

# Kooperative Altstadtentwicklung Rapperswil



## Ergebnisbericht Workshopverfahren und Massnahmenkatalog

intosens – urban solutions  
Nutzung & Identität

Zürich, September 2017

## Einordnung des Workshop Verfahrens aus Sicht des Stadtrates

Die kooperative Altstadtentwicklung Rapperswil war Ziel und ist gleichzeitig Ergebnis des Workshop-Verfahrens 2017. An drei Abenden diskutierten gegen vierzig Teilnehmende über wünschbare und realisierbare Massnahmen. Die Altstadt soll und muss eine positive Zukunftsperspektive haben - darüber waren und sind sich Alle einig. Mehrheitlich einig waren sich die Teilnehmenden auch in Bezug auf den aktuellen Zustand der Altstadt: Die Altstadt liegt nicht auf dem Sterbebett, sie lebt, es wird investiert und die Vielfalt ist überraschend gross.

Trotzdem, auch die Altstadt von Rapperswil ist vom stetigen und aktuellen Wandel betroffen: Gesellschaftliche Veränderungen, hohe Bodenpreise, ein Überangebot an Waren und Dienstleistungen, der online-Handel und die weiter zunehmende Mobilität haben auch auf die Altstadtentwicklung grossen Einfluss. Hohe Mieten für Ladenflächen und Wohnungen schränken die Vielfalt und das Kreative ein, Neues kommt und geht, nur wer es sich leisten kann, zieht in die Altstadt, viel Altstadtspezifisches ist Geschichte und hat die Altstadt verlassen. Speziell der Detailhandel kämpft ums Überleben, der online-Handel lässt die Ladenumsätze sinken und kaum jemand geht nur noch wegen einem Einkauf in die Altstadt. Vor diesem Hintergrund entstand in den Workshops ein bunter Ideen-Strauss an Massnahmenvorschläge zur Stützung der Zukunftsfähigkeit der Altstadt. Autoren der Massnahmen sind die Workshop-Teilnehmenden, teils als Abgesandte ihrer Organisationen, teils in der Rolle ihrer Funktionen.

Der vorliegende Bericht ist das Protokoll dazu. Das Massnahmenbündel ist angereichert mit den jeweils beteiligten Akteuren und den Verantwortlichen für die Massnahmenumsetzung.

Der Stadtrat hat den Bericht in zwei Lesungen beraten und verabschiedet. Die Exekutive bekennt sich zur Umsetzung und wird ihren Beitrag zum Gelingen der Kooperation zwischen der Stadt und den Interessensvertretern der Altstadt leisten. Dabei spielt der Altstadtclub

das Zünglein an der Waage - gelingt es, diesen Club mit motivierten, engagierten und vernetzt denkenden und handelnden Personen zu bestellen, werden sich auch Erfolge einstellen.

Hingegen distanziert sich der Stadtrat ganz klar von Massnahmen, welche das Ziel haben, demokratisch gefällte Entscheidungen wieder zu hinterfragen oder sogar rückgängig zu machen. Für den Stadtrat ist das Thema Erhalt des Berufs- und Weiterbildungszentrums Rapperswil (BWZ) am heutigen Standort keine Handlungsoption - daran ändert auch eine nicht ganz objektiv zustande gekommene Workshop-Massnahme zur Erhaltung des BWZ-Standortes nichts.

Die kooperative Altstadtentwicklung ist wünschenswert und hat mit den Workshops einen Anfang genommen. Nun braucht es von allen Interessierten Tatbeweise – kooperativ trägt die Stadt das Projekt mit.

Martin Stöckling, Stadtpräsident

Thomas Furrer, Stadtrat, Ressortvorsteher Bau, Liegenschaften

# Impressum und Inhaltsübersicht

## Auftraggeberin

Stadtverwaltung Rapperswil-Jona  
St. Gallerstrasse 40, CH-8645 Jona

Thomas Furrer, Stadtrat / Ressortvorsteher Bau,  
Verkehr & Umwelt  
Marcel Gämperli, Leiter Stadtplanung  
Markus Naef, Projektleiter Stadtplanung

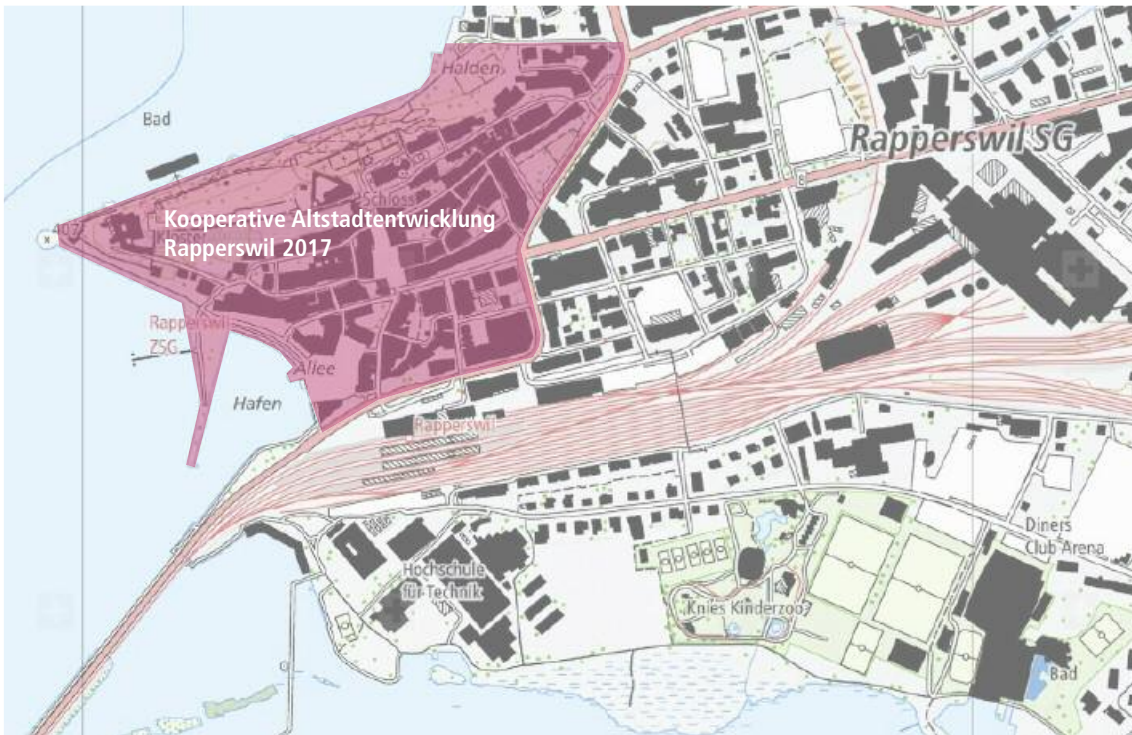
## Inhaltsübersicht

Einordnung und Prozess	S.3
Themenbereiche und Strategielinien	S.4
Themenbereich 1: Charakter	S.5
Themenbereich 2: Detailhandel & Gastronomie	S.7
Themenbereich 3: Wohnen & Arbeiten	S.10
Themenbereich 4: Kultur & Veranstaltungen	S.11
Themenbereich 5: Raumqualität	S.13
Themenbereich 6: Gemeinschaftssinn	S.14

## Projektführung und -bearbeitung

intosens ag – urban solutions  
Nutzung & Identität  
Waffenplatzstrasse 54, CH-8002 Zürich  
Tel. +41 44 205 55 44  
mail@intosens.ch  
www.intosens.ch

Dr. Götz Datko      g.datko@intosens.ch (Projektleitung)  
Ulrike Franklin      u.franklin@intosens.ch  
Lukas Wahlen      l.wahlen@intosens.ch



Quelle Karte: Swisstopo

## Einordnung und Prozess

### Ausgangslage

Ziel der Workshops zur Altstadtentwicklung Rapperswil war einerseits die Entwicklung konkreter Massnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Altstadt und andererseits die Schaffung eines Auftakts zur dauerhaften Etablierung eines kooperativen Vorgehens bei der Altstadtentwicklung. Es sollte eine Win-Win-Situation für alle beteiligten Akteure erreicht und gemeinsam an der Zukunftsfähigkeit der Altstadt gearbeitet werden.

### Workshops

Drei Workshops wurden durchgeführt, die in einen dauerhaft kooperativen Prozess der Altstadtentwicklung überleitet werden sollen. Die wesentlichen Inhalte der Workshops waren:

#### *Workshop 1 (28. März 2017)*

Es wurde ein gemeinsames Verständnis zu Ausgangslage und Problemstellungen der Altstadt(entwicklung) geschaffen.

#### *Workshop 2 (25. April 2017)*

Es wurden Zielsetzungen der Altstadtentwicklung entwickelt.

#### *Workshop 3 (4. Juli 2017)*

Es wurden konkrete Massnahmen erarbeitet und Zuständigkeiten definiert.

### Teilnehmer

Die Workshops fanden geladen statt, wofür gezielt Privatakteure und Meinungsbildner ausgewählt wurden, welche die Vielfalt der Altstadt repräsentativ vertreten. Dazu zählten Personen aus den Bereichen Detailhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Hotellerie, Handwerk, Tourismus, Kultur, Vereinswesen, Wohnen, Gebäudeeigentümer und Ortsgemeinde. Seitens der Stadt waren der Stadtpräsident, Stadträte und Vertreter der Verwaltung beteiligt. Die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Workshops erfolgte durch intosens ag.

### Massnahmenkatalog

Der vorliegende Massnahmenkatalog hält die im dritten Workshop erarbeiteten Massnahmen und definierten Zuständigkeiten fest und soll damit fortan der kooperativen Projektumsetzung für das gemeinsame Ziel eines attraktiven und lebendigen Zentrums als Wegweiser dienen.

Darüber hinaus beinhaltet dieses Dokument eine tabellarische Übersicht über die Zielsetzungen, die im zweiten Workshop erarbeitet wurden sowie die Strategielinien, die sich im Laufe der drei Workshops herauskristallisiert haben und als Grundhaltungen innerhalb der einzelnen Themenbereiche zu verstehen und zu verankern sind.

## Themenbereiche und Strategielinien

Die sechs Themenbereiche bilden die übergeordneten Entwicklungsschwerpunkte der Altstadt von Rapperswil, die sich im Laufe der drei Workshops herauskristalliert haben. Ihre Strategielinien sind als gemeinsame Grundhaltung zu verstehen und zu implementieren.

### Themenbereich 1: Charakter

Strategielinie: «Mutig, innovativ und qualitativ – dies sollen zukünftig die wichtigsten Attribute der Altstadtentwicklung sein. Darauf basierend sollen sowohl grosse Schlüsselprojekte als auch kleinere, alltägliche Aktionen die Altstadt zunehmend mit Überraschendem und Trendigem anreichern und insbesondere für jüngere Zielgruppen und Einheimische attraktiver machen.»

### Themenbereich 2: Detailhandel & Gastronomie

Strategielinie: «Speziell, kreativ und vielfältig – darauf sollen die Anbieter der Altstadt in ihrem Auftritt und ihrer Angebotsgestaltung Wert legen. Übergeordnet soll die Angebotsentwicklung durch ein Qualitätsraster und eine Liegenschaftsstrategie bestmöglich gesteuert und für eine hohe Erlebnisdichte gesorgt werden.»

### Themenbereich 3: Wohnen & Arbeiten

Strategielinie: «Spannende Synthese aus Tradition und Innovation – darüber soll im Bereich Wohnen & Arbeiten die Zukunftsfähigkeit der Altstadt erreicht werden. Altstadt-Liebhaberwohnen und traditionelle Handwerksbetriebe sollen neuen Wohnkonzepten und innovativen Dienstleistungsbetrieben gegenüberstehen.»

### Themenbereich 4: Kultur & Veranstaltungen

Strategielinie: «Lokal, regional, national, international – alle Ebenen sollen bedient werden. Einerseits soll über die Summe vieler kleiner Veranstaltungen und Angebote für Einheimische deren Identifikation mit der Altstadt gefördert und andererseits die nationale und internationale Bekanntheit der Altstadt durch Events gesteigert werden.»

### Themenbereich 5: Raumqualität

Strategielinie: «Vernetzt, einfach lesbar und punktuell modern – die Vernetzung zu Gebieten jenseits der Bahngleise und der Bahnhofstrasse soll verbessert und die Orientierung innerhalb der Altstadt erleichtert werden. Das historische Stadtbild soll gepflegt und punktuell durch moderne Gestaltungselemente kontrastiert werden.»

### Themenbereich 6: Gemeinschaftssinn

Strategielinie: «Partnerschaftlich, koordiniert und organisiert – die Altstadtentwicklung soll fortan in einem kooperativen Verständnis erfolgen. Unterschiedliche Akteure sollen eng und dauerhaft in festen Gefässen zusammenarbeiten und das «gemeinsame Ziehen an einem Strang» praktizieren.»

## Themenbereich 1: Charakter

### Einordnung & Bewertung

Dem Themenbereich Charakter wurde im Rahmen der Workshop-Verfahren eine sehr hohe Bedeutung zugemessen. 29% aller Bewertungspunkte wurden auf Massnahmen in diesem Themenbereich vergeben, womit er der wichtigste aller sechs Themenbereiche ist. Zudem beinhaltet er die drei höchstgewichteten Massnahmen (Massnahmen 1.1 bis 1.3).

### Zielsetzungen

Die Rapperswiler Altstadt soll sich vermehrt mutig und innovativ zeigen, wobei es im Kern darum geht, den Charakter der Altstadt zeitgemäss zu interpretieren und die Altstadt in ihrer Vielfalt weiterzuentwickeln. Die stolze, historische, aber bisweilen auch etwas verstaubt und stehengebliebene Altstadt braucht frischen Wind. Es sollen neue Zielgruppen angesprochen und die Angebote (insbesondere jene von Detailhandel und Gastronomie) gestärkt und auch für junge Menschen attraktiver gemacht werden.

### Implementierung

Eine grosse Mehrzahl der Workshop-Teilnehmer war sich einig, wie die Strategielinie «Charakter» eingelöst werden soll: Erstens wird ein Leuchtturmprojekt mit hoher Wirkung gewünscht (Massnahme 1.1). Zweitens soll ein Qualitätsraster entwickelt werden, über das die Nutzungsentwicklung der Altstadt gesteuert wird (Massnahme 1.3). Drittens sollen mehrere niederschwelligen Massnahmen wie etwa Pop-Up-Konzepte punktuell für moderne Akzente und damit einen schrittweisen Imagewandel sorgen (Massnahme 1.2 sowie «weitere Massnahmen»).

## 1.1 Leuchtturm am Hafen

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Der Neubau des Tourismus-Gebäudes am Fischmarktplatz soll für die Altstadt von Rapperswil ein Leuchtturmprojekt darstellen: Einerseits soll ein moderner, städtebaulicher und architektonischer Akzent gesetzt werden, der die prominente Lage an Hafen und Kantonsstrasse zur Adressbildung nutzt - hier soll die Altstadt ihr frisches, innovatives und modernes Gesicht zeigen. Andererseits soll das Gebäude durch verschiedene öffentliche Nutzungen einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden und einen hohen Öffentlichkeitsgrad aufweisen. Zusätzlich zur Funktion Tourismusinformaton kann dies durch gastronomische Angebote, nutzbare Räumlichkeiten für jedermann oder einen Aussichtspunkt eingelöst werden.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Zielsetzung eines mutigen und innovativen «Leuchtturms» in Projektentwicklung berücksichtigen</li><li>• Suche publikumsintensiver Ergänzungsnutzungen passend zur Tourismusinformaton</li><li>• Architekturprojekt</li></ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	Stadt, Rapperswil Zürichsee Tourismus

## 1.2 Pop-Up Konzepte

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	In der Altstadt sollen Pop-Up Konzepte in Gastronomie und Detailhandel gefördert werden und den öffentlichen Raum beleben. Dabei handelt es sich um temporäre Verkaufskonzepte, die auf Plätzen, Gassen oder an der Seepromenade verortet werden. Dies kann beispielsweise eine bekannte Modekette sein, die eine neue Kollektion an einem Wochenende anbietet oder eine Brauerei, welche die neue Biersorte anpreist. Die Form ist relativ frei wählbar – etwa kann an einen Pavillon in Leichtbauweise gedacht werden, prinzipiell
----------------------------	--

	können Pop-Ups aber auch in Innenräumen, respektive in leerstehenden Erdgeschossflächen stattfinden. Pop-Up Aktionen fördern Vielfalt und Innovation und dies ohne permanente Eingriffe in die historische, gebaute Altstadt.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standortabklärungen</li> <li>• Anbietersuche für Pop-Up Konzepte</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Altstadtförderer, Gastliche Altstadt, Einkaufszentrum, Eigentümer

### 1.3 Qualitätsraster

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	<p>Das Qualitätsraster soll die Idealvorstellung der Nutzungen einer zukunftsfiten Rapperswiler Altstadt beschreiben. Die Betonung liegt dabei explizit auf dem Wort «Qualität»: Es geht um die Festlegung des Niveaus von Nutzungen, respektive um die gemeinsame Haltung, welches Niveau langfristig angestrebt werden soll. Zur Erarbeitung des Qualitätsrasters sollen zudem präzise Überlegungen gehören, für welche Zielgruppen welche Bereiche der Altstadt mit welchen Nutzungen weiterentwickelt werden sollen. Im Ergebnis sollen für die gesamte Altstadt primär die Anforderungen an die publikumsorientierten (Erdgeschoss-)Nutzungen, sekundär aber auch die Anforderungen an die öffentlichen Aussenräume definiert sein.</p> <p>Das Qualitätsraster ist eher als Kodex denn als Pflichtenheft zu verstehen. Es ist nicht verbindlich für die Altstadtakteure, soll aber als Verhandlungsgrundlage und Koordinationsinstrument gegenüber Eigentümern, neuen oder bestehenden Anbietern oder bei neuen Projektvorhaben dienen.</p> <p>Das Qualitätsraster soll durch den Altstadt-Club (siehe Massnahme 6.1) erarbeitet werden. Dies unter der Voraussetzung, dass in ihm die Spitzen der unterschiedlichen Vereinigungen und wichtigen Behörden vertreten sind.</p>
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründung Altstadt-Club</li> <li>• Ausarbeitung des Qualitätsrasters</li> <li>• dauerhafte Orientierung am Qualitätsraster</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club

### 1.4 Altstadt als Marke weiterentwickeln

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Die «Marke Altstadt Rapperswil» soll definiert und weiterentwickelt werden. Dabei sollen Themen wie Rosenstadt, Seestadt oder Goldstadt aufgegriffen und modern interpretiert werden. Beispielsweise könnten die zahlreich vorhandenen Goldschmiede gemeinsam mit weiteren Akteuren ausloten, wie die Altstadt über das Thema Gold positioniert und damit Alleinstellungsmerkmale entwickelt werden können. Diese Massnahme hat zusätzlich den positiven Effekt, dass der Gemeinschaftssinn innerhalb der Altstadt verbessert wird.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eignungsabklärungen für günstige Markenthemen</li> <li>• Arbeitskreis(e) bilden und Inhalte erarbeiten</li> <li>• Marketingkonzept mit externer Unterstützung erarbeiten</li> </ul>

<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Gastliche Altstadt, Einkaufszentrum RJ, Kulturinstitutionen, Rapperswil Zürichsee Tourismus, Hotellerie

### weitere Massnahmen (tiefe Priorisierung)

<b>Punktuell Modernes</b>	Die Altstadt soll punktuell gestalterisch aufgefrischt werden. Dies kann einerseits durch temporäre Massnahmen geschehen – mittels temporären Gärten, temporären Fassadengestaltungen, Kunstobjekten usw. Andererseits sind (sofern mit dem Ortsbildschutz vereinbar) aber auch permanente Akzente denkbar, zum Beispiel mit punktuell moderner Architektur.
<b>Neue Zielgruppen erschliessen</b>	Im touristischen Aspekt ist die Altstadt aktuell eher für ältere Bevölkerungsschichten attraktiv, die gerne mit dem Boot im Rahmen eines Tagesausflugs kommen und die historische Atmosphäre und die Gastronomie am Seequai geniessen. Und auch ansonsten bietet die Altstadt für jüngere Menschen eher wenig. Zukünftig soll es gelingen, neue, bisweilen untervertretene und eher jüngere Zielgruppen zu gewinnen, indem die Angebote der Altstadt vermehrt auf deren Bedürfnisse ausgerichtet werden. Um diese Zielgruppen zu definieren und deren Bedürfnisse präzise zu ermitteln, sollen gezielte Marktforschungen durchgeführt werden.

## 2 - Detailhandel & Gastronomie

### Einordnung & Bewertung

Dem Themenbereich Detailhandel & Gastronomie wurde im Rahmen der Workshops eine hohe Bedeutung zugemessen (Rang 3 von 6). 16% aller Bewertungspunkte wurden auf Massnahmen in diesem Themenbereich verteilt.

### Zielsetzungen

Erlebnisdichte & Erlebnisqualität in Detailhandel und Gastronomie sollen gefördert werden. Die Altstadt von Rapperswil braucht mehr spezielle, frische und kreative Angebote im Detailhandel und eine grössere Vielfalt im Bereich der Gastronomie und Hotellerie. Nur wenn Alleinstellungsmerkmale ausgeprägt werden, bleibt der Einkaufs-, Verpflegungs- und Beherbergungsort Altstadt Rapperswil zukunftsfit.

### Implementierung

In erster Linie sollen Rahmenbedingungen erleichtert werden, damit sich die Anbieter besser entfalten und Aktionen spontaner ablaufen können (Massnahme 2.1). Weiter sollen sich die gastronomischen Angebote vermehrt auf junge Menschen ausrichten (Massnahme 2.2). Im Detailhandel sollen gemeinsame Aktionen durchgeführt (Massnahme 2.4) und neue Konzepte erprobt werden (Massnahme 2.5). Das Schlüsselobjekt «Schwanen» soll zu einem Nutzungsmagneten entwickelt werden (Massnahme 2.3).

### 2.1 Genehmigungen: Ermessensspielraum nutzen

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Damit Anbieter öffentliche Aussenräume möglichst einfach nutzen, bespielen und beleben können, sollen der Ermessensspielraum bei Bewilligungen ausgeschöpft und die Verfahren vereinfacht werden. Weiter wäre hilfreich, Infrastrukturkosten und Platzmieten im öffentlichen Raum zu senken. Allgemein soll der Fokus darauf gelegt werden, dass mehr Spontanes in den Gassen und auf den Plätzen der Altstadt passieren kann. Auch sollen Bewilligungsverfahren für Events und Veranstaltungen erleichtert werden.
----------------------------	---



<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezeichnen und Konkretisieren der Vorschriften/Regelungen, die einer zukunftsfiten Altstadt entgegen wirken und Revisionsvorschläge erarbeiten</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	Stadt und zuständige Verwaltungsstellen

## 2.2 Gastro-Angebote für junge Erwachsene

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	<p>Studenten und andere junge Menschen sind für die Altstadt wichtige und zukunftsweisende Zielgruppen. Obwohl sie bereits an vielen Orten das Stadtbild prägen (an der HSR, im Lidobereich, in den Einkaufszentren der Neustadt), gibt es momentan für diese Gruppen nur wenige Angebote innerhalb der Altstadt. Daher sind vermehrt gastronomische Konzepte gefragt, die vor allem jüngere Bevölkerungsschichten ansprechen. Dies kann z.B. durch frische Bar &amp; Lounge-Konzepte oder einen Mittagstisch für Studenten eingelöst werden. Einerseits sollen dafür neue Gastronomen mit passenden Konzepten gezielt gesucht, andererseits aber bestehende Gastronomen zu einer Auffrischung ihres Angebots und Auftritts motiviert und dabei unterstützt werden.</p>
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gezielte Anbietersuche</li> <li>• Unterstützung bestehender Anbieter</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	hoch
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Gastliche Altstadt, Einzelne Gastronomen

## 2.3 «Schwanen» als Magneten

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	<p>Das Gebäude des ehemaligen Hotels Schwanen am Seequai soll neu belebt werden. An dem äusserst publikumswirksamen Ort soll ein gastronomischer oder auch kultureller Magnet entstehen. Die Möglichkeiten dabei sind vielfältig, wichtig ist aber in jedem Fall, dass ein breites Publikum angesprochen und die Belebung am Hafen weiter gefördert wird.</p>
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abklärungen mit Eigentümer (erfolgt, Nachnutzung noch offen; Stand Sept. 2017)</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Eigentümer

## 2.4 Gemeinsame Gutscheine

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	<p>Über gemeinsame Gutscheine der Altstadtanbieter soll eine übergreifende Einkaufsplattform gebildet und der Gemeinschaftssinn der Anbieter gefördert werden. Es ist ein breiter Ansatz gefragt, wobei der zentrale Erfolgsfaktor das branchenübergreifende Mitwirken aller Anbieter ist: Gastronomie, Detailhandel, Kultur, Dienstleistung. Der Gutschein sollte z.B. in einer Bäckerei gekauft und beim Zahnarzt eingelöst werden können. Damit die Gutschein-Aktion gelingt, sind möglichst alle Altstadtakteure aus allen publikumswirksamen Bereichen in das Vorhaben einzubinden.</p>
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erarbeitung Konzept</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einholen von Bereitschaft und Verbindlichkeit der unterschiedlichen Altstadtakteure</li> <li>• Gutschein-Aktion initiieren, vermarkten und bewerben</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Einkaufszentrum RJ, Gastliche Altstadt, Hotellerie, Kulturinstitutionen

## 2.5 Anbieter-Tandem

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	<p>Beim Anbieter-Tandem sollen zwei unterschiedliche Akteure/Anbieter zusammenarbeiten, um gemeinsame Optionen, Synergien, Marktchancen und innovative Ansätze auszuloten. Ein konkretes Beispiel könnte sein, dass ein Messerschmied der Altstadt in einem Einkaufszentrum der Neustadt seine Handwerkskunst präsentiert, dafür das Einkaufszentrum in einem Schaufenster für die Altstadt und das Handwerk in dieser wirbt.</p> <p>Denkbare Kombinationen des Anbieter-Tandems sind: inhabergeführte Geschäfte der Altstadt und Shoppingcenter/Filialen in der Neustadt, Geschäftsnachbarn (z.B. Grundrisse aufbrechen und Geschäftsfläche zusammenschliessen) oder das Zusammenspiel zweier unterschiedlicher Branchen (z.B. Buchhandlung mit Kaffee-Angebot).</p>
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ankurbeln des Programms durch den Altstadt-Club</li> <li>• Umsetzung durch jeweils zwei Einzelakteure</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Einzelne Anbieter

## weitere Massnahmen (tiefe Priorisierung)

<b>Einkaufsmagnete in die Altstadt bringen</b>	Im Detailhandel sollen punktuell qualitätsvolle Frequenzmagnete in die Altstadt geholt werden, um die Angebotsvielfalt zu stärken und die Einkaufszonen zusätzlich zu beleben. Beispiele sind Nespresso, Swarovski oder Bachmann (Bäckerei). Die gezielte Anbietersuche soll über den Altstadt-Club in enger Abstimmung mit den jeweiligen Eigentümern erfolgen.
<b>Themennächte</b>	Themenbezogene Anlässe sollen dem Detailhandel in der Altstadt mehr Eventcharakter verleihen. Beispiele dafür sind ein spezieller Erlebnisabendverkauf, «Goldnächte» oder Literatur- und Kunstabende mit geöffneten Geschäften. Zuständig dafür sind der Altstadt-Club mit dem Altstadtförderer in enger Abstimmung mit den Vereinen Einkaufszentrum und Gastliche Altstadt.
<b>Kundenorientierung</b>	Die Kundenbedürfnisse wandeln sich enorm. Die Anbieter sollen dabei unterstützt werden, die neuen Kundenbedürfnisse zu erkennen und frühzeitig darauf reagieren zu können. Ein entsprechendes Programm kann durch den Altstadt-Club ins Leben gerufen werden. Eine Veranstaltungsreihe über Kundenorientierung, zukünftige Kundenbedürfnisse und Konsumtrends kann die Anbieter über Zeitgemässes und Aktuelles informieren. Es könnten Zukunftsforscher eingeladen werden, die über Detailhandel, Gastronomie und Beherbergungswesen von morgen referieren.
<b>Günstige Parkplätze</b>	Mittels optimierten Parkplatzangeboten und -modalitäten sollen Besucher kostengünstig in und nahe an der Altstadt parkieren können. Die Zuständigkeit liegt bei der Stadt und den Parkhausbetreibern.

## 3 - Wohnen & Arbeiten

### Einordnung & Bewertung

Dem Themenbereich Wohnen & Arbeiten wurde im Rahmen der Workshops eine eher geringe Bedeutung zugemessen (Rang 6 von 6). Nur 9% aller Bewertungspunkte wurden auf Massnahmen in diesem Themenbereich vergeben, wobei jedoch «Massnahme 3.1 – Frequenzpole/BWZ erhalten» als Einzelmassnahme sehr hoch gewichtet wurde.

### Zielsetzungen

Die Altstadt von Rapperswil soll ihre Frequenzpole pflegen, erhalten und allenfalls erweitern. Der bereits weit fortgeschrittene Abbau der öffentlichen Funktionen soll gestoppt und wenn möglich umgekehrt werden. Zudem sollen neuartige Wohnkonzepte und Dienstleistungsangebote gefördert werden. Wenn die Altstadt in ihrer Attraktivität als Wohn- und Arbeitsstandort weiter gewinnt, kann dies ein wichtiger Treiber für die Altstadtentwicklung als Ganzes sein: Ein dynamischer und funktionierender Wohn- und Arbeitsort wird stets positive Auswirkungen auf die Belegung und folglich auch auf die Anbieter haben.

### Implementierung

Im Vordergrund der Implementierung des Themenbereichs Wohnen & Arbeiten steht der Volksentscheid von 2016, das BWZ neu im Gebiet Lido anzusiedeln (Massnahmen 3.1 und 3.2).

## 3.1 Frequenzpole erhalten

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Öffentliche Funktionen und Angebote, die eine hohe Frequenz generieren, sollen fortan konsequent in der Altstadt gehalten und in ihrer Magnetwirkung weiter gesteigert werden. Wichtig dafür sind beispielsweise die zukünftige Belegung und Öffnung des Schlosses (siehe Massnahme 4.1) und der Erhalt und die Attraktivität / Positionierung des Stadtmuseums. Einige Teilnehmer erachten die Hinterfragung des Standortentscheides zur Verlagerung des BWZ ins Gebiet Lido als wichtig. Anmerkung Stadtrat September 2017: Für den Stadtrat ist der Urnenentscheid vom November 2016 bindend und nicht mehr verhandelbar. Das BWZ soll mittel- bis langfristig ins Gebiet Lido verlegt werden.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Erhalt und Prüfung Neuansiedlung einzelner öffentlicher Funktionen</li></ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	BürgerInnen, Organisationen

## 3.2 Alternativnutzung BWZ

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Als Kompensation für den Wegzug des BWZ ins Gebiet Lido soll frühzeitig ein Alternativkonzept für eine geeignete Nachfolgenutzung für diesen Standort entwickelt werden. Aufgrund des zeitlichen Horizonts von über 10 Jahren soll dabei der Fokus zunächst auf übergeordneten Zielsetzungen liegen, die mit der restlichen Altstadtentwicklung abgestimmt sind und eine Vielzahl von Bedürfnissen berücksichtigen. Hohe Synergien zur Altstadt und deren Anbieter sollen im Vordergrund der Arealentwicklung stehen.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• langfristige Anforderungen für das BWZ-Areal erarbeiten</li><li>• Zielstellungen mit Altstadtakteuren abstimmen</li></ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Stadt

## weitere Massnahme (tiefe Priorisierung)

### Innovatives Altstadt- wohnen

In der Altstadt sollen vermehrt innovative Wohnkonzepte gefördert werden – z.B. Studentenwohnen, betreutes Wohnen im Alter und Mehrgenerationenwohnen. Dafür sollen die Liegenschaftseigentümer in Zusammenarbeit mit dem Verein Wohnliche Altstadt verantwortlich sein.

## 4 - Kultur & Veranstaltungen

### Einordnung & Bewertung

Dem Themenbereich Kultur & Veranstaltungen wurde im Rahmen der Workshops eine mittlere Bedeutung zugemessen (Rang 5 von 6). 12% aller Bewertungspunkte wurden auf Massnahmen in diesem Themenbereich vergeben.

### Zielsetzungen

In der Altstadt soll die Förderung des Alltäglichen im Vordergrund stehen. Die zusätzliche Belegung soll primär über die Summe vieler kleiner Veranstaltungen und sekundär durch die Realisierung von neuen Grossevents gelingen. Die Altstadt soll vermehrt wieder Attraktionen für die Einheimischen bieten, ohne dabei die Förderung des Tourismus zu vernachlässigen.

### Implementierung

Eine wichtige Massnahme ist die sensible Umsetzung des Schlosskonzepts (Massnahme 4.1). Zudem sollen Events und kleine Veranstaltungen unterschiedlicher Ausprägung die Altstadt zusätzlich beleben (Massnahmen 4.2 - 4.4).

### 4.1 Schlosskonzept konsequent verfolgen

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Zentrale Erfolgsfaktoren des bestehenden Schlosskonzeptes sind einerseits der angestrebte hohe Öffentlichkeitsgrad, wobei die Bedürfnisse von Einheimischen und Touristen gleichermaßen berücksichtigt werden, und andererseits die Nutzungsvielfalt, die von Veranstaltungen über gastronomische Angebote bis hin zu Betätigungsmöglichkeiten reicht. Das neue Schlosskonzept soll konsequent umgesetzt werden.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• konsequente Umsetzung des neuen Schlosskonzeptes</li></ul>
<b>Priorisierung</b>	hoch
<b>Akteure</b>	Ortsgemeinde, Stadt

### 4.2 Events / Street-Food-Festival

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Mit zusätzlichen Events soll der öffentliche Raum für vielfältige Zielgruppen bespielt werden. Die mögliche Themenbreite ist sehr hoch – die Events müssen sich nicht an bestehenden Eigenschaften oder Traditionen der Altstadt orientieren, sondern dürfen bewusst völlig neue Akzente setzen. Ein denkbare Thema ist die Organisation eines Street-Food-Festivals, das Einheimische gleichermaßen wie Touristen anspricht. Welche Akteure für die Events zuständig sind, hängt von den jeweiligen Inhalten ab. Die Koordination soll über den Altstadtförderer erfolgen.
----------------------------	---

<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Altstadt-Club und Gastliche Altstadt Ideen generieren</li> <li>• Umsetzungsschritte abhängig von Form und Inhalt des jeweiligen Events</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	hoch
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Altstadtförderer, Verein Gastliche Altstadt, Rapperswil Zürichsee Tourismus, weitere (eventabhängig)

### 4.3 Veranstaltungsreihe für Einheimische

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	In der Altstadt sollen zukünftig verstärkt Anlässe für Einheimische gefördert werden - kleine «Geschichten», spezielle Veranstaltungen von Einheimischen für Einheimische. Es soll «sympathisch» sein und die Identifikation der Stadtakteure mit ihrer Altstadt stärken. Die Bandbreite möglicher Anlässe reicht von Kinderfesten, über themenbasierte gastronomische Mittagstische bis hin zu Kleinkonzerten im Hotelkeller oder ruhigen Veranstaltungen im Rosengarten.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Altstadt-Club und Kulturinstitutionen Ideen generieren</li> <li>• Umsetzungsschritte abhängig von Form und Inhalt der jeweiligen Idee</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Kulturinstitutionen

### 4.4 Ausstellung Design, Handwerk und Gewerbe

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Das Thema Handwerk soll in der Altstadt von Rapperswil wieder mehr Bedeutung erlangen und einer breiten Bevölkerungsschicht zugänglich gemacht werden. Handwerk ist seit jeher fester Bestandteil der Altstadt und soll nun durch moderne Interpretationen und einen frischen Auftritt auch einen wichtigen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Altstadt leisten. Im Kern stehen bspw. Ausstellungen für Design, Handwerk und Gewerbe und Workshops mit Künstlern und Handwerkern, wobei das Thema bewusst bodenständig und nicht elitär sein soll. Ergänzend soll auch auf den Märkten wieder mehr Handwerkskunst gezeigt werden.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch Altstadt-Club gemeinsam mit Handwerkern und Künstlern Ideen generieren</li> <li>• Umsetzungsschritte abhängig von Form und Inhalt der jeweiligen Veranstaltung</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Lokales Gewerbe / Kunsthandwerk

### weitere Massnahme (tiefe Priorisierung)

<b>Temporäre Aktionen</b>	Temporäre Kunst- und Kulturaktionen sollen das Stadtbild im öffentlichen Raum beleben. Gefragt sind kreative und innovative Ansätze, die vom Altstadt-Club gemeinsam mit lokalen Künstlern erarbeitet werden können.
---------------------------	--

## 5 - Raumqualität

### Einordnung & Bewertung

Dem Themenbereich Raumqualität wurde im Rahmen der Workshops eine mittelhohe Bedeutung zugemessen (Rang 4 von 6). 13% aller Bewertungspunkte wurden auf Massnahmen in diesem Themenbereich vergeben.

### Zielsetzungen

Die Raumqualität in der Rapperswiler Altstadt soll verbessert werden, damit die Qualitäten der Altstadt auch optimal inszeniert und zur Geltung gebracht werden. Eine besondere Aufmerksamkeit bedarf dem sensiblen Umgang mit der verkehrsbelasteten Kantonsstrasse, welche die Altstadt räumlich etwas isoliert.

### Implementierung

In erster Linie soll die Altstadt besser mit der Neustadt vernetzt werden und die Barrierenwirkung der Bahnhofstrasse abgebaut werden (Massnahme 5.1). Zudem wird angestrebt, Wegeleitung, Orientierung und Ausschilderung innerhalb der Altstadt zu verbessern (Massnahmen 5.2 und 5.3).

## 5.1 Stärkung der räumlichen Vernetzung

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Die Stärkung der räumlichen Vernetzung ist erwünscht, insbesondere, um Neustadt, HSR, Lidobereich und Kinderzoo besser an die Altstadt anzubinden und junge Menschen in die Altstadt zu bringen. Alternativmöglichkeiten hinsichtlich der Querung der Bahnhofstrasse sollen geprüft werden, wobei verschiedene Ansätze bestehen. Die bereits existierenden Unterführungen im Bahnhofsbereich können erweitert und mit drei bis vier zusätzlichen Elementen ergänzt werden. Zudem können oberirdische Lösungen zu anderen Zwecken genutzt werden - Kunst, Rosen, Beleuchtung etc.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Machbarkeitsstudie mit Varianten</li><li>• Umsetzung geeigneter Massnahmen</li></ul>
<b>Priorisierung</b>	hoch
<b>Akteure</b>	Stadt

## 5.2 Signaletikkonzept

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Eine ansprechende und einfach lesbare Signaletik soll einerseits die Orientierung innerhalb der Altstadt erleichtern, andererseits die Wegefindung in die Altstadt verbessern - etwa von der Neustadt oder dem Lido kommend. Gesucht wird ein innovativer, eventuell künstlerischer, aber in jedem Fall Altstadt-Rapperswil-typischer Weg und nicht die «klassische Beschilderung». Denkbar sind ein «roter Faden», farbige Pflastersteine, spezielle Beleuchtungselemente oder kreativ gestaltete Wegweiser und Ausschilderungen. Der Lead liegt bei der Stadt und zusätzlich können Anforderungen an das Signaletikkonzept durch den Altstadt-Club erarbeitet respektive zusammengetragen werden. Eine enge Abstimmung soll mit Themen- oder Rundwegen stattfinden, die durch Rapperswil Zürichsee Tourismus angedacht sind.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definition der Anforderungen an ein einheitliches Signaletikkonzept</li><li>• Beauftragung eines spezialisierten Unternehmens</li></ul>

<b>Priorisierung</b>	hoch
<b>Akteure</b>	Stadt, Altstadt-Club, Rapperswil Zürichsee Tourismus

### 5.3 Kreativer Stadtplan

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Ein kreativer Stadtplan der Altstadt Rapperswil soll die Qualitäten, Spezialitäten und Angebote der Altstadt auf einen Blick spielerisch vermitteln – Touristisches, Gastronomisches, Kulturelles, Einkaufen, Schöne Orte etc. Der Stadtplan soll nicht nur Touristen, sondern auch Studenten und Einheimische ansprechen und abholen.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestaltungswettbewerb oder Beauftragung externes Marketingbüro</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Rapperswil Zürichsee Tourismus, Einkaufszentrum, Gastliche Altstadt

## 6 - Gemeinschaftssinn

### Einordnung & Bewertung

Dem Themenbereich Gemeinschaftssinn wurde im Rahmen der Workshops eine sehr hohe Bedeutung zugemessen (Rang 2 von 6). 21% aller Bewertungspunkte wurden auf Massnahmen in diesem Themenbereich verteilt.

### Zielsetzungen

Die Stärkung des Gemeinschaftssinns soll dabei helfen, die Altstadt in gut abgestimmter Vielfalt weiterzuentwickeln. Gefragt ist das «gemeinsame Ziehen an einem Strang», mit der Ausschöpfung von Synergien und dem Vermeiden unnötiger Reibungen. Damit dies gelingt, sollen neue, kooperative Wege eingeschlagen und institutionalisiert werden.

### Implementierung

In der Rapperswiler Altstadt soll ein «Altstadt-Club» gegründet werden, der den kooperativen Prozess dauerhaft etabliert und vorantreibt (Massnahmen 6.1 und 6.2). Zudem ist ein Liegenschaftsstrategie gefragt (Massnahme 6.3), mehr junge Menschen sollen an der Altstadtentwicklung beteiligt (Massnahme 6.4) und Arbeitskreise projekt- und themenbezogen gebildet werden (Massnahme 6.5).

### 6.1 Altstadt-Club

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	<p>Auf die kooperative Erarbeitung von Zielsetzungen und Massnahmen der Altstadtentwicklung soll und muss ein erheblicher Teil der festgelegten Massnahmen nun auch kooperativ umgesetzt werden. In den Workshops wurde dafür beschlossen, dass zunächst ein Altstadt-Club gegründet wird. Im Altstadt-Club sollen einerseits jeweils möglichst die Spitzen unterschiedlicher bestehender Gefässe (Einkaufszentrum Rapperswil, Gastliche Altstadt, Wohnliche Altstadt, Rapperswil Zürichsee Tourismus usw.), andererseits aber auch Vertreter der Stadt beteiligt sein.</p> <p>Der Altstadt-Club soll (wenn möglich unter dem Lead des Altstadtförderers – siehe Massnahme 6.2) erstens der Koordination der unterschiedlichen Gruppierungen dienen, zweitens aber vor allem die kooperativen Projekte dieses Massnahmenkatalogs vorantreiben, dafür Projektteams gründen, Zuständigkeiten delegieren und auch weitere, neue</p>
----------------------------	--

	<p>Projektideen erarbeiten. Bei letzterem sollte zunächst im Vordergrund stehen, für diejenigen Zielsetzungen aus den Workshops Massnahmen zu entwickeln, für welche dies in den Workshops selbst noch nicht erfolgt ist. Dies sind die Zielsetzungen: 2.1 Weiterentwicklung des Übernachtungsangebotes, 2.2 Förderung des Nachtlebens, 3.4 Mehr sichtbare Dienstleistungen, 5.1 mehr Räume zur Aneignung / informelle Treffpunkte und 5.6 Aufenthaltsqualität / Gemütlichkeit fördern.</p> <p>Im Altstadt-Club steht die dauerhafte kooperative Altstadtentwicklung im Vordergrund, bei der sich die Akteure auf Augenhöhe begegnen und das herbeigesehnte «gemeinsame Ziehen an einem Strang» praktiziert wird.</p>
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erarbeitung Vorschlag bezüglich Aufgaben und Organisationsform des Altstadt-Clubs</li> <li>• Gemeinsame Startsituation zur Abstimmung und Beschluss von Aufgaben und Organisationsform</li> <li>• Gründung und regelmässige Treffen</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	Altstadtförderer, Rapperswil Zürichsee Tourismus, Gastliche Altstadt, Einkaufszentrum, Kulturinstitutionen, Stadtvertreter/in, Sonstige

## 6.2 Altstadtförderer

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Die Einstellung eines Altstadtförderers war eine der am höchsten bewerteten Massnahmen im Rahmen der Workshops. Gewünscht wird eine professionelle, bestens vernetzte und charmante Person, mit der Hauptaufgabe, die Handlungen ganz unterschiedlicher Akteursgruppen ständig und bestmöglich zu koordinieren sowie ständige Ansprechperson für Anliegen der Altstadt(entwicklung) zu sein. Der Altstadtförderer soll neutral aufgestellt, sprich der Gemeinde und privaten Akteursgruppen gleichermaßen verpflichtet sein und auch gemeinsam finanziert werden.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zunächst Gründung des Altstadt-Clubs</li> <li>• Im Altstadt Club werden genauer Aufgabenbereich, Finanzierung und Person des Altstadtförderers festgelegt</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	sehr hoch
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Stadt

## 6.3 Liegenschaftsstrategie mit Leerstandsmanagement

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Grundlage einer Liegenschaftsstrategie soll gewissermassen ein Idealbild sein, wie man sich aufbauend auf dem Bestand den Nutzungsmix und die Nutzungsanordnung in einer attraktiven Rapperswiler Altstadt vorstellt. Damit in Beziehung stehende Handlungen der Gemeinde (z.B. Verhandlungen mit Eigentümern, Bauvorhaben, Aussenraumgestaltungen, Veranstaltungen usw.), aber auch des Altstadt-Clubs sollen sich dann fortan an diesem Idealbild orientieren. Ein wichtiges Element der Liegenschaftsstrategie ist die Definition der publikumsorientierten Erdgeschossnutzungen. Dabei soll sich Liegenschaftsstrategie nicht auf die Festlegung der Art der Nutzung (Detailhandel, Dienstleistung, Gastronomie usw.) beschränken, sondern in Verbindung mit dem Qualitätsraster (siehe Massnahme 1.3)
----------------------------	--



	auch Anforderungen etwa bezüglich der gewünschten Branche sowie dem Nutzungsniveau stellen. Weiter sollen auch die gewünschten Nutzungen von öffentlichen Räumen definiert werden. Die Liegenschaftsstrategie soll durch die Stadt in enger Abstimmung mit dem Altstadt-Club erarbeitet werden.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erarbeitung Liegenschaftsstrategie</li> <li>• Dauerhafte Orientierung an Liegenschaftsstrategie</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	hoch
<b>Akteure</b>	Altstadtförderer, Eigentümer

## 6.4 Junge Menschen an Altstadtentwicklung beteiligen

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Es sollen gezielt und vermehrt junge Menschen in die Altstadtentwicklung eingebunden werden. Einerseits können so die Interessen jüngerer Bevölkerungsschichten direkt abgeholt werden, andererseits werden auf diesem Weg vermehrt innovative, frische und mutige Ideen & Projektmassnahmen entwickelt. Zudem könnte erreicht werden, dass sich junge Bürger an der Entwicklung ihrer Altstadt beteiligen und so die Identifikation gestärkt wird. Dies ist grundsätzlich in verschiedenen Formen denkbar: Mitarbeit im Rahmen von Arbeitskreisen, Ideen- oder Gestaltungswettbewerben, des Qualitätsrasters oder weiteren kooperativen Verfahren. Gleichermassen die Stadt wie auch der Altstadt-Club sollte sich dieser Massnahme kontinuierlich im Sinne einer Grundhaltung annehmen und zudem kommt der Kinder- und Jugendarbeit von Rapperswil-Jona auch für die Altstadtentwicklung eine hohe Bedeutung zu.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beteiligungsmöglichkeiten von jungen Menschen erproben</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Stadt, Jugendbeauftragter

## 6.5 Gründung von Arbeitskreisen

<b>Massnahmenbeschrieb</b>	Arbeitskreise sind eine sinnvolle Form, um Altstadt-Experten für bestimmte Themen einsetzen zu können, an denen die Akteure ein direktes Mitwirkungsinteresse haben. In ihnen sollen einzelne, ausgewählte Zielsetzungen fokussiert und einzelne Massnahmen in die Umsetzung gebracht werden. Grundsätzlich bieten sich dabei Arbeitskreise für viele Zielsetzungen und Massnahmen an, für welche die Umsetzung kooperativ erfolgen muss. Sinnvoll erscheint, dass sie durch den Altstadt-Club für diejenigen Zielsetzungen und Massnahmen gegründet werden, bei denen besonders grosses Interesse vorhanden ist.
<b>Umsetzungsschritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abklärung von Bedarf und Interesse für die Gründung von Arbeitskreisen</li> <li>• Gründung von Arbeitskreisen durch den Altstadt-Club</li> <li>• Koordination und eventuell Leitung von Arbeitskreisen durch den Altstadtförderer</li> </ul>
<b>Priorisierung</b>	mittel
<b>Akteure</b>	Altstadt-Club, Altstadtförderer, Einzelakteure

## weitere Massnahmen (tiefe Priorisierung)

<b>Gemeinsame Webplattform</b>	<p>Beim Online-Auftritt der Altstadt wirken bisweilen zu viele Kräfte auf unkoordinierte Weise. Ein gut abgestimmter, innovativer und frischer Webauftritt könnte unterschiedliche Webseiten vereinen und dem Besucher alles auf einen Blick vermitteln: Aktivitäten der Behörden, Touristisches, Gastronomisches, Events, Kultur &amp; Veranstaltungen, Einkaufsaktionen. Dabei ist jedoch wichtig, dass eine vielfältige Altstadt, die vielfältige Zielgruppen anspricht, auch in der Vermarktung eine gewisse Vielfalt aufweist. Vielfalt pflegen, aber gut koordinieren – das stellt die zentrale Herausforderung bei einer gemeinsamen Webplattform respektive allgemein bei der koordinierten Vermarktung der Altstadt dar. Der Lead liegt beim Altstadt-Club.</p>
<b>Jahresmotto entwickeln</b>	<p>Mit einem Jahresmotto soll sich die Altstadt gleichermaßen ganzheitlich wie facettenreich präsentieren und immer wieder neue Anreize setzen. Beispielsweise könnte das Thema «Goldstadt» den Auftakt machen, in welchem sich die Goldschmiede präsentieren, Ausstellungen und Anlässe zum Thema stattfinden und temporäre Aussenraumgestaltungen das Thema kreativ aufgreifen. Zuständig sind im Schwerpunkt der Altstadt-Club und Rapperswil Zürichsee Tourismus.</p>
<b>Altstadtpérou</b>	<p>Bei einem regelmässig stattfindenden Altstadtpérou (z.B. dreimal pro Jahr) soll der Netzwerkgedanke im Vordergrund stehen. Der Altstadtpérou ist offen für alle – es wird über aktuelle Entwicklungen informiert und diskutiert. Hier treffen sich die Altstadtakteure und tauschen sich über die Altstadtentwicklung aus, knüpfen Kontakte, kreieren Projektideen und fördern den Gemeinschaftssinn. Der Altstadtpérou soll vom Altstadt-Club organisiert werden.</p>
<b>Ideenpool Eigentümer</b>	<p>Die Altstadt ist in nahezu allen Themen gut organisiert – etwa über die Vereine Wohnliche Altstadt, Gastliche Altstadt oder Einkaufsziel. Lediglich für die wichtige Gruppe der Eigentümer gilt dies nicht. Es gibt keinen Eigentümerverband, vielmehr steht jeder einzelne Eigentümer für sich selbst und entsprechend ist diese Gruppe schwer zu greifen. Es sollen nun Bemühungen erfolgen, die Eigentümer anzugehen und zusammenzubringen. Ziel ist ein «Eigentümerpool», über den man Eigentümer geschlossen für wichtige Themen der Altstadtentwicklung sensibilisieren und mit ihnen gemeinsam Ideen entwickeln kann.</p>

## Anhang 1: Alle Zielsetzungen

			*Priorität 1 = sehr hoch 2 = hoch 3 = mittel 4 = tief
		Rang	Priorität*
Charakter	1.1 Mut und Innovation fördern	2	1
	1.2 Schlüsselprojekte nutzen	4	1
	1.3 Stärkung der Identifikation der Bevölkerung	15	3
	1.4 Hafenanlage neu andenken	24	4
Detailhandel & Gastronomie	2.1 Weiterentwicklung des Übernachtungsangebots	10	2
	2.2 Förderung des Nachtlebens	10	2
	2.3 Angebote für junge Erwachsene	15	3
	2.4 Förderung von Spezialitäten und Kreativität	18	3
	2.5 Mehr Diversität und innovative Gastrokonzepte	20	3
	2.6 Förderung von qualitätsvollen Frequenzmagneten	27	4
	2.7 Synergien unter den Anbietern besser nutzen	27	4
	2.8 Niveau Angebot erhöhen	27	4
Wohnen & Arbeiten	3.1 Erhalt / Förderung von öffentlichen Funktionen	1	1
	3.2 Neue Wohnformen und -konzepte	10	2
	3.3 Mehr handwerkliche Konzepte	10	2
	3.4 Mehr sichtbare Dienstleistung	20	3
	3.5 Wechselwirkung zur Hochschule stärken	24	4
Kultur & Veranstaltung	4.1 Förderung von Märkten und Alltäglichem	6	1
	4.2 Schloss und Kapuzinerkloster erlebbar machen	9	2
	4.3 Kunst & Kulturaktionen fördern	20	3
	4.4 Förderung von Grossanlässen	24	4
Raumqualität	5.1 mehr Räume zur Aneignung / informelle Treffpunkte	8	2
	5.2 Signaletik & Wegeleitung in der Altstadt fördern	14	2
	5.3 Temporäre Installationen	20	3
	5.4 Verbesserung Vernetzung Alt- und Neustadt	27	4
	5.5 Verbesserung Vernetzung Naherholungsraum	27	4
	5.6 Aufenthaltsqualität / Gemütlichkeit fördern	27	4
Gemeinschaftssinn	6.1 Verbesserung Eigentümereinbindung	3	1
	6.2 Gemeinsamer Auftritt / Marketing	4	1
	6.3 Institutionalisierung einer Zusammenarbeit	7	1
	6.4 Koordinationsstelle Altstadtkümmerner	15	3
	6.5 PPP: bessere Zusammenarbeit Stadt - Private	18	3
	6.6 Ideenpool für Rahmenbedingungen Innovation	27	4
	6.7 Stärkung Zusammenarbeit zwischen Alt- & Neustadt	33	4

