann jeden partizipativen Prozess zum Erliegen bringen, wenn man sich in fixe Haltungen und Dogmen verbeisst. Daher ist es wichtig, eine gesunde Distanz zu wahren und alle Sichtweisen als Teil einer vielseitigen Wahrheit zu respektieren.

In der Diskussion um die Zukunft der Gassen zeigten sich in Biel unterschiedliche Perspektiven, vertreten durch zwei typische Haltungen:

a) «konservativ»:

- "Der motor. Verkehr ist ein Frequenzbringer. Wir brauchen ihn."
- "Potenziell ist jedes Auto ein Kunde oder eine Kundin. Mehr Verkehr grundsätzlich besser und eine Verkehrsreduktion heikel."
- "Die Kunden werden älter und sind auf das Auto angewiesen. Erfahrungen aus Tagen mit Verkehrsbehinderung zeigen klar, dass der Umsatz sinkt."
- "Es ist Jahrzehnte gut gelaufen mit der heutigen Lösung. Warum etwas ändern?"

- "Einkaufszentren bieten gratis Parkplätze und sind gut erreichbar. Wir müssen ebenfalls attraktiver werden für Autos, um unsere Kunden zu halten."

b) «progressiv»:

- "Eine Verkehrsberuhigung macht das Einkaufen für alle attraktiver. Das wiegt die Nachteile der reduzierten Zufahrt auf."
- "Fast alle attraktiven Städte haben eine Fussgängerzone. Also ist sie die Basis für eine prosperierende Einkaufslandschaft."
- "Der Strukturwandel verlangt nach einer klaren Positionierung. Wenn Einkaufszentren auf Auto und Parkplätze setzen, so sollten wir das nicht zu imitieren versuchen, sondern etwas Eigenes schaffen."

Nun ist es so, dass beide Sichtweisen grundsätzlich Recht haben und letztlich die Randbedingungen darüber entscheiden, wo man mit welcher Philosophie besser fährt. Auch haben in der Regel Ladenbetreiber und Kunden verschiedene Interessen. Wichtig sind folgende Aspekte:

- Es ist immer eine Frage der Grösse. Je grösser eine Altstadt, umso einfacher ist es, die Kunden zu Fusswegen zu motivieren. Je ländlicher die Kundinnen und Kunden geprägt sind, umso mehr erwarten sie eine Zufahrt mit Parkplatz vor dem Geschäft. Ein "Umerzählen" der Kunden ist eher heikel und muss über sichtbare Anreize erfolgen.
- Verkehrsberuhigung ist nicht gleich Verkehrsbehinderung: Man kann mit Konzepten wie der Begegnungszone weitgehende Verbesserungen erreichen, ohne den motorisierten Individualverkehr aus dem Zentrum zu verbannen.
- Die Bedeutung von Parkplätzen ist branchenabhängig. Es gibt in der Tat Geschäfte, die auf einen Kurzzeitparkplatz in direkter Umgebung angewiesen sind. Das heisst aber nicht, dass man deswegen eine Strasse nicht beruhigen oder verkehrsfrei machen darf. Der Nachteil für Einzelne kann manchmal Sinn machen im Gesamtkontext.
- Eine Fussgängerzone braucht eine dichte Geschäftslage mit guten Frequenzen. Hat man dies nicht oder nur knapp, besteht die Gefahr, dass nach der Sperrung eine unangenehme Leere entsteht, die wiederum die Kunden abschreckt. Einzelne verkehrsfreie Plätze und Aussenräume sind aber nötig.
- Der Wechsel des Verkehrs- oder Parkplatzregimes bringt immer auch einen gewissen Wechsel bei der Kundschaft mit sich. Das heisst aber nicht, dass es unter dem Strich schlechter wird. Es kann nach einer eher schwierigen Übergangsphase eine neue Kundschaft angezogen werden, die genau diese Umgebung sucht.
- Man darf den Langsamverkehr sowie neue Dienstleistungsangebote nicht unterschätzen. Wir sind manchmal gar fixiert auf das Auto. Dabei zeigen Studien, dass mehr als die Hälfte der Einkaufsfahrten unter 5 Kilometer lang sind und daher Einkäufe in vielen Fällen auch mit dem Velo / E-Bike erledigt werden können. Ähnliches gilt für den Ansatz "Hauslieferdienst", wie ihn z.B. Burgdorf seit 10 Jahren für alle Geschäfte im Ortskern anbietet. Der Umsteigeeffekt und die Wirkung als Standortförderungsmaßnahme sind erwiesen.

Übersicht Regelungen

Die heutige Verkehrsgesetzgebung bietet folgende rechtlichen Spielräume für Strassenräume in Städten:

Regime	Höchstgeschwindigkeit	Fussgänger	Velo	gefühlte Sicherheit Fussgänger	Kommentar
generell 50 	50	Kein Vortritt. Queren auf Fussgängerstreifen.	Erlaubt	gering	für verkehrsorientierte Strassen innerorts
Zone 30 	30	Kein Vortritt.	Erlaubt	mittel	für Quartierstrassen
Begegnungszone 	20	Vortritt	Erlaubt	hoch	Mischzone in Ortskernen. Erfordert gestalterische Massnahmen.
Fussgängerzone 	5	Vortritt	Nicht erlaubt (ausser mit Schild "Velo gestattet")	sehr hoch	Kann ergänzt werden mit "Velo gestattet".
Dreiteiliges Fahrverbot 	-	Kein Vortritt	Erlaubt	hoch	Gelegentlich ergänzt mit "Zubringerdienst gestattet".
eingeschränkte Begegnungszone 	20	Vortritt	Erlaubt	sehr hoch	Seltene Kombination. (Beispiel Wädenswil) Ähnliche Wirkung wie Fussgängerzone mit Velos erlaubt. Kann auch mit einem dreiteiligen Fahrverbot kombiniert werden (Mofas erlaubt, Beispiel Thun).

Die obigen Zonen können zudem zeitlich (Tageszeit, Wochentage, Saisonal) eingeschränkt oder geöffnet werden. Beispiele:

- In der Altstadt Frauenfeld war bis 2015 eine Fussgängerzone ab Mittag in Kraft. Am Vormittag war die Zufahrt und das Parkieren erlaubt (Generell 50).

- In Burgdorf ist ein Teil der Altstadt im Sommer ab 17 Uhr gesperrt. Vorher ist er als Begegnungszone befahrbar.
- In der Altstadt Sursee gilt ein Wochenendfahrverbot vom 2. Mai bis 30. September des Jahres jeweils von Samstag ab 17.00 bis Montag 6.00 Uhr. In der übrigen Zeit gilt die Altstadt als Begegnungszone.
- In vielen Altstädten sind einzelne Gassen oder Plätze am Markttag gesperrt.

Des Weiteren können die oben genannten Zonen mit Ausnahmen für Zubringer- oder Lieferdienste ausgestattet werden:

- Zubringerdienst (gilt in der Regel auch für Kunden, die Waren laden)
- Lieferzeiten / Warenumsatz (z.B. beschränkt auf den Vormittag bis 11 Uhr)
- Anwohnerberechtigung (erfordert ggf. eine individuelle Bewilligung)

Folgerungen für den öffentlichen Raum und den Verkehr

Die Umfragen und Workshops haben gezeigt, dass eine Mehrheit eine höhere Aufenthaltsqualität wünscht. An den Workshops wurden Ausstattungselementen klar den Vorzug gegeben gegenüber Parkplätzen. Man will attraktiver werden, mehr Platz haben zum Flanieren und Verweilen. Der herausragende Charme der Gassen sollen besser erlebbar sein.

Bei den Lösungen, wie das zu erreichen sei, steht aufgrund des Entwicklungsprozesses zur Nutzungsstrategie die Begegnungszone im Vordergrund. In den Workshops herrschte darüber ein breiter Konsens. Für die Fussgängerzone, von einigen gewünscht, ist die Zeit noch nicht reif, die Fussgängerfrequenzen sind noch zu wenig hoch. Gestaltungsskizzen zu den Gassen liegen aus den Jahren 2013/14 vor. Diese sind weitgehend kompatibel mit den vorliegenden Erkenntnissen. Kritisch zu hinterfragen sind die Zahl und Anordnung der Parkplätze. Viele Workshopteilnehmer wünschten sich anstelle von Parkplätzen möblierte Aufenthaltsräume. Im Hinblick auf die spätere Entwicklung der Gassen von der Begegnungs- zur Fussgängerzone, müsste die Planung die Möglichkeiten bereits heute aufzeigen.

Die Gerbergasse liesse sich zu einem echten Kleinod entwickeln, indem man das Element Wasser wieder spürbar machen würde. Das Wohnen am Wasser, ähnlich einer Gracht in Amsterdam, wäre ein echter Belebungsstuffer in der sonst eher etwas vernachlässigten Wohnumgebung der unteren Altstadt. Auch würde die Beziehung zum Altstadtparkhaus aufgewertet.

Gewerbebetriebe sind in der Altstadt auf Kurzzeit-Parkplätze angewiesen, einige mehr (z.B. Metzgereien) andere weniger (z.B. Boutiquen). Kurzzeitparkplätze fehlen weitgehend. In der Oberen Altstadt darf nicht parkiert werden, ausgenommen in der Obergasse. In der Schmieden-/Untergasse stehen nur Langzeitparkplätze zur Verfügung. Insgesamt unterscheidet sich das heute gelebte Verkehrsregime in der Altstadt nicht wesentlich von einer Begegnungszone.

3.3. Wohnen

Tendenz heute

Das Wohnen in unseren Städten ist in der Regel gut nachgefragt, im Unterschied z.B. zur Situation in Frankreich oder Belgien, wo das Einfamilienhaus auf dem Land die primäre Perspektive der Bewohner darstellt. Damit nimmt das Wohnen eine zentrale Stellung ein für unsere Städte und Ortskerne, auch wenn es eine wenig auffällige Nutzung ist. Es übertrifft ertragsmässig die Detailhandels- und Büronutzungen in den kleineren und mittleren Städten bei weitem. Aus diesem Grund sind Nutzungsstrategien immer mit Rücksicht auf das Wohnen zu entwickeln.

Aus Sicht des Eigentümers spielt die Verteilung der Erträge innerhalb des Hauses eine zentrale Rolle. In Zeiten des boomenden Detailhandels in den Zentren (1960er bis 1980er Jahre) lagen die Erträge auf den Erdgeschossflächen meist deutlich über denjenigen der Wohntagen. Dies führte dazu, dass der Fokus des Hauseigentümers auf der Laden- oder Büronutzung lag. Das Wohnen war eine Ergänzung. Dieses Verhältnis hat sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten langsam gedreht. Die Erträge auf den Erdgeschossen sind in vielen Ortschaften gesunken, zuerst in den Nebengassen, dann in den Hauptgassen. Inzwischen ist für viele Eigentümer die Wohnnutzung die wichtigere und vor allem verlässlichere Nutzung geworden. Wir sprechen von einem Wandel der Leitnutzung hin zum Wohnen.



Ladennutzungen bringen nicht mehr die Haupterträge der Liegenschaften. Die Wohnnutzung wird zunehmend zur wichtigen Einnahmequelle für die Liegenschaft.

Dieser Wandel der Leitnutzung bedeutet für den Eigentümer eine Umorientierung. Er muss seine Liegenschaft teilweise neu ausrichten, um wegfallende Erträge zu kompensieren. Das Wohnen ist in der Regel fähig, diese Erträge zu generieren. Die Eigentümer verlegen ihre Hauptperspektive damit von der Ladennutzung (Erdgeschoss) auf die Wohnnutzung (Obergeschoss).

Mit dem Wechsel der Leitnutzung ändert sich die Perspektive des Eigentümers. Seine Aufmerksamkeit richtet sich auf die Frage, wie in der Alt-

stadt ein attraktives Wohnumfeld geschaffen werden kann, um seine Wohnungen vermieten zu können. Zudem wechselt der Schwerpunkt der Investitionen vom Erdgeschoss in die Obergeschosse. Man kann den Wechsel der Sichtweise in einem Vergleich zeigen:

	Leitnutzung Detailhandel	Leitnutzung Wohnen
Hauptertrag	Erdgeschoss	Obergeschosse
Investitionen	Schaufenster, Ladenausbau, Vergrößerung der EG-Flächen	Renovation der Wohnungen, Küchen, Bäder, Anbau von Balkonen
Ziel für das Zentrum	Mehr Kunden	höhere Lebensqualität
Thema Parkplätze	mehr Parkplätze für die Kunden	mehr Parkplätze für die Bewohner
Thema Bars und Kultur	Toleranz, bringt Frequenzen	Zurückhaltung bis Ablehnung
Aussenraum	Mehr Raum und Freiheit für Gastronomie und Verkauf. Mehr Parkplätze.	Mehr Sauberkeit und Ordnung, weniger Lärm. Mehr Spielplätze und Aufenthaltsbereiche.

Mit dem Wechsel der Leitnutzung bleibt die Frage offen, wie die Erdgeschosse genutzt werden können. Für den Eigentümer verliert das Erdgeschoss als Ertragsquelle an Bedeutung. Das bedeutet aber nicht, dass die Nutzung egal wäre. Im Gegenteil: Weil das Wohnen im Haus attraktiv werden oder bleiben soll, muss im Erdgeschoss eine wohnverträgliche Nutzung sichergestellt werden. Spielsalons, Imbissbuden oder Nachtbars sind dem Wohnen abträglich. Es ist daher wichtig, die Eigentümer auf diese Zusammenhänge hinzuweisen und ihnen die neue Rechnung für ihr Haus exemplarisch zu zeigen, damit sie nicht der Versuchung erliegen, eine Ersatznutzung im Erdgeschoss zu akzeptieren, die ihnen und allenfalls ihren Nachbarn die Erträge auf dem Obergeschoss mindert.

Faktor historischer Kontext

Altstädte oder historische Ortskerne zeichnen sich dadurch aus, dass ein grosser Teil der Häuser alt sind. Dieses Alter wird zum einen als Last, zum anderen als Chance erkannt. Beides muss differenziert betrachtet und entwickelt werden.

Während man das Alter als Last meist in Form von hohen Renovationskosten, Auflagen durch die Denkmalpflege oder vermindertem Komfort (Raumhöhe, Belichtung etc.) erlebt, sind die Chancen etwas weniger leicht zu erkennen. Man erlebt sie spätestens dann, wenn man versucht, die Wohnungen auf den (Miet-)Markt zu bringen. Dann nämlich werden alle Nachteile der typischen Altstadtwohnung abgewogen gegenüber den Vorteilen. Und bei den Vorteilen sind es vor allem zwei Faktoren, die zählen:

- die stimmungsvolle Umgebung in der Altstadt oder im Ortskern
- das stimmungsvolle Interieur einer Altbauwohnung

Der zweite Punkt wird gelegentlich unterschätzt, was zur Folge hat, dass immer wieder Altbausubstanz verloren geht. Mit jedem Umbau entledigt man sich eines Teils des "alten Zeugs", um eine Generation später feststellen zu müssen, dass genau dieses "alte Zeug" die Menschen von heute fasziniert und für die alten Häuser begeistern lässt:

- spezielle Raumgefüge (Höfe, Durchblicke, Erschliessungen etc.)
- Öfen und Feuerstellen
- Täfelungen, Türen, Beschläge
- Treppenhäuser mit alten Handläufen und geschnitzten Elementen
- Innenhöfe mit verzierten Verglasungen
- etc.



Die Pflege der alten Bausubstanz zahlt sich langfristig immer aus. Das "Alte" überwindet seinen damaligen Zeitkontext und wird zeitlos. Kombiniert mit modernem Komfort finden solche Wohnungen immer Mieter und lösen teilweise gute Mieten aufgrund des emotionalen Mehrwerts, der in ihnen steckt.

Es ist ein Ziel der Nutzungsstrategie, den Eigentümern die Werte im Inneren der Häuser klar zu machen. Sind sie einmal verloren, kann man sie nicht mehr zurückholen und muss fortan mit einer "schnöden" neuzeitlichen Wohnung leben, mit dem Unterschied, dass man sie nicht so grosszügig gestalten kann, wie in einem Neubau.

Es geht daher darum, die Eigentümer durch gute Beispiele¹ auf den Geschmack zu bringen, den emotionalen Wert ihrer eigenen Häuser zu erkennen. Gerade in der Kombination von Alt und Neu lässt sich sehr viel Charme bei gleichzeitigem Komfort entwickeln. Auch moderne Raumaufteilungen vertragen sich gut mit alter Bausubstanz, sei es in Form von geöffneten Räumen, Galerien oder geöffneten Estrichen.

¹ Siehe auch: http://www.netzwerk-altstadt.ch/Netzwerk_Altstadt/Publikationen.html

Die Kombination von Alt und Neu ist auch mit einfachen Mitteln möglich, wie diese Küche von IKEA in einem alten Haus in Arbon zeigt. Vor allem die Nasszellen müssen heutigen Anforderungen entsprechen. In allen anderen Räumen darf es durchaus rustikal zu und her gehen.



Folgerungen für das Wohnen

Das Wohnen in der Altstadt Biel ist gut nachgefragt, was auch für die Unter- und Schmiedengasse zutrifft. Die jüngsten Renovationen zeigen, dass es eine urban eingestellte Bewohnerschaft gibt, die in der Altstadt wohnen und damit am Altstadtleben teilhaben möchte. Damit ist die grundsätzliche Dynamik gegeben, damit sich die Bausubstanz erneuern lässt und das Wohnen Bestand hat.

Der Umgang mit der historischen Bausubstanz ist heikel. Einfachere Häuser laufen Gefahr, durch Luxussanierungen entstellt zu werden. Dadurch wird das Gesicht des Ortes verwischt, was bedauerlich ist und die Identität schwächt. Es ist daher sinnvoll, für einzelne Gebäude den passenden Liebhaber zu finden, der eine Lösung ohne zu tiefen Eingriff umsetzen kann. Konkret kann dies über folgende Ansätze geschehen:

- Man muss gute Beispiele von Renovationen und stimmungsvollen Umbauten zeigen oder kommunizieren, um anderen Mut für eine sanfte Lösung zu machen. Eine Idee wäre ein Tag der ‚guten Beispiele zum Altstadtwohnen‘. Gute Beispiele hat es glücklicherweise manche in der Bieler Altstadt.
- Es sind spezifische Lösungen für einzelne Gebäude zu suchen, welche die Identität des Ortskerns prägen. Je nach Ausgangslage lässt sich dafür auch eine Stiftung oder eine Korporation gewinnen, die sich dem historischen Erbe annimmt. Die Stadt könnte hier Hilfestellung leisten.

Die Aussenräume der Altstadt bilden stimmungsvolle Möglichkeiten, die Identität weiter zu schärfen. Sowohl Anwohner als auch Gewerbetreibende könnten motiviert werden, die Gassen und Plätze vermehrt mitzugestalten, unter Einhaltung gegenseitig ausgehandelter Regeln.



Private Aussenräume in der Schmieden- und Untergasse finden sich keine. Potenziale bestehen südseitig der Gassen, vor allem hin zur Gerbergasse. Hier können Terrassen und Balkone die Attraktivität der Wohnungen massgeblich steigern.

Balkone, Terrassen und Loggien zur Schmieden- und Untergasse sind kaum vorhanden. Da es auch nicht möglich ist die Wohnungen zu diesen Gassen damit nachzurüsten, sind erstens die öffentlichen Aussenräume optimal auszugestalten und zweitens die Potenziale von Terrassen, Balkonen, Höfen und Gärten entlang der Gerber- und Kanalasse zum Gewinn an Wohnqualität voll auszuschöpfen. Dazu sind private Nutzungen im öffentlichen Raum zu ermöglichen, innerhalb gewisser Grenzen. Das Obergässli ist ein gutes Beispiel dazu.

3.4. Kultur, Tourismus und Begegnung

Nicht nur die Ladennutzung und das Wohnen sind wichtige Funktionen der Altstadt, sondern alle anderen Nutzungen auch, die Begegnungen fördern. Das sind alle kulturellen Aktivitäten, der Tourismus (Sehenswürdigkeiten), aber auch Verwaltungen, Schulen, Bibliotheken etc. Diese Nutzungen dürfen nicht unterschätzt werden, auch wenn der Detailhandel oft die attraktivste und aktivste unter diesen Begegnungsnutzungen ist.

Die unterschiedlichen Formen von Kultur, Tourismus und Begegnung müssen in ihrer Wirkung auf den Stadtkern beurteilt werden. Nicht jede Art von Aktivität nützt der Altstadt in gleichem Mass, und der Nutzen ist oft beschränkt auf einen Teil des Ortskerns. Nachfolgende Tabelle gibt einen Eindruck der positiven und negativen Aspekte der einzelnen Aktivitäten in der Altstadt. Eine weitere Differenzierung ist abhängig von den konkreten Verhältnissen.

Die in der Tabelle genannten Nutzungen mischen sich sehr gut mit dem Einkauf, wobei die Prioritäten klar sind: In Einkaufslagen sind Nutzungen erwünscht, die tagsüber geöffnet sind, etwas zeigen und für ein breites Publikum von Interesse sind. Kinos, Spielsalons, Bibliotheken oder Schulen gehören da nur bedingt dazu. Man muss also von einer Ergänzungsfunktion sprechen, allerdings einer bedeutenden.

Kategorie	Typ	Nutzen für die Altstadt als Einkaufsort	Nutzen für die Altstadt als Wohnort	Nutzen für die Altstadt als Begegnungs- und Identifikationsort
Klassische Kultur	Theater			
	Kino			
Öffentliche Einrichtungen	Bibliothek / Ludothek			
	Begegnungszentren			
	Schulen / Krippen			
	Administration			
Restauration und Unterhaltung	Café / Restaurant			
	Bar / Lounge/ Disco			
	Snack / Kebab			
	Spielsalon			
	Erotische Angebote			
Sport und Spiel	Sportplatz			
	Bad			
	Kinderspielplatz			
	Park / Garten			
Geschäfte	Büro / Dienstleistungen			
	Detailhandel			
	Paraläden			
Veranstaltungen	Event / Fest			
	Markt			
Private Aktivitäten	Vereine und Clubs			
	Wohnen			

Nutzen für den Ortskern :

stark positiv

positiv

leicht positiv

neutral

problematisch (je nach Ausprägung)

Quelle: Netzwerk Altstadt

Man kann festhalten, dass es einige wenige Aktivitäten sind, die für Altstädte problematisch sind. Diese gilt es zu regeln und in einen verträglichen Rahmen zu setzen.

Folgerungen zur Kultur, Tourismus und Begegnung

Der Tourismus spielt in der Bieler Altstadt eine Rolle, er könnte noch wichtiger werden. Die Altstadt hat das Potenzial, touristisch einen grösseren Stellenwert zu erlangen. Die intakte Altstadt ist auch hier eines der wichtigen Argumente für die Gastlichkeit des Ortes. Eine weitere Entwicklung im Zusammenhang mit Kultur, Kunsthandwerk, Handwerk und Ateliers ist denkbar.

Bei der Kultur sind es in der Untergasse vor allem Gasthäuser und Cafés und zunehmend auch kleine Galerien oder Clublokale, welche Leben und Kultur in die Gassen bringen. Teilweise könnte das Angebot über die Nutzung von Kellerlokalen oder Erdgeschossen erweitert werden. Dabei ist die bis anhin wenig akzentuierte Problematik des Lärms im Auge zu behalten.

Von der wichtigsten Begegnungsnutzung sind die Aktivitäten rund um Verwaltung, Schulen und Dienstleistungen, die sich in der Altstadt abspielen. Von diesen gibt es keine in den zwei Gassen. Zu prüfen ist, ob Nutzungen in Form von Kinderkrippen, Ludotheken/Bibliotheken, Beratungsstellen, Schülerhilfen etc. gefunden und im ehemaligen „Yuka-Lokal“ Platz finden. Die Stadt nimmt in diesem Sinne Einfluss auf die Entwicklung ihrer Liegenschaft. Für solche Angebote sind aber auch ehemalige Ladenlokale geeignet. Diese Nutzungen würden zur Belebung der Gassen beitragen, sie wären eine ideale Ergänzung zu den vorhandenen Nutzungen in den zwei Gassen.

3.5. Vernetzung

Ausgehend von den zwei Gassen und ihren Potenzialen zur Steigerung der Lebensqualität wurde im Verlaufe der Arbeiten zur Nutzungsstrategie immer klarer, wie überaus stark sie in den gesamten Stadtkern eingebunden und von ihm abhängig sind, sei es vom Verkehr, von der Parkierung, von den Passanten, vom Verkauf, von den Projekten rund um die Schmieden- und Untergasse. Deshalb ist es sehr wichtig, Massnahmen zu ergreifen, welche das Inseldasein ideell und räumlich überwinden helfen.

Die Vernetzung muss mit zwei Massnahmen erfolgen:

- Strategische Lagen wie die Mühlebrücke und der Juraplatz müssen mit interessanten Nutzungen aufgewertet werden, auf den Plätzen und in den angrenzenden Liegenschaften.
- Die Kanalgasse muss für Fussgänger leichter passierbar werden, von der Mühlebrücke bis zum Neumarktplatz.

Die beiden Gassen in der nördlichen Altstadt waren und sind nicht geeignet für den klassischen Detailhandel, sie können die dazu nötigen Flächen nicht anbieten, sie können nicht die Passanten-Frequenzen generieren, wie wir sie von der Nidaugasse kennen. Ausnahme bildet der ehemalige Coop an der Mühlebrücke, welcher ausgezogen ist, trotz der grosszügigen und guten Lage am Brückenkopf zur Nidaugasse. Frequenzbringer gehen dorthin, wo Frequenzen sind, deshalb ist Coop aus der Altstadt ausgezogen. Das Halten der Neumarktmigros ist für die Alt-

stadt sehr wichtig, die Migros bringt Kunden und bietet ein alternatives Angebot zu den Altstadtläden.

Die Schmieden- und Untergasse besitzen im Unterschied zu Nidaugasse jedoch Potenziale der Sinnlichkeit, Identität und Authentizität, welche der Einkaufsmeile auf der anderen Seite der Kanalgasse weitgehend abgehen. Neuere Entwicklungen zeigen, dass gerade diese Qualitäten von den Kunden und damit von den Detailhändlern wieder entdeckt werden. Dies kann eine Chance für die Altstadt sein: Shoppen in der Markt- und Nidaugasse, Geniessen und Verwöhnen in der Altstadt.

Vernetzungen durch die Belebung strategischer Orte wie des Juraplatzes sind zentral. Dies geschieht durch die angrenzenden Erdgeschossnutzungen und durch Aufwertungen des Aussenraums. Das Passanten-Netz funktioniert erst, wenn die Verknüpfungspunkte stimmig, das heisst für sie ein erstrebenswertes Ziel sind.



Vernetzung kann auch aufgrund von strategischen Kooperationen erfolgen. So wäre beispielsweise eine Partnerschaft der Altstadtgeschäfte mit dem Hauslieferdienst „1-2 Domicil“ prüfenswert (Beispiel Burgdorf).



Das könnte sich so anfühlen: Jean hat seinen Wocheneinkauf im Neumarktmigros gemacht und lässt den Einkauf vom Kurier „1-2 Domicile“ nach Hause bringen. Er schlendert deshalb locker geradewegs vom Ausgang der Neumarktmigros durch die Autoschlangen über die Kanalgasse, und er nimmt auf der gegenüberliegenden Seite auf dem breiten, mit Bistrotischen gefüllten Trottoir einen Apéro. Hier ist die neue Partymeile,

von Donnerstagabend bis Sonntag pulsiert hier das Highlife. Schliesslich geht Hans weiter durch die Collègegasse, um in die Untergasse zu gelangen, wo er unvermittelt seine Kumpels trifft, eine Galerie besucht und mit seinen Freunden auf dem Juraplatz noch ein oder zwei Biere trinkt. Im alten Volkshaus ist neu eine Schau-Brauerei eingemietet, welche das „Römerbräu“ (Wasser von der Römerquelle) herstellt, eine Adresse, die mittlerweile weitherum bekannt und zur Institution geworden ist. Durch diese ist der Juraplatz und die Untergasse Richtung Juraplatz wieder belebt, die „Paraläden“ in der Untergasse florieren und bieten eine eigenständige Stimmun („Soho“). Die Kehrseite ist, dass die Mieten in der Untergasse steigen, was nicht alle freut, aber lange anstehende Renovationen an Gebäuden möglich macht. Die Lebensqualität ist auch durch die Öffnung des Kanals in der Gerbergasse deutlich gestiegen. In manch einem Haus an der Gerbergasse ist eine neue Klientel eingezogen. Die zentrale Wohnlage, am Wasser, am Rande der Altstadt ist begehrt. Das Image der Altstadt hat sich deutlich zum Besseren gewandelt. Zuhause angekommen, findet Jean den Einkauf von der Stadt vor der Haustüre. – So oder ähnlich könnte die Geschichte nach der Umsetzung der Nutzungsstrategie erzählt werden.

Es sind nicht nur die grossen Detailhändler, welche auf Kunden und Passanten angewiesen sind, auch die Altstadtläden müssen Umsätze generieren, um leben und überleben zu können. Deshalb gilt es, Synergien zu suchen, sich im Stadtkern zu vernetzen und an strategisch wichtigen Lagen wie den Zugängen Mühlebrücke und Juraplatz interessante Nutzungen zu platzieren, welche viele Kunden anziehen. Die Migros nahe der Collègegasse ist als Frequenzbringer noch da, sie ist sehr wichtig für die Altstadt, bringt sie doch Kunden und bietet ein Angebot, welches das Sortiment in den Gassen ergänzt. Umgekehrt hat auch die Neumarktmigros ein Interesse an der Altstadt, an den ergänzenden Angeboten, welche die Altstadt bietet, denn sie muss mit der Konkurrenz am Stadtrand kämpfen. Diese ist sehr gross, da ein Überangebot an Detailhandelsflächen vorhanden ist und neue Formate und Vertriebskanäle den dynamischen Markt des Detailhandels fordern. Deshalb müssten die Ladenbetreiber der Altstadt auf die Migros zugehen und im gemeinsamen Interesse Massnahmen folgen lassen – zum Beispiel einen Hauslieferdienst anbieten, wie oben beschrieben.

Eine Belebung der Schmieden- und Untergasse stellt sich nicht von alleine ein. Ohne zahlreiche Gespräche mit Grundeigentümern, Workshops und die Suche und Vermittlung von geeigneten Läden geht es nicht. Die Stadt Lienz in Österreich, das Vorzeigebispiel diesbezüglich, hat es mit Cleverness und einem grossen Effort aller Akteure in der Stadt geschafft, das Zentrum neu zu beleben.²

2 Siehe auch VLP-ASPAN: „Ortskerne beleben“ in RAUM & UMWELT, November 4/2015.

3.6. Kanalgasse

Die Kanalgasse ist aus Sicht der Altstadt eine städtebauliche Verletzung. Sie zerschneidet die ehemals zusammengehörenden Altstadtteile und separiert heute die Altstadt vom belebten Stadtzentrum. Die Wirkung der Kanalgasse mit ihrer Verkehrsbelastung ist so einschneidend, dass quasi zwei Welten entstanden sind, und die Altstadt eine Art Inseldasein hinter dem „reisenden Verkehrsfluss“ fristet, der schwer zu überwinden ist.

Diese Insellage hat ihre reizvollen und ihre weniger schönen Seiten. Für das Lebensgefühl der Bieler, aber auch aus städtebaulicher Sicht ist die trennende, stark befahrene Kanalgasse ein grosser Makel. Man kann ihren Charakter allenfalls erklären mit dem wenig ambitionierten Bieler Lebensansatz seiner Stadt gegenüber oder der seit Jahrzehnten diskutierten Autobahnumfahrung, die allerdings ihre Wirkung erst in ferner Zukunft, bei der Eröffnung des Anschlusses in Richtung Neuchâtel, entfalten wird. Damit bleibt die Kanalgasse noch für lange Zeit ein für die Altstadt schwieriges Trennwerk in einem zerschnittenen Stadtkern.

Unabhängig von der Umfahrung sollten daher jetzt Massnahmen zur verträglicheren Gestaltung des Verkehrs oder zur leichteren Querung der Kanalgasse ergriffen werden. Denkbar ist ein System, wo der Strassenraum in einem längeren Abschnitt von Fussgängern gequert werden kann. Hierzu gibt es andernorts Beispiele: Begegnungszone (auf Kantonsstrassen z.B. in Grenchen), Mischzone (Thun), Querungshilfe mit Mittelstreifen (Köniz, Wabern). Eine Lösung mit Fussgängerstreifen dürfte schwierig sein, weil damit die Kapazität der Strasse sinken könnte. Als flankierende Massnahmen für die Sicherheit der Fussgänger sind gestalterische Massnahmen und eine Reduktion der Geschwindigkeiten vorzusehen.

Es gibt zurzeit einige Leerstände an der Kanalgasse auf der Seite der Altstadt. Dies auch deshalb, weil die Erreichbarkeit für Fussgänger schlecht ist und die Kanalgasse keine Fussgängerachse ist. Die Lage an sich aber wäre gut und würde sich durch eine bessere Querung wohl leicht entwickeln lassen. Durch ihre exponierte Lage eignet sie sich als Bistromeile.

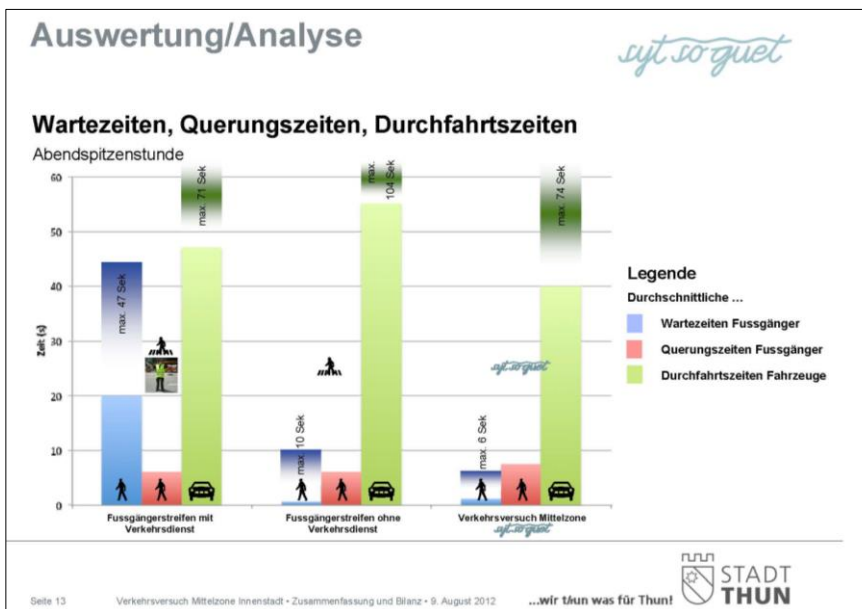


Die Geschäfte an der Kanalgasse würden mit einer Mittelzone zwischen den Fahrspuren etwas weniger Vorplatz erhalten, jedoch eine bessere

Passantenlage, was dem Geschäft und der Brückensituation zur Schmieden- und Untergasse nur zuträglich wäre.

Beispiele in verschiedenen Städten zeigen, dass einiges möglich ist. Einst war es auch in diesen Städten für viele nicht vorstellbar, dass diese Experimente funktionieren würden. In der Bieler Kanalgasse sollte ein Versuch gewagt werden. Gelingt er, wäre das ein grosser Gewinn:

- Die Altstadt und die Neustadt würden attraktiv verbunden, der Austausch würde sich intensivieren.
- Die Vorplätze der Häuser an der Kanalgasse könnten als belebte Café- und Clubmeile (an der richtigen Lage) genutzt werden.
- Die Leerstände könnten wieder mit Nutzungen gefüllt werden, was dem Erhalt der Bausubstanz dient.
- Grundeigentümer könnten wieder gute Preise für die Erdgeschossnutzungen erzielen.
- Für die Fussgänger wäre es wieder interessant, an der Kanalgasse und entlang dem geöffneten Kanal in der Gerbergasse zu spazieren.



Die sorgfältige Auswertung des Thuner Versuchs zeigt die Auswirkungen der verschiedenen Verkehrssysteme auf Fussgänger und Autofahrer.

Quelle: Website von Thun

4. Umsetzung

Die Stossrichtungen sollen helfen, die vielen Ideen von Seiten der Stadt, der Altstadtbewohner und Ladenbesitzer zu einer Strategie zu formen und ihnen zum Durchbruch zu verhelfen. Zum Teil umfassen die Stossrichtungen – wie jene für die Gerbergasse – Vorhaben, die schon lange geplant und zur Umsetzung bereit sind, aber aus verschiedenen Gründen noch immer auf die Realisierung warten.

4.1. Stossrichtungen und Massnahmenfelder, Tabelle

Stossrichtungen	Massnahmenfelder	
A Die Gassen aufwerten	A1	Attraktivierung Schmieden- und Untergasse
	A2	Inwertsetzen von Gebäuden in den Gassen
	A3	Verkehrsregime optimieren
	A4	Ruhenden Verkehr in der Altstadt besser organisieren
	A5	Öffentliche Beleuchtung verbessern
	A6	Kanal Gerbergasse öffnen
B Die Altstadt besser vernetzen	B1	Situation Mühlebrücke verbessern
	B2	Juraplatz umgestalten
	B3	Querung Kanalgasse erleichtern
	B4	Signaletik Fokus Altstadt verbessern
C Die Zusammenarbeit optimieren	C1	Regelmässiger Info-Austausch
	C2	Immoplattform für Altstadtliegenschaften führen
	C3	Kommunikation in Medien zur Altstadt sicherstellen

4.2. Commitment

Die Mitglieder der Begleitgruppe verpflichten sich, die Massnahmen im hier beschriebenen Rahmen zur Umsetzung respektive zur Realisierung zu bringen. Die Begleitgruppe als Kompetenz- und Meinungsbildungsgremium wird die Massnahmen Ende 2017 in ihrem Realisierungsstand überprüfen und allenfalls die Umsetzung neu justieren.

Durch die Zusammenarbeit aller am Entwicklungsprozess beteiligten Akteure, von den Grundeigentümern über die Ladenbesitzer und Restaurateure zu den Quartiervertretern bis hin zur Stadt, wird es gelingen die Massnahmen zu Gunsten der Lebensqualität umzusetzen.

