



Rapperswil-Jona

**Strategielinien der Stadtentwicklung
2015**

Herausgeber**Stadt Rapperswil-Jona**

St. Gallerstrasse 40, 8645 Rapperswil-Jona
www.rapperswil-jona.ch

Projektbegleitung

Ressort Bau, Verkehr, Umwelt
Thomas Furrer, Ressortvorsteher, Stadtrat
Marcel Gämperli, Leiter Hochbau/Planung
St. Gallerstrasse 40, 8645 Rapperswil-Jona

Bearbeitung

intosens – urban solutions, Zürich

Inhalt

Vorwort – Rapperswil-Jona in Bewegung	1
Einleitung	3
Einordnung des Strategiepapiers	5
Übersicht Strategielinien	7
Strategielinie 1 – Mut	9
Strategielinie 2 – Stadtidentität	11
Strategielinie 3 – Neuinterpretation	13
Strategielinie 4 – Nutzungsmasterplan	15
Strategielinie 5 – Barrierenabbau	17
Strategielinie 6 – Wohnbaustrategie	19
Strategielinie 7 – Jugendlichkeit	21
Strategielinie 8 – Bequemlichkeit	23
Strategielinie 9 – Sensibilisierung	25
Strategielinie 10 – Altstadtvielfalt	27
Strategielinie 11 – «Echt-Stadt»	29
Strategielinie 12 – Jona-Charakter	31
Strategielinie 13 – Stadtachse	33
Anhang / Rückblick	35

Vorwort



Rapperswil-Jona in Bewegung

Das Amt für Bau, Verkehr und Umwelt strebt eine vorausschauende Stadtentwicklung an. Bereits heute sollen die Grundlagen geschaffen werden, damit zukünftige Entwicklungen zielgerichtet und auf gesundem Fundament stattfinden können.

Dabei steht die Stadt vor mehreren Herausforderungen:

- Die Positionierung der Altstadt als Erlebnis- und Einkaufsort soll weiterentwickelt und mit den Unternehmern der Altstadt soll ein kooperatives, partnerschaftliches Vorgehen forciert werden.
- Das Zentrum von Jona soll in seiner Funktion als identitätsstiftendes und belebtes Stadtteilzentrum gestärkt werden.
- Der Wandel der Neuen Jonastrasse zum modernen, urbanen Verbindungsglied der zwei Zentren von Rapperswil und Jona soll vorangetrieben werden.
- Die Positionierung und Integration des neuen Jona-Centers mit deutlich angehobenem Verkaufsflächenangebot und zahlreichen Wohnungen muss gelingen.

In allen Bereichen gilt: Rapperswil-Jona möchte sich in Lebendigkeit und Vielfalt weiterentwickeln. Man hat erkannt, dass dafür die Nutzungen des öffentlichen Raums und der Erdgeschosse, aber auch die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Stadt und mit ihren Stadträumen von hoher Bedeutung sind. Wir sind der Überzeugung, dass Architektur, Städtebau, Freiraumgestaltung und Verkehrsplanung den Charakter der Stadt und einzelner Stadtteile nur dann langfristig positiv bestimmen, wenn sie gleichzeitig eine Identifikation der Stadtnutzer (Bewohner, Besucher, Konsumenten usw.) und damit eine intensive «Benutzung» erzeugen können.

In der Konsequenz wurde mit der Intosens ag ein Unternehmen beauftragt, welches die heutigen und zukünftigen Bedürfnisse der heutigen und zukünftigen Nutzer bestimmter Stadträume stets als Ausgangs- und Mittelpunkt der Projektentwicklung versteht und auf die Nutzungs- und Identitätsentwicklung spezialisiert ist. Intosens wurde in einem ersten Projektschritt mit der Durchführung von drei Analysen beauftragt (Wahrnehmungs-, Nutzungs- und Statistikanalyse), die mit unterschiedlichen Methodiken gleichermaßen harte und rationale, wie weiche und emotionale Faktoren von denjenigen Stadträumen durchleuchteten, bei denen wichtige Entwicklungsschritte anstehen. Im Ergebnis liegt das Strategiepapier vor, das die wichtigsten Schlussfolgerungen der Analysen und Handlungshinweise festhält. Es ist eine Entscheidungsgrundlage bei der strategischen Ausrichtung der Stadtentwicklung und die Basis für die weiteren Projektschritte.

Einleitung

Ausgangslage

Rapperswil-Jona blickt in der jungen Vergangenheit auf sehr bewegte Jahre zurück. Die Stadtentwicklung wurde mit erheblichem Kraftaufwand vorangetrieben. Die Fusion der beiden Gemeinden Rapperswil und Jona zu einer Stadt ist grundsätzlich gelungen, der Alltag funktioniert. Nach dieser gemeinsamen Startphase bedarf es nun eines übergeordneten Rahmens, um die Stadtentwicklung breit abgestützt und zielsicher in die Zukunft zu führen.

Eine Stadt – zwei Mentalitäten

Rapperswil und Jona zeichnen sich durch unterschiedliche Wesensmerkmale aus. Es haben sich zwei Gemeinden mit ungleichen Stärken zusammengefunden, die Fusion ist gelungen. Gerade in dem Zusammenschluss wird es aber eine Herausforderung sein, die unterschiedlichen Mentalitäten zu wahren und in ihren Qualitäten weiter zu entwickeln. Der Charakter der Gesamtstadt und die Stadtteilidentitäten sollen in einem attraktiven Wechselspiel stehen. Ein bewusst gestalteter Prozess der Nutzungs- und Identitätsentwicklung kann hier die Stadtakteure effizient unterstützen.

Vorgehen

Zunächst galt es, Entscheidungsgrundlagen für die weitere Stadtentwicklung und für spezifische Arealentwicklungen in Rapperswil-Jona zu erarbeiten. Dafür wurden mit dem Standortprofil, der Nutzungsanalyse und der Wahrnehmungsanalyse die passende Studien erstellt:

- Standortprofil und Nutzungsanalyse basieren auf harten Fakten, auf Zahlen und auf Statistiken und bilden damit ein stabiles Fundament für die Stadtentwicklung.
- Die Wahrnehmungsanalyse hingegen betrachtet weiche und emotionale Elemente. Die emotionalen Elemente haben mit Stimmungen, Charakter und Identität zu tun und entscheiden letztlich über das Wohlbefinden der Bevölkerung. Wann sagt ein Bürger «Jetzt ist Rapperswil-Jona meine Stadt»? Die emotionalen Elemente sind aber auch wichtig für die wirtschaftliche Entwicklung, da selbst Unternehmensentscheide immer stärker von Emotionen geleitet sind.

Prozess für die Stadtentwicklung

Phase 1: Analyse	Phase 2: Stadtkonzeption	Phase 3: Projektierung	Phase 4: Umsetzung	was wird erreicht?
1 Standortprofil	1 Konzeption Gesamtstadt	Entwicklung konkreter Projekte	Realisierung Projekte mit Signalwirkung	Planungssicherheit Steuerungsgewalt
2 Wahrnehmung	2 Altstadt Rapperswil	thematische Vielfalt, hohe Gewichtung	Schrittweise Umsetzung festgelegter Lösungen	Entscheidungen im Kontext
3 Nutzungsanalyse	3 Tragende Idee Neue Jonastrasse	Nutzung und Identität	Fortführung des Massnahmenkatalogs	Erkennung Leitprojekte
4 Strategiepapier	4 Zentrumsentwicklung Jona			Vielfalt, Öffentlichkeit, Identität
	5 Positionierung Jona Center			Zusammengehörigkeit (Heimatgefühl)
				Image/Ansehen
				Prosperität, Konkurrenzfähigkeit
				Nachhaltiger Umgang mit Landreserven
				Stärkung in der Versorgungssituation

Einordnung des Strategiepapers

Prozess für die Stadtentwicklung Rapperswil-Jona

Das Strategiepapier bildet den Abschluss der ersten Projektphase, welche die Analysemodule umfasst.

Das Strategiepapier

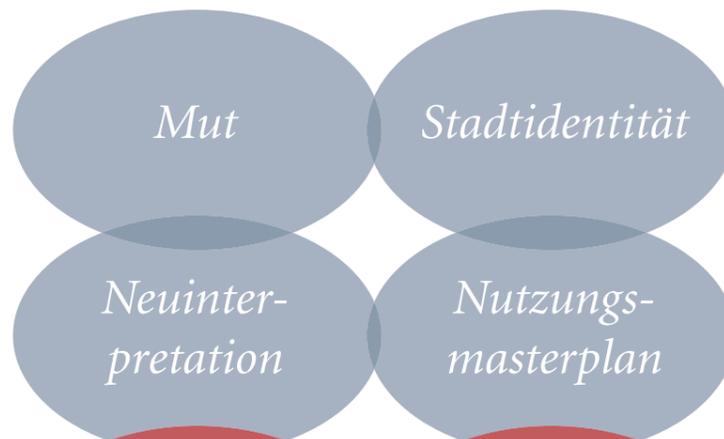
- sammelt die wichtigsten Erkenntnisse aus Standortprofil, Nutzungsanalyse und Wahrnehmungsanalyse,
- bündelt wichtige Themenbereiche analyseübergreifend und
- leitet daraus wichtige Interpretationen und Handlungsempfehlungen ab, welche in Strategielinien gefasst werden.

Die im hier vorliegenden Strategiepapier festgehaltenen Strategielinien werden bei der Erarbeitung der Stadtkonzeption als wesentliche Grundlage dienen. Die Erarbeitung der Stadtkonzeption stellt die zweite Phase des Projektes dar. Dabei sollen folgende Bereiche bearbeitet werden:

- 1 – Konzeption Gesamtstadt
- 2 – Entwicklung Altstadt Rapperswil und Eigentümerereinbindung
- 3 – Tragende Idee Neue Jonastrasse
- 4 – Zentrumsentwicklung Jona
- 5 – Positionierung Jona Center

Die Projektphasen drei und vier – die Projektierung und die Umsetzung – bauen auf der Stadtkonzeption auf und beinhalten die Konkretisierung und Realisierung einzelner Projekte.

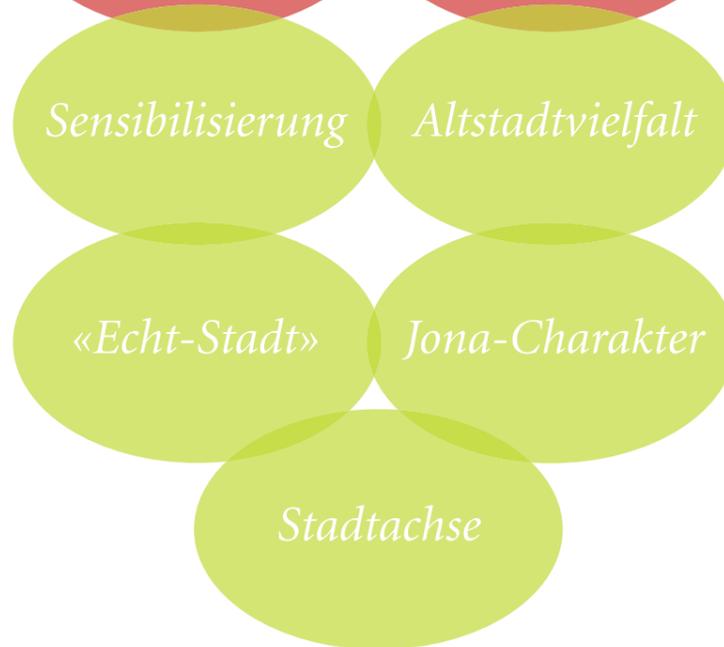
Übergeordnete Strategien



Themespezifische Strategien



Räumliche Strategien



Strategie

Dreizehn Strategielinien in drei Themenbereichen

Mit 13 Strategielinien geht Rapperswil-Jona in die Zukunft.

Die Strategielinien 1 bis 4 sind übergeordnete Ansätze, welche für die gesamte Stadt zur Anwendung kommen sollen. Es geht um die Weiterentwicklung der Stadtidentität, die Imageförderung, aber auch darum, welche Haltung in der Stadtentwicklung demonstriert wird.

Die Strategielinien 5 bis 8 beschreiben spezifische, für die Gesamtstadtentwicklung wichtige Themen. Hier geht es um Strategien, die für Städtebau, Wohnungsbau, Tourismusförderung oder auch Verkehrsplanung relevant sind.

Die Strategielinien 9 bis 13 sind räumliche Strategien. Hier sind die wichtigsten Absichten enthalten, wie die Entwicklung der einzelnen Stadträume angegangen werden soll, wozu Altstadt, Neustadt, Jona und der Zwischenbereich zwischen Rapperswil und Jona zählen.



Die Mentalität, mit welcher die Stadtentwicklung zukünftig betrieben wird, soll mehr Mut, mehr Bewegung und mehr Innovation ausstrahlen und jederzeit den Stadtnutzer in den Vordergrund stellen.

Strategielinie 1

Mut

Zukunftsorientierte Haltung in der Stadtentwicklung

Ein wichtiger Wert der Stadtentwicklung von Rapperswil-Jona ist, dass sie stets die Bedürfnisse ihrer „Kunden“, respektive der Bürger, Besucher, Zuzügler, Unternehmer usw. als Ausgangslage des Handelns versteht.

Die Statistik zeigt jedoch, dass „Angebot und Nachfrage“ in Rapperswil-Jona nicht immer deckungsgleich sind. Beispielsweise weist Rapperswil-Jona bisweilen für Menschen mit konservativen Lebensstilen die höchste Lebensqualität auf, allerdings findet sich diese Zielgruppe in der Stadt nur selten – vielmehr pflegen die meisten Haushalte einen individualisierten, zukunftsgerichteten Lebensstil. Hier wird deutlich, dass die «Kundenorientierung in der Stadtentwicklung» optimiert werden muss.

Ein Mentalitätswandel in der Stadtentwicklung soll dazu beitragen, dass die Bedürfnisse der „Stadtnutzer“ besser eingelöst werden und sich Rapperswil-Jona als moderner Wohn-, Arbeits- und Lebensraum weiterentwickelt. Ziel ist, dass die Stadtentwicklung mit einer mutigen, nach Bewegung und Innovation strebenden Grundhaltung betrieben wird. «Anderes und Neues» soll gewagt werden.



Die einzelnen Stadtteile von Rapperswil-Jona werden in ihren spezifischen Stadtteilidentitäten gestärkt, gleichzeitig aber wird das kollektive Selbstverständnis und die Lesbarkeit als zusammenhängende Gesamtstadt herauskristallisiert, gestärkt und kommuniziert («Vielfalt in Einheit»).

Strategielinie 2

Stadtidentität

Stadtteilidentitäten pointieren, Gesamtstadtkollektiv fördern

Die Stadt Rapperswil-Jona soll so vielfältig sein wie ihre Bewohner. In einer Zeit, in der ein Grossteil der Bewohner nach Selbstverwirklichung strebt und sich Wohn-, Arbeits-, Konsum- und Freizeittrends ebenso mannigfaltig wie rasch ändern, ist dies eine nahezu unlösbare und dennoch anzustrebende Herausforderung. Die Ausgangslage von Rapperswil-Jona ist gut. Die Fusion der beiden Orte brachte mit sich, dass heute auf dem Stadtgebiet ein hohes Potenzial unterschiedlicher Räume mit vielfältigem Entwicklungspotenzial vorhanden ist. Fortan soll vermieden werden, dass sich diese Räume immer ähnlicher werden. Im Gegenteil: es gilt, den spezifischen Charakter einzelner Stadtteile, aber auch einzelner Quartiersplätze, einzelner Wohnquartiere, einzelner Versorgungszentren usw. zu verstehen und pointiert weiter zu entwickeln.

Gefragt ist...

... eine flexible Form der Stadtentwicklung, welche auf die sich immer schneller wandelnden Ansprüchen reagieren kann und nicht in langfristigen Programmen verfangen ist.

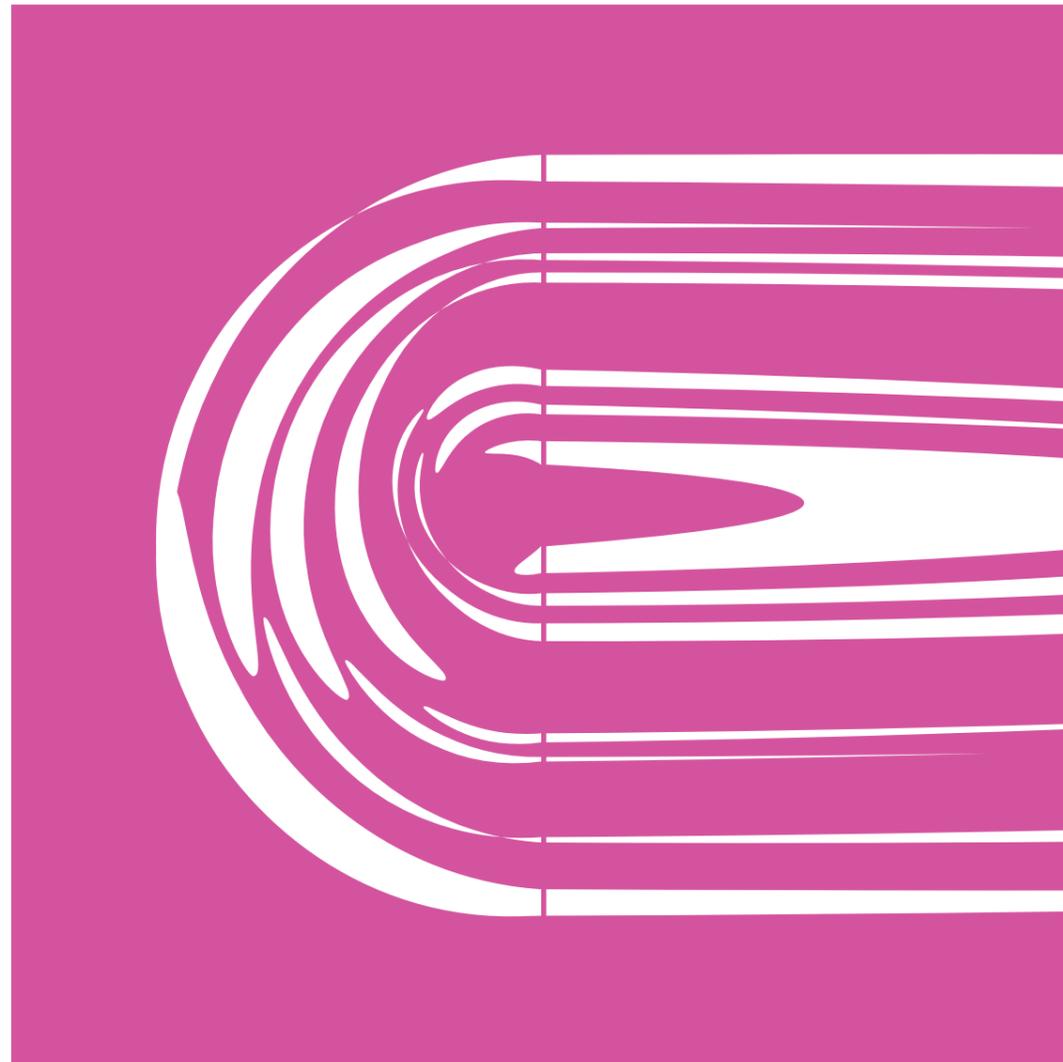
... eine Vielfalt an unterschiedlichen Nutzungsbereichen im Stadtgebiet, welche die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen einlösen.

... ein hohes Ausmass an Orten mit hohem Öffentlichkeitsgrad, wo sich Unterschiede begegnen können und wo Konflikte als städtische Bereicherung und als Prozess der Meinungsbildung gesehen und nicht durch künstlich geschaffene Barrieren vermieden werden.

... die Vermeidung von Grenzziehungen und Barrieren zwischen Stadtteilen mit unterschiedlichen Prägungen, respektive mit unterschiedlichen Ausprägungen in der Bewohnerschaft.

... die Ausgestaltung von flexiblen Raumstrukturen, die von ihren Nutzern angeeignet werden können und deren Nutzung sich im Laufe der Zeit anpassen kann.

Nicht alles muss immer geplant sein. Rapperswil-Jona möchte seinen Bewohner vermehrt Aneignungsmöglichkeiten geben – also Räume, die von der Bevölkerung entsprechend ihren eigenen Bedürfnissen frei interpretiert, frei genutzt und bestenfalls sogar frei gestaltet werden können.



«Rapperswil-Jona transferiert altbewährte Qualitäten durch innovative Neuinterpretationen in die Zukunft und nutzt diesen Wandel für die Imageförderung.»

Strategielinie 3

Neuinterpretation

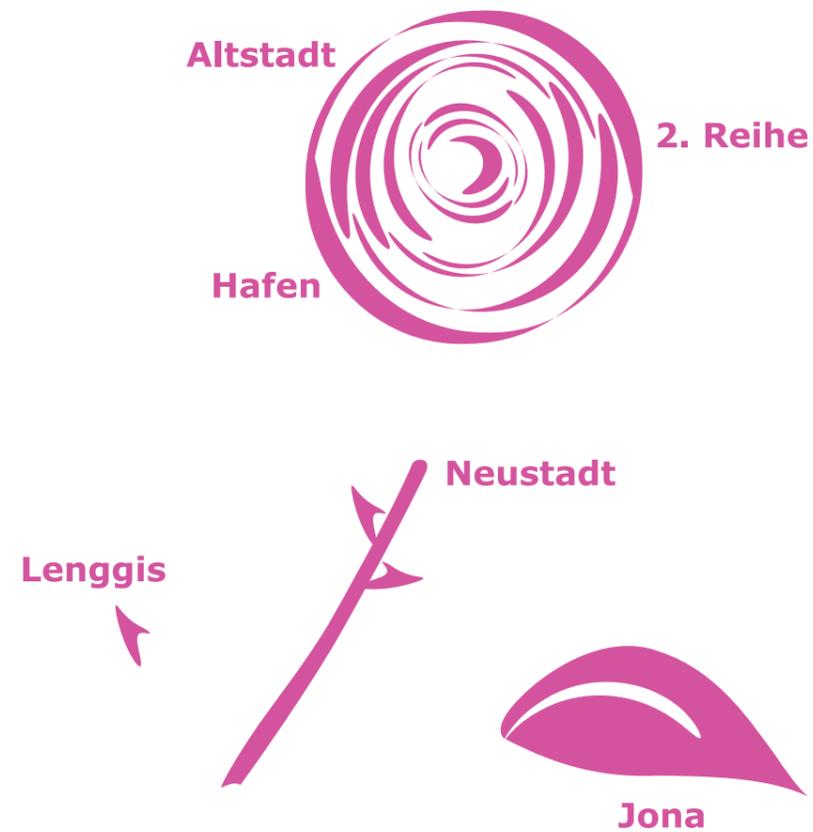
Imageförderung durch innovatives Weiterentwickeln von Bewährtem

Rapperswil-Jona weist viele altbewährte Qualitäten auf. Vieles ist jedoch aus der Mode gekommen, die Bedürfnisse der Stadtnutzer haben sich gewandelt. Es sind nun Strategien gefragt, wie altbewährte Qualitäten neu interpretiert und mit innovativem Ansatz wieder beliebt gemacht werden können. Das heisst, für die Weiterentwicklung des Images von Rapperswil-Jona sind weniger vollständig neue Elemente, sondern vielmehr die Neuinterpretation von Bestehendem gefragt.

Ein Beispiel: Rapperswil-Jona ist Rosenstadt. Inzwischen wird dieses Image aber kaum noch gepflegt, den meisten Besuchern dürfte es nicht bekannt sein. Eher zufällig stolpert man über einen Rosengarten. Das Image der Rosenstadt wurde seit dem Anlegen der Rosengärten in den 1960er und 1970er Jahren um keine neuen Elemente ergänzt, die heute noch eine Imagewirkung erzielen würden. Die „gepflanzte Rose“ ist eine stark reduzierte Form der Auseinandersetzung mit dem Rosenstadt-image. Hier könnten zukünftig reale Elemente ergänzt werden, um das Image wiederzubeleben und in die Zukunft zu transferieren. Beispielsweise könnten kleine Solaranlagen in Rosenform den See schmücken oder es könnte eine künstlerische Auseinandersetzung mit dem Thema im öffentlichen Raum stattfinden.

Derartige Elemente können bewusst auch im Stadtteil Jona eingesetzt werden, so dass das neue Image der Rosenstadt die beiden noch immer etwas distanzierten Stadtteile Rapperswil und Jona stärker verbindet.

In der Imageförderung von Rapperswil-Jona geht es damit gewisser Massen um eine Bestandspflege, die das Bewährte und Traditionelle am Leben hält, indem es ihm einen zukunftsfiten neuen Anstrich verschafft. Klassische Funktionen können neu interpretiert und damit auch für die jungen und zukünftigen Zielgruppen attraktiv gemacht werden. Geschichte und Herkunft sind von hoher Bedeutung für das Stadtimage, allerdings für junge Leute nur dann interessant, wenn sie innovativ inszeniert werden.



Auf Gesamtstadtebene wird mittels eines Nutzungsmasterplans festgelegt, in welchen Stadtteilen welche Nutzungsschwerpunkte ausgeweitet werden und wie darüber die gewollte und bereits in vielen Punkten funktionierende «Arbeitsteilung» weiter verbessert wird.

Strategielinie 4

Nutzungsmasterplan

Nutzungsmasterplan für «Arbeitsteilung» auf Gesamtstadtebene

Um das erklärte Ziel der «Vielfalt in Einheit» zu forcieren, wird die Nutzungsvielfalt auf Gesamtstadtebene weiter ausgebaut. Dazu wird ein Nutzungsmasterplan entwickelt. Dieser definiert räumliche Bereiche und deren Nutzungsschwerpunkte, welche gestärkt oder neu ausgeprägt werden sollen. Ziel ist die Bedeutungssteigerung einzelner Räume, eine gelungene Abstimmung sowie die Vermeidung unnötiger Konkurrenzen auf Gesamtstadtebene und die Ausrichtung der Räume an den heutigen wie zukünftigen Nutzerbedürfnissen. Der Nutzungsmasterplan ist ein Instrument der Koordination, indem es vielen Bereichen der Stadtentwicklung Orientierung bietet. So gibt er z.B. klare Hinweise, wenn Neubauvorhaben mit Anspruch auf Nutzungen realisiert werden, die über Wohnen und Arbeiten hinaus gehen.

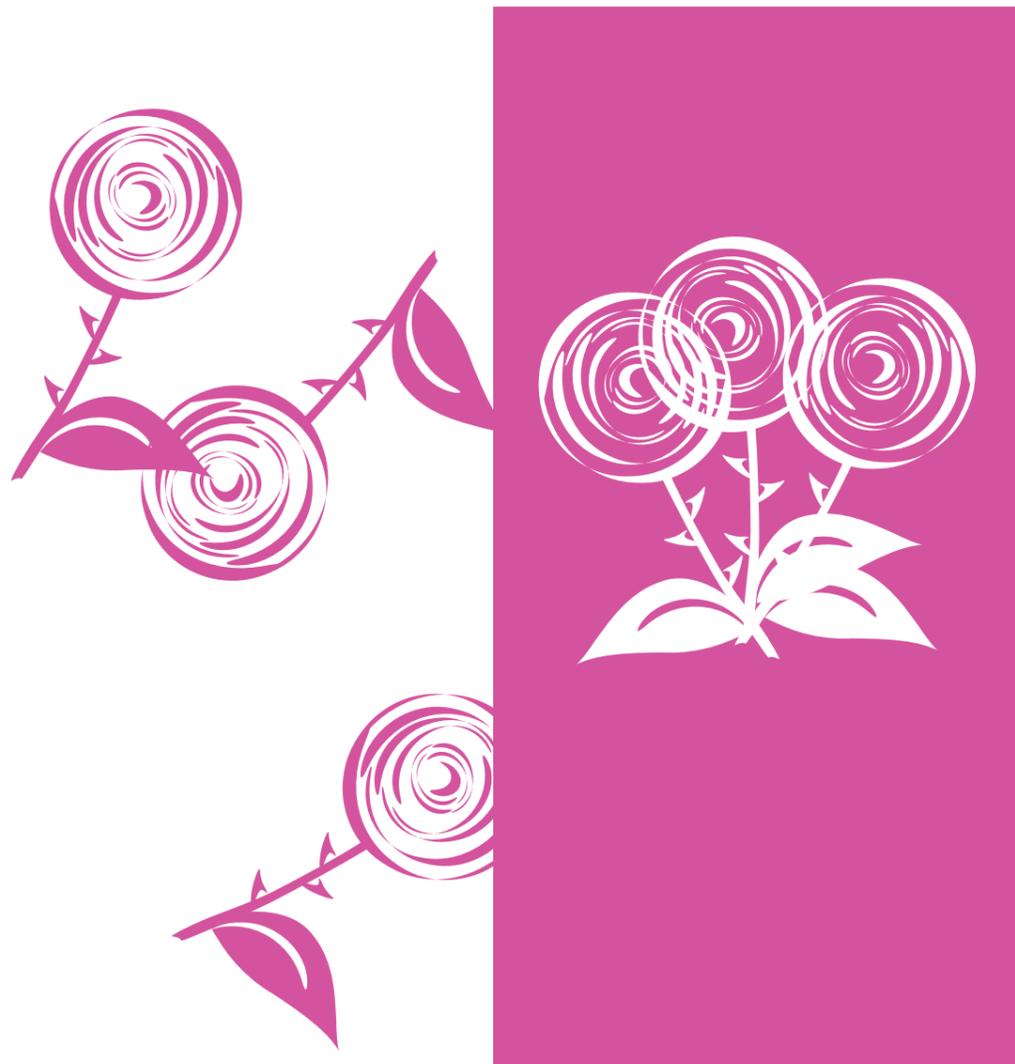
Der Nutzungsmasterplan soll zumindest die Bereiche Detailhandel, Gastronomie, Freizeit und Kultur beinhalten. Weiter ist denkbar, dass er auch die Ausrichtung in den Bereichen Wohnen und Arbeiten reflektiert.

Arbeitsteilung bei Versorgungsleistungen

Die in der Nutzungsanalyse (Intosens AG) festgestellte Arbeitsteilung bei Versorgungsleistungen wird als wesentlicher Bestandteil des Nutzungsmasterplans berücksichtigt und aufgrund der Wichtigkeit eventuell separat betrachtet.

Es wurde festgestellt, dass der Einkaufsstandort Rapperswil-Jona in vier Einkaufsgebiete aufgeteilt ist, bei denen Konkurrenzierungen nur in sehr geringem Ausmass vorhanden sind. Im zukünftig angestrebten weiteren Aufrechterhalten und Pointieren der Arbeitsteilung bestehen folgende Zielsetzungen:

- Die Rapperswiler Altstadt bietet Besuchern wie Einheimischen ein vielfältiges, sympathisches und kleinteiliges Allerlei-Angebot. Gleichzeitig bewahrt die Altstadt eine Vielzahl von Besonderheiten (z.B. «dieses Geschäft ist schon in der dritten Generation...»)
- Die Rapperswiler Neustadt stärkt ihre Funktion als Versorgungsanbieter für ein grösseres Einzugsgebiet, wofür laufend Modernisierungen, Angebotsanpassungen und Angebotsweiterungen vorgenommen werden. Wichtigster Bereich dabei ist Mode.
- Der Bereich Jona sichert die Versorgung des umgebenden Stadtteils und baut gleichzeitig eine gewisse Verweilqualität (Aussenraumattraktivierung für Fussgänger, Verknüpfung mit Gastronomie) auf.
- Der Bereich des Jona Centers baut seine Bedeutung als Spezialversorger für ein grösseres Einzugsgebiet aus. Weitere Fachmärkte kommen hinzu.



Die zahlreichen mentalen wie räumlichen Barrieren zwischen unterschiedlichen Nutzungsbereichen (insbesondere innerhalb der Altstadt) sollen mit dem Ziel der «Vielfalt in Einheit» durch individuelle Massnahmen abgebaut werden.

Strategielinie 5

Barrierenabbau

Auflösen von Grenzwirkungen, fördern positiver Wechselwirkungen

Insbesondere sollen Wesensmerkmale und Synergien zwischen der Altstadt und der Neustadt gefördert werden, womit gleichermaßen Wechselspiele unterschiedlicher Nutzungen, Identitätsbezüge und stadtgestalterische Massnahmen gemeint sind.

In Rapperswil-Jona gibt es viele in sich homogene, gegen aussen aber teilweise isoliert wirkende Stadtteile und Stadtkörper. Einerseits wird so die Vielfalt gesteigert, andererseits wirkt die Stadt Rapperswil-Jona aber als urbanes Konglomerat. Isolierte Gebiete und Barrieren müssen erkannt und abgebaut werden, damit die Stadt im Sinne der Fusion weiter zusammenwachsen kann. Vor allem die vielen Bahnlinien und vielbefahrenen Strassen auf Stadtgebiet stellen sich als problematisch heraus. Folgende Perimeter gilt es im Besonderen zu beachten.

Stadtgebiete:

- Altstadt
- Neustadt
- Lidobereich
- Zentrum Jona

Barrierengebiete:

- Eisenbahn und Bahnhof Rapperswil
- Verkehrsachse Untere Bahnhofstrasse/Zürcherstrasse
- Bahnhof Jona

Altstadt-/Neustadt Wechselspiel:

Die beiden Stadtkörper Alt- und Neustadt werden von der viel befahrenen Verkehrsachse Untere Bahnhofstrasse / Zürcherstrasse getrennt. Ein Wechselspiel wird dadurch sichtlich beeinträchtigt. Umso wichtiger ist es demnach, das Zusammenspiel der beiden Stadtkörper miteinander abzustimmen und Fehlentwicklungen zu stoppen.

So etwa ist die Altstadt momentan im Begriff, Wesensmerkmale und Trends der Neustadt aufzunehmen – z.B. die Sales-Schilder und Produktwerbung. Vielmehr sollte sie aber ihre eigenen Stärken ausspielen. Denn die beiden Stadtkörper dürfen keinesfalls in Konkurrenz zueinander auftreten.

Um dieses Wechselspiel zu fördern, müssen auch stadtgestalterische Massnahmen ergriffen werden, welche vor allem Durchwegung und Orientierung im Bereich der Hauptverkehrsachsen erleichtern.



Die knappen Wohnbaulandressourcen werden gezielt genutzt, wofür eine Strategie der Wohnbauentwicklung mit Aussagen zu der gewünschten Bewohnerschaft und Bevölkerungsentwicklung erstellt wird.

Strategielinie 6

Wohnbaustrategie

Strategie qualitative Wohnbau- und Innenentwicklung

In den vergangenen 10 Jahren wurden in Rapperswil-Jona über 1'000 Wohnungen gebaut. Die Statistikanalyse zeigte auf, dass bei gleichbleibender Bautätigkeit die letzte Wohnbaulandreserve in 15 bis 25 Jahren aufgebraucht ist.

Die Ressource Land ist nicht endlos vorhanden und daher entwickelt die Stadt eine klare Strategie, wie das verbleibende Bauland genutzt und Nachverdichtungen realisiert werden soll. Gefragt sind strategische Entschiede, welche Art von neuen Bewohnertypen angesprochen und mit welchen Instrumenten und Vorschriften der Wohnungsbau zur Zielerreichung gesteuert werden soll.

Es soll nicht dem Zufall, respektive den Investoren überlassen bleiben, wie sich die Bevölkerung von Rapperswil-Jona zukünftig zusammensetzt.

Die Statistikanalyse gibt Hinweise zu notwendigen Zielsetzungen:

- Überdurchschnittlich hohe Mietpreise erschweren finanzschwachen Bevölkerungsschichten, zu angemessenem Wohnraum zu kommen. Genossenschaftswohnungsbau soll gefördert werden.
- Mit Klein- und Kleinstwohnungen soll auf den immer noch steigenden Anteil von Single- und Paarhaushalten reagiert werden.
- Zentrumsnaher, barrierefreier Wohnungsbau soll gefördert werden, um auf den Anspruchswandel der zunehmend älter werdenden Bevölkerung zu reagieren.
- Innovativer Wohnungsbau mit neuen, flexiblen Wohnraumkonzepten ist für den wachsenden Anteil der Haushalte mit individuellen Lebensstilen gefragt.



«Gleichermassen die Entwicklung des Freizeitangebotes wie die Tourismusförderung sollen dazu beitragen, dass Rapperswil-Jona für breitere Zielgruppen und dabei insbesondere für Jugendliche und junge Erwachsene an Attraktivität gewinnt.»

Strategielinie 7

Jugendlichkeit

Eine junge Freizeit- und Tourismusförderung

Der öffentliche Raum soll besser für vielfältige Freizeitnutzungen aktiviert werden. Ein räumlicher Fokus soll dabei auf die Neustadt gelegt werden und der inhaltliche Fokus gilt der Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene. Im Rahmen der durchgeführten Analysen wurde festgestellt, dass die Betätigungs- und Aneignungsmöglichkeiten für junge Menschen im öffentlichen Raum eher eingeschränkt sind. Hinzu kommt, dass die Neustadt bislang nur bedingt öffentliche Räume aufweist, die aktiv genutzt werden können und nicht eher als Restflächen (Parkplätze, Hinterhofsituationen usw.) zu bezeichnen sind. Entsprechend besteht in dieser Kombination grosser Entwicklungsbedarf und grosses Entwicklungspotenzial.

Zu ähnlichen Resultaten kam die Betrachtung des Tourismus in Rapperswil-Jona. Besonders beliebt ist die Stadt bei Tagestouristen gehobenen Alters, wohingegen sie jungen Zielgruppen eher als zu verstaubt und zu altmodisch gilt. Anziehungspunkte und Nutzungsmöglichkeiten für ein junges Zielpublikum sind auch in der Altstadt als Hauptattraktion rar. Zur Tourismusförderung gehört die Etablierung von Nutzungen, welche junge Zielgruppen zu einem mehrmaligen Besuch der Stadt bewegen, so dass nicht mehr gilt: «Rapperswil-Jona hat man nach einem ersten Besuch gesehen.»



Der Besuch von Alt- und Neustadt soll für den Stadtnutzer so angenehm und bequem wie möglich gestaltet werden, wofür wichtige Aspekte unter anderem die Optimierung der Erreichbarkeit, die Verbesserung der Orientierung und der Abbau von Barrieren sind.

Strategielinie 8

Bequemlichkeit

Fördern der Bequemlichkeit des Stadtbesuchs

Erste Massnahmen, welche dem Stadtnutzer den Innenstadtbesuch erleichtern, sollen sofort angegangen werden. Die möglichen Massnahmen dabei sind vielfältig. Sie können von der Verbesserung des Parkplatz-/Parkleitsystems, über stadtgestalterischen Massnahmen zur Verbesserung der Orientierung (z.B. zwischen Parkplatz und Zielort) bis hin zur Etablierung gemeinsamer Services unterschiedlicher Anbieter (z.B. gemeinsame Heimlieferservices) und anderem mehr reichen. Wichtig beim Entscheid, welche Massnahmen mit welchen Partnern konkret realisiert werden sollen, ist die Prüfung, wie sehr sie die Bequemlichkeit als wichtigen Entscheidungsfaktor für oder gegen einen Innenstadtbesuch beeinflussen.

Verbesserung der Erreichbarkeit

Die Verbesserung der Erreichbarkeit von Alt- und Neustadt ist ein Ziel, das nur langfristig erreicht werden kann, dem aber dennoch grosse Wichtigkeit zukommt. Gefragt ist eine integrierte Standortentwicklung, welche die Entwicklung des Detailhandels und Verkehrslösungen im Verbund betrachtet. Die MIV-Erreichbarkeit soll langfristig verbessert und ÖV-Anbindungen sollen weiter ausgebaut werden.

Die Nutzungsanalyse hat gezeigt, dass die Einkaufszentren der Neustadt mit ihrem Modeangebot eine starke Magnetwirkung haben und heute selbst gegenüber dem Seedamm-Center die Positionierung sehr gut ist. Die Analyse zeigte aber auch, dass das Angebot in der Neustadt kaum mehr ausgeweitet werden kann, da die Zufahrtstrassen heute bereits stark überlastet und die Parkplätze knapp sind. Im Umfeld von Rapperswil ist den Einkaufszentren hingegen viel Raum zum Wachsen gegeben. Die Erweiterung des Linthparks und die Verdopplung der Verkaufsfläche des Seedamm-Centers sind aktuelle Beispiele. Die aktuell gute Positionierung der Neustadt mit den Modeangeboten kann damit keinesfalls als gesichert gelten.

Um die Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt von Rapperswil als Verkaufsstandort aufrecht zu erhalten, kommt daher den kurz- bis mittelfristigen Massnahmen die langfristige Absicht eines verkehrsplanerischen Grossprojektes hinzu. Bestehende Arbeiten zu einer möglichen Verkehrsentslastung im Bereich der Innenstadt, die den oberirdischen Durchgangsverkehr umleiten würde, erscheinen hierzu die passende Grundlage zu sein. Es ist wichtig, die Verkehrsproblematik an den Zufahrtstrassen zu lösen, da die Verkehrsüberlastungen die Fahrtzeit teils erheblich verlängern und zudem eine mentale Barriere darstellen. Weiter von Bedeutung sind ein ausreichendes Parkplatzangebot mit einer stimmigen Verteilung der Parkplätze sowie die weitere Optimierung der ÖV-Erreichbarkeit.



Das Verständnis der (Alt)Stadtakteure für die Qualitäten ihres Standortes und für die Möglichkeiten, ihr Angebot an diesen Qualitäten auszurichten, wird durch die Stadt im Rahmen eines kooperativen Vorgehens bei der Altstadtentwicklung gefördert.

Strategielinie 9

Sensibilisierung

Kooperation / Verständnisförderung für (Alt-)Stadtqualitäten

Die Wertschätzung, die der Kultur beigemessen wird, welche Altstädten verkörpern, ist ungebrochen hoch. Die Altstadt von Rapperswil-Jona verfügt über Geschichte, Verfassung und Glanz. Diese Werte können an der Peripherie nicht einfach kopiert und die Authentizität mit keinem noch so gut gestalteten Versuch reproduziert werden. Damit ist die Altstadt der Ort, der weniger zeigt, wo Rapperswil-Jona hingehört, sondern der ganz klar zeigt, wo die Stadt und die Gesellschaft herkommen. In der Zeit der Globalisierung und Entfremdung ist dies ein äusserst geschätzter Wert.

Anhand von zahlreichen, zumeist gestalterischen Details spürt man, dass Eigentümer, Anwohner und Unternehmer vor Ort die Altstadt als «ihre» Altstadt betrachten, auf die man stolz ist. Dennoch findet man kaum Angebote, welche letztlich zu den erwähnten Qualitäten der Altstadt passen. Es scheint eine gewisse Hilflosigkeit vorhanden zu sein, wie man die Qualitäten Geschichte und Glanz letztlich für den eigenen Unternehmenserfolg nutzen kann. Beispielsweise findet sich kaum ein Gastronomiebetrieb, in dem Einrichtung und Speiseplan auf den Ort abgestimmt sind und so bleibt einem das «Gesamterlebnis Altstadt» in diesem Moment verwehrt.

Möglichkeiten gäbe es viele; denn das Lokale, Gute, Vertraute und Heimatliche liegt bei den Konsumenten im Trend. Die Nachfrage steigt vor allem bei Angeboten, in denen sich die Kunden wiederfinden und bei denen sie so etwas wie Identität und Geborgenheit empfinden.

Die Chancen der Altstadt sind also gross! Damit sie aber genutzt werden können, muss das Verständnis bei ihren Akteuren (allen voran Detailhändler, Gastronomen und Eigentümer) für die spezifischen Qualitäten der Altstadt und für Wege des Profitierens von ihnen gefördert werden. Hier verpflichtet sich die Stadt einer aktiven Rolle, indem beispielsweise kooperative, lernende Verfahren etabliert werden.

Mögliche Lösungsansätze sind unter anderem:

- Etablierung eines Altstadt-Arbeitskreises
- Schaffung von thematischen Arbeitskreisen
- Unterstützung von Nutzungen, welchen zur Atmosphäre und zur Geschichte der Altstadt passen
- Förderung des Verständnisses für die Qualitäten der Altstadt (etwa durch Vortragsreihen)
- Kooperative Nutzungsentwicklung für die Altstadt



Mit einer vielfältigen Nutzungsentwicklung und einer Förderung der Bekanntheit soll die Altstadt in Bedeutung und damit auch Belebung gefördert werden.

Strategielinie 10

Altstadtvielfalt

Künstliche Reduktion der Altstadt aufbrechen

Die Altstadt ist wichtigster Träger der Stadtidentität. Sie gibt den Bürgern die Überzeugung, in einer besonderen Stadt zu leben und den Auswärtigen das Gefühl, einen interessanten Ort zu besuchen. Die Stadtidentität muss aber lebendig bleiben – als inhaltsleere Fassade kann die Altstadt nicht funktionieren.

In der Vergangenheit hat die Altstadt stark an Bedeutung eingebüsst. Der allgemeine Trend der Suburbanisierung hat zu einer weitreichenden Funktionsverlagerung an die Peripherie geführt. Ziel ist nun, die Altstadt mit mehr und neuer Funktionalität zu füllen. «Mehr» meint eine grössere Breite an Inhalten und nicht das Klammern an verbleibenden Funktionen. Dabei ist der Detailhandel nach wie vor ein wichtiger Antrieb für eine lebendige Innenstadt und auch ist er von Bedeutung für weitere Einrichtungen und Angebote. Er muss aber auch nicht überbewertet werden; denn keinesfalls ist er die einzige Treibkraft.

Gesucht ist die Weiterentwicklung der Altstadt in Vielfalt, mit hohem Öffentlichkeitsgrad und mit Betonung der Geschichte und des Glanzes. Mögliche Lösungsansätze sind unter anderem:

- Konzept zur Belebung der zweiten Reihe (multifunktional)
- Gastronomievielfalt wahren und ausbauen (Erarbeitung Gastrokonzept)
- Kultur als Frequenzbringer der Altstadt ausbauen
- Herauskrallisieren von Sonderthemen, mit denen Aufmerksamkeit gewonnen wird
- Ausbau der (Nutzungs-)Heterogenität und Sichtbarmachung verborgener Möglichkeiten
- Förderung der Erlebnisqualität
- Verbesserung der Angebotsqualität (vor allem Detailhandel)
- Positionierung und Vermarktung als «Bijou» (gilt auch für den Detailhandel)

Bei der Weiterentwicklung der Altstadt in hoher Vielfalt ist der Detailhandel nur einer von vielen, gleichwohl aber ein wichtiger Inhalt. Überall gibt es immer mehr vom Gleichen – und dies gilt eben insbesondere für den Detailhandel. Mit einem stark ansteigenden Filialisierungsgrad bringt es kein Handelsstandort zu einer Profilierung. Dies kommt der Altstadt und ihrem äusserst hohen Anteil an inhabergeführten Geschäften zu Gute: Umso mehr sich diese organisieren und zusammenschliessen, desto besser ihre Chancen. Ihnen kann es gelingen, mit einer hohen Vielfalt das «mehr vom selben» in den Schatten zu stellen. Mainstream ist nicht mehr gefragt. Am Branchenmix mangelt es der Altstadt dabei bereits heute nicht, allerdings fehlt es am Zusammenspiel und im Ganzen gesehen auch an der notwendigen Angebots-Qualität.



Die Neustadt wird langfristig zum vernetzten Stadtteil, mit einer steigenden Vielfalt an aussenorientierten Erdgeschossnutzungen und an nutzbaren öffentlichen Räumen entwickelt.

Strategielinie 11

«Echt-Stadt»

Entwicklung der Neustadt zum «echten» Stadtteil

Die Rapperswiler Neustadt scheint nahezu ausschliesslich aufgrund der Einkaufsmöglichkeiten aufgesucht zu werden. «Normal» ist das nicht. Normalerweise sind Innenstädte multifunktionale Orte und so führt die Verschiebung der Handelsschwerpunkte an die Peripherie in der Regel auch nicht zu ihrer existenziellen Bedrohung. Was aber würde der Neustadt bleiben, wenn Einkaufszentren im Umland ihr die Kundschaft abgraben?

Diese Frage soll mit der Forcierung der Entwicklung der Neustadt hin zu einem «echten» Stadtteil, respektive zu einer «echten» Innenstadt beantwortet werden. Die «Kultur der Vielfalt» macht den Reiz einer Innenstadt aus und dies soll zunehmend auch für die Neustadt von Rapperswil gelten.

Insbesondere sollen Orte der Begegnung ausgeprägt werden, in denen sich die Bürger in ihrer Vielfalt und Verschiedenheit treffen können. Möglichkeiten zum «Socialising» sind gefragt und sollen einen dem Konsum gleichberechtigten Stellenwert bekommen. Insbesondere für die jungen Bevölkerungsschichten soll die Neustadt diesbezüglich an Attraktivität gewinnen.



JONA

Das Zentrum von Jona wird um neue Charakter- und Identitätsmerkmale ergänzt, welche ihm den Status als angenommenes, belebtes Quartierszentrum sichern und die Identifikation der Stadtteilbewohner fördern.

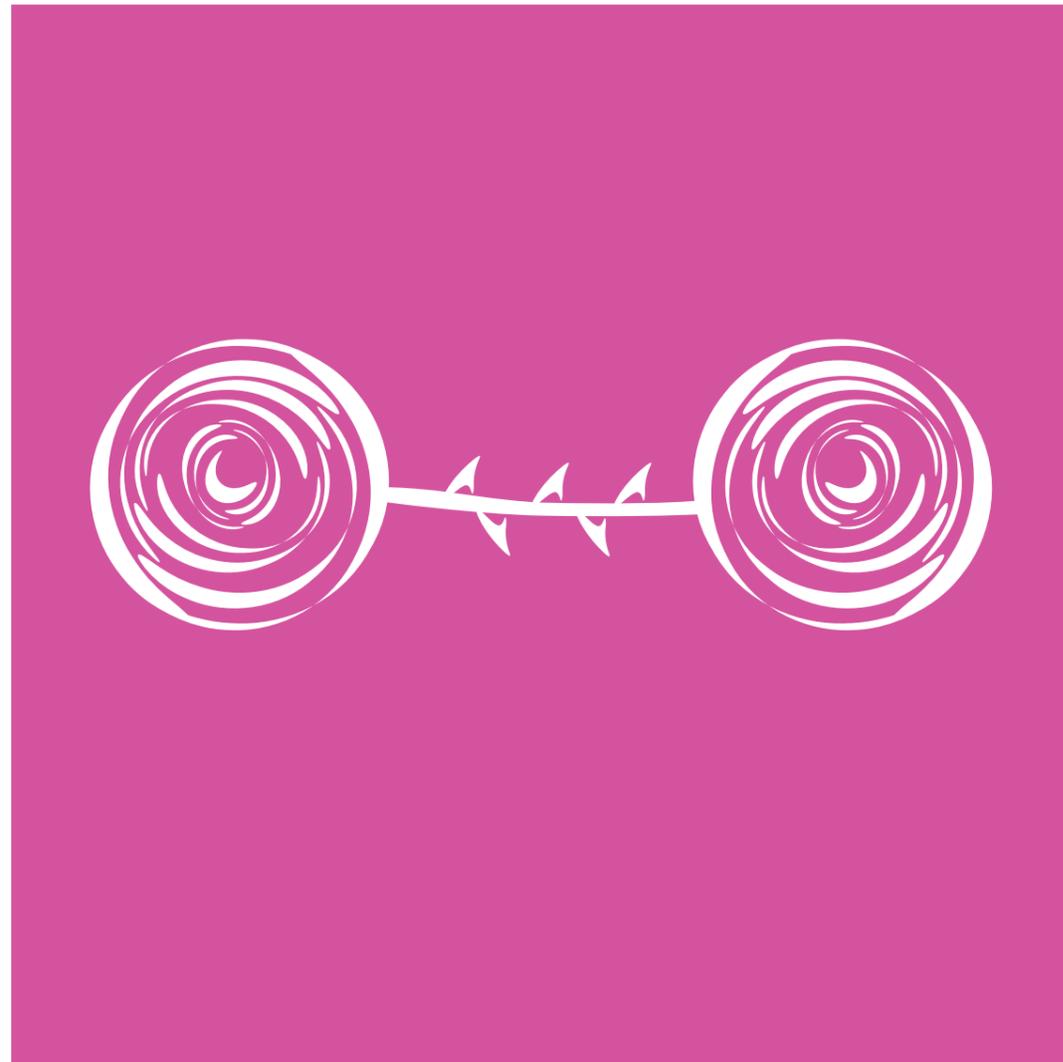
Strategielinie 12

Jona-Charakter

Zusätzliche Identität für Jona

Aktuell wird das Zentrum von Jona von der Bewohnerschaft angenommen, die Identifikation der Bewohnerschaft mit dem Stadtteilzentrum scheint ausreichend ausgeprägt zu sein.

Die bauliche Struktur des Zentrums von Jona spricht mit den vier- bis fünfgeschossigen Überbauungen eine ähnliche Sprache wie ein grosser Teil der Wohnüberbauungen von Jona. Baulich besteht eine Einheit, worin ein wichtiger Grund für die Akzeptanz bei der Quartiersbevölkerung zu sehen ist. Noch wichtiger dürfte aber sein, dass das Zentrum von Jona mit seinen Einkaufsangeboten als Stadtteilversorger fungiert. Aufgrund der wachsenden Versorgungsangebote im Umfeld (vor allem Yona-Center und Linthpark) kann die Bedeutung der Versorgungssituation jedoch keinesfalls als gesichert gelten. Das heisst, dass das Zentrum von Jona aktuell als «echtes» Stadtteilzentrum sehr gut funktioniert, damit dies auch zukünftig gesichert ist, sollen aber weitere Inhalte ergänzt werden, die auf die Nutzung, insbesondere aber auch den Identitätsgehalt abzielen.



Der Bereich «zwischen Rapperswil und Jona» soll einen deutlich urbaneren und dichteren Charakter erhalten, wobei er den Schwerpunkt auf Wohnen und Arbeiten legt, hinsichtlich der Versorgungsfunktion aber auf die Zentren Rapperswil und Jona ausgerichtet bleibt.

Strategielinie 13

Stadtachse

Entwicklung des Zwischenbereichs zum urbanen Verbindungsraum

Rapperswil und Jona waren bereits lange vor der Gemeinde-fusion zusammen gewachsen und dennoch zeigt ein Grossteil des Zwischenbereichs (namentlich die Areale um die Neue und Alte Jonastrasse) noch immer den Charakter eines doppelten Randbereiches auf. Gleichermassen das Siedlungsbild (mit den zahlreichen Restflächen) wie die Funktionen (mit Autohändlern und ähnlichem) vermitteln das Gefühl der Peripherie, obgleich man inmitten der Stadt ist.

Dies zu ändern, ist wichtiges langfristiges Ziel der Stadtentwicklung. Weg vom Zwischenbereich, hin zur urbanen Zone ist die Devise. Eine deutliche Nachverdichtung soll stattfinden. Der Fokus liegt dabei klar auf dem Wohnen und Arbeiten.

Es sollen moderne Wohnangebote geschaffen werden. Dabei ist eine hohe Durchmischung gefragt, obgleich ein gewisser Fokus auf jüngeren Zielgruppen und niedrigeren Einkommensschichten gelegt werden soll, für die Wohnraum in Rapperswil-Jona bisweilen unterdurchschnittlich verfügbar ist. Beim Arbeiten wird der Fokus auf Dienstleister sowie auf die Kreativwirtschaft gelegt.

Breite Ansiedlungen von Detailhandel sind im Zwischenbereich nicht vorgesehen. Diesbezüglich soll die klare Ausrichtung auf die Zentren Rapperswil und Jona bestehen bleiben.

Anhang

Ergebnisse aus dem Standortprofil auf einen Blick

Ergebnisse aus der Nutzungsanalyse auf einen Blick

Ergebnisse aus der Wahrnehmungsanalyse auf einen Blick

Stadtcollagen

Rapperswil-Jona – ein neues Gesicht

Rapperswil-Jona hat eine rasante Entwicklung hinter sich, die Stadt hat ihr Gesicht stark verändert. Die Gemeinde kann auf eine durchaus positive Entwicklung in den Bereichen Bevölkerung, Wohnen und Arbeiten in den letzten Jahren zurückblicken.

Wandel in der Bevölkerungszusammensetzung

Der Wandel ist beispielsweise in der Bevölkerungszusammensetzung spürbar: In den letzten gut 20 Jahren haben neue, individualisierte Bevölkerungsmilieus stark zugenommen, wohingegen Haushalte mit traditionellen Lebensformen nahezu verschwunden sind. Ebenfalls stark im Rückgang begriffen sind Familienhaushalte – deren Anteil ist unter den Mittelwert der Schweiz gefallen.

Oberschicht nimmt zu

Die Oberschicht hat in Rapperswil-Jona leicht zugenommen. Ihr Anteil liegt inzwischen leicht über dem schweizweiten Durchschnitt. Gleichzeitig ist das Preisniveau im Wohnungsmarkt sehr hoch. Der Anteil der Haushalte aus der Mittel- und Unterschicht ist hingegen je leicht gesunken. Die Abweichungen zum schweizweiten Durchschnitt sind alles in allem aber gering, so dass Rapperswil-Jona hinsichtlich der Bevölkerungszusammensetzung als gut durchmischte Gemeinde bezeichnet werden kann.

Wesentliche Aussagen im Bereich Bevölkerung

- Bevölkerungsstagnation seit 5 Jahren
- starke Veränderungen in der Bevölkerungszusammensetzung
- zum Teil sehr starke Etablierung neuer Bevölkerungsmilieus wie die Improvisierte und Etablierte Alternative, die Aufgeschlossene Mitte, die Bildungsorientierte Oberschicht und die Urbane Avantgarde
- abnehmende Unterschicht, abnehmende Mittelschicht, stark zunehmende Oberschicht
- durchschnittliches Reineinkommen 4% über dem Schweizer Durchschnitt
- CHF 23'500 durchschnittliche jährliche Detailhandelsausgaben pro Haushalt – leicht über schweizweitem Durchschnitt
- zunehmend mehr Singles, weniger Familien
- zusehends ältere Bewohner
- negativer Wanderungssaldo (bei Umzügen innerhalb der Schweiz): in 10 Jahren sind knapp 500 Personen mehr weg- als zugezogen

Wesentliche Aussagen im Bereich Wohnen

- Wohnungen leicht überdurchschnittlich gross
- unterdurchschnittlicher Anteil Einfamilienhäuser
- durchschnittlicher jährlicher Wohnungszuwachs von 1,2% (entspricht 150 Wohnungen)
- seit 5 Jahren leicht unterdurchschnittlicher Leerwohnungsbestand (rund 0,8%)
- hoher Anteil Mietwohnungen bei Leerständen
- hoher Anteil überbauter Bauzonenflächen Wohnen
- generell sehr hohes Preisniveau im Wohnungsmarkt
- Kempraten der Ort mit den klar höchsten Marktpreisen und Marktmieten innerhalb der Gemeinde
- hohe Wohn- und Lebensqualität für traditionelle und eher geringe Qualität für individualisierte Lebensstile
- Mindestens 10% der Bauzone Wohnen sind noch unüberbaut (entspricht rund 33 bis 55 Hektar)

Wesentliche Aussagen im Bereich Arbeiten

- durchschnittlich positive Entwicklung im Arbeitsmarkt
- sehr starker Dienstleistungssektor
- normaler Anteil überbauter Bauzonenflächen Arbeiten
- Mindestens 25% der Bauzone Arbeiten sind noch unüberbaut (entspricht rund 27 bis 34 Hektar)
- Industriesektor wird in den nächsten 15 Jahren an Bedeutung verlieren, der Dienstleistungssektor entsprechend zulegen
- sehr starke Zunahme des Steuerertrags juristischer Personen bis 2007, danach eher Stagnation
- hohe Bedeutung des ÖV für Berufspendler

Ergebnisse aus der Nutzungsanalyse

1. Passende «Arbeitsteilung» der vier Einkaufsbereiche

Es zeigte sich, dass der Einkaufsstandort Rapperswil-Jona in vier Einkaufsgebiete aufgeteilt ist. Eine negative Folge daraus könnte innerörtliche Konkurrenz sein. Aufgrund einer passenden «Arbeitsteilung» bleibt diese jedoch gering.

2. Mode-Filialen als treibende Kraft – Neustadt kleidet

Die Rapperswiler Neustadt steht mit ihrer Ausrichtung als Bedarfsversorger für ein grösseres Einzugsgebiet in direkter Konkurrenz zu den Einkaufszentren und Grossformaten im Einzugsgebiet. Insbesondere das Seedamm-Center spielt dabei eine wichtige Rolle, wobei auch ein erweiterter Linthpark das Potenzial haben wird, den Kaufkraftzufluss in die Rapperswiler Neustadt zu bremsen. Zentral für die Rapperswiler Neustadt ist der Bereich Mode. Dieser bildet im NonFood die Positionierung, sprich den wichtigsten Grund, weswegen die Rapperswiler Neustadt für NonFood-Einkäufe aufgesucht wird.

3. Altstadt lebt durch Gastronomie und nicht durch Detailhandel

Die Gastronomie ist der wichtige Treiber der Altstadt, die Versorgungsleistung durch den Detailhandel nimmt hingegen eine schwächere Rolle ein. Betrachtet man nur die Versorgungsgewährleistung mit Gütern des täglichen und periodischen Bedarfs, dann ist die Altstadt streng genommen von keinerlei Relevanz. «In den Zahlen» der Versorgungsanalyse würde es keine «Lücke» hinterlassen, wenn man den Detailhandel in der Altstadt vollständig streichen würde. Quantitativ würde also keine Lücke entstehen, sehr wohl aber qualitativ. In der Altstadt geht es nicht um die Versorgungsgewährleistung, sondern um die Identifikation, um den Genuss und um das Erlebnis.

4. Mangelhafte Vernetzung Altstadt und Neustadt

Das Verkehrsaufkommen der Hauptstrasse ist mitverantwortlich, dass die Vernetzung eingeschränkt ist – einerseits zwischen Alt- und Neustadt, andererseits auch innerhalb der Neustadt. Für die Fussgänger stellen die grösseren Strassen entscheidende Hindernisse dar.

5. Hohe Versorgungszentralität braucht gute MIV-Erreichbarkeit

Der Detailhandel von Rapperswil ist stark auf eine gute Erreichbarkeit und dabei vor allem auf eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto angewiesen. Geschätzt macht der Detailhandel von Rapperswil heute rund 75% seines Umsatzes durch Kundschaft, die das Auto nutzt. Umsatzerhöhung wird nur dann möglich:

- wenn die Anzahl der Parkplätze erhöht wird,
- der Einkaufsbetrag pro Kunde erhöht wird oder
- die Einkaufszeit auf möglichst viele Stunden verteilt wird.

6. Parkplatzangebot von hoher Bedeutung

Die zukünftige Entwicklung der Detailhandelssituation in Rapperswil-Jona im Allgemeinen und in der Neustadt Rapperswil im Speziellen muss mit einer fundierten Verkehrskonzeption einhergehen, welche gleichermaßen die Verkehrsproblematiken an den Zufahrtstrassen, als auch die Entwicklung des Parkplatzangebotes betrachtet.

7. Ortskern Jona als Stadtteilversorger mit Charakter

Jona weist heute schon die Charakteristik eines «echten Stadtteilzentrums» auf, auch wenn diesbezüglich noch Verbesserungspotenzial besteht. Im Bereich Food wird der Grossteil des Umsatzes von Coop, Migros und Denner erwirtschaftet, daneben sind kleine Lebensmittelanbieter ebenfalls vorhanden. Sie bewirken (in Zusammenspiel mit der Gastronomie), dass sich das Einkaufsverhalten nicht auf die Zufahrt über die Tiefgarage beschränkt, sondern ein gewisser stadteiltypischer Austausch stattfindet.

8. Autoorientierter Spezialanbieter Jona-Center

Im Stadtteilzentrum von Jona werden die Kunden eher animiert, den Supermarkt noch zu verlassen und weitere Zentrumsnutzungen wahrzunehmen, im Jona-Center hingegen liegt der Fokus auf dem möglichst bequemen Bedarfseinkauf. Die geplante Vergrösserung des Einkaufsangebotes im Jona-Center wird dem eigentlichen Zentrum Jonas Kunden abschöpfen.

9. Auswirkungen neuer Linthpark

Die Neuerrichtung des Linthparks mit einem deutlich erweiterten Angebot wird die Ausrichtung der nahegelegenen Linthgebiet-Gemeinden auf Rapperswil-Jona verringern und damit den Detailhandelsumsatz in Rapperswil-Jona leicht beeinträchtigen, in gegenläufiger Richtung wird es aber kaum die Bevölkerung von Rapperswil-Jona aus ihrer Stadt «abziehen».

Ergebnisse aus der Wahrnehmungsanalyse

Altstadt

Die Altstadt ist geprägt von einer positiv überraschenden Vielzahl an unterschiedlichen Nutzungsblöcken, die teils jedoch kaum miteinander verbunden und entsprechend nur wenig genutzt sind. Einige starke Barrieren (vor allem die Hauptverkehrsachse) verhindern Synergien zwischen unterschiedlichen Nutzungsbereichen zusätzlich. Es festigt sich der Eindruck, dass sich Alt- und Neustadt sehr gut ergänzen könnten, in der Realität aber mögliche Synergien ausbleiben.

Sehr auffallend ist, wie liebevoll die Altstadt gepflegt wird. Wer in der Altstadt wohnt, scheint dies aus höchster Überzeugung zu tun und zeigt dies auch im öffentlichen Raum. Weiter glänzt die Altstadt insbesondere durch ihre gebaute Geschichträchtigkeit. Im Detailhandel und in der Gastronomie wird diese Qualität jedoch kaum genutzt. Man vermisst die „individuellen Schmuckstücke“ und die Aktionen oder Veranstaltungen, welche weniger den Konsum, sondern vielmehr das Erlebnis, die Begegnung und die Kultur in den Mittelpunkt stellen.

Neustadt

Die Altstadt präsentiert sich stolz, die Qualitäten, auf welche man in der Neustadt stolz sein könnte, sucht man hingegen vergebens. Der öffentliche Raum weist kaum Nutzungsmöglichkeiten auf, vielerorts fühlt man sich entsprechend eher wie in lieb- und orientierungslosen sowie grossdimensionierten „Rest-Räumen“. Die Frage nach Verdichtung und Nutzungsentwicklung drängt sich auf.

Leben findet in der Neustadt eher in den introvertierten Einkaufszentren statt, welche keinen Bezug zur Aussenwelt suchen. Hier bestehen insbesondere Qualitäten für ein junges Publikum, auf welches die Mode-Einkaufsangebote im Schwerpunkt ausgerichtet sind. Als gewichtiges Thema der Neustadt drängt sich zudem die Verkehrssituation, respektive die Verkehrsüberlastung auf, welche ein bequemes Erreichen und Einkaufen erschwert.

Zentrum Jona

Das Zentrum von Jona passt zum Stadtteil und scheint von seinen Bewohnern angenommen. Es bietet sich das Bild eines stimmigen und belebten Stadtteilzentrums, bei dem Raum, Architektur, Nutzung und Identität aufeinander abgestimmt sind. Dabei ist jedoch zu betonen, dass der deutliche Nutzungsschwerpunkt das Einkaufen ist und man das Gefühl nicht loswird, dass das Stadtteilzentrum ohne diese Funktion auseinanderbrechen würde. Auch Charakter und Identität sind stark an die Einkaufsfunktion geknüpft, einen weiteren Identitätsbestand sucht man vergebens.

Mangelhaft ist zudem die Durchwegung, respektive die Orientierung.

Überrascht stösst man an Gebäuderückseiten auf den Flusslauf, dem offensichtlich keine grössere Bedeutung beigemessen wird.

Zwischenbereich

In weiten Teilen wirkt die Neue Jonastrasse noch heute wie ein doppelter Stadtrand. Man vermutet sich in der Agglomeration und nur der Blick auf den Stadtplan verdeutlicht, dass man mitten in Rapperswil-Jona ist. Der Wandel ist aber spürbar und vermittelt das Gefühl, dass sich hier eine moderne, urbane Wohn- und Arbeitsachse entwickeln kann.

Jona Center

Das Jona Center führt ein Eigenleben – es ist losgelöst, verbindungslos und einzig auf den Autofahrer ausgerichtet. Damit könnte das Einkaufszentrum auch auf der grünen Wiese stehen. Die Aussteckungen zeigen aber bereits, dass hier Neues geplant ist. Man mag sich nicht richtig vorstellen, dass hier ein noch grösseres Gebilde geplant ist, dass dann aber optimal integriert sein soll.

Lenggis

Lenggis zeigt sich als «anti-öffentlicher Raum», ja geradezu als eine Art Gated Community. Blickbeziehungen mit der Rapperswiler Altstadt bestehen, ansonsten hat man aber nicht den Eindruck, dass hier eine Zu- oder Zusammengehörigkeit vorhanden wäre.

*Gerold Späth der
Faulkner vom obern
Zürichsee:*

*«Ich habe mir mein
eigenes Rapperswil
gemacht.»*

Image

Das Stadtimage von Rapperswil-Jona ist Rosenstadt, Zürichsee, Nadelöhr im Verkehr, Eishockey, Kinderzoo, Knie. Interessant ist, dass all diese Attribute richtiger- oder fälschlicherweise mit dem Stadtteil Rapperswil verknüpft werden. Jona dagegen ist für viele eine gesichtslose, unübersichtliche und graue Maus. Das Stadtimage ist oft nur ein reduziertes und fragmentiertes Bild. Für Besucher und auch für Bürger ist es dennoch handlungsweisend.

Identität

Die Identität von Rapperswil-Jona ist sehr von ihrer Altstadt geprägt. Sie versprüht Ruhe im hektischen Umfeld, Touristenflair, verkörpert die Schönheiten der Stadt mit ihrer Lage am See, wirkt aber auch etwas nostalgisch, isoliert und verstaubt. Zur Identität gehört aber auch die lärmige, hektische Neustadt mit gesichtsloser Architektur oder das strukturelose Jona, welches aber ein markantes Stadtteilzentrum ausbildet. In der Summe hat Rapperswil-Jona eine äusserst vielfältige Stadtidentität.

Vielfalt

Gemessen an seiner Grösse hat Rapperswil-Jona ein erstaunlich vielfältiges Stadtleben und erstaunlich viele, unterschiedlich ausgeprägte Stadtbereiche. Auch die Belebung fällt vielfältig in den verschiedenen Stadtteilen aus. Von der «Gated Community» Lenggis, welche tagsüber einer Schlafgemeinde gleichkommt, über Freizeitsuchende und Touristen im Bereich des Lido und der Seepromenade, bis hin zu den belebten Einkaufszentren der Neustadt, findet sich vieles.

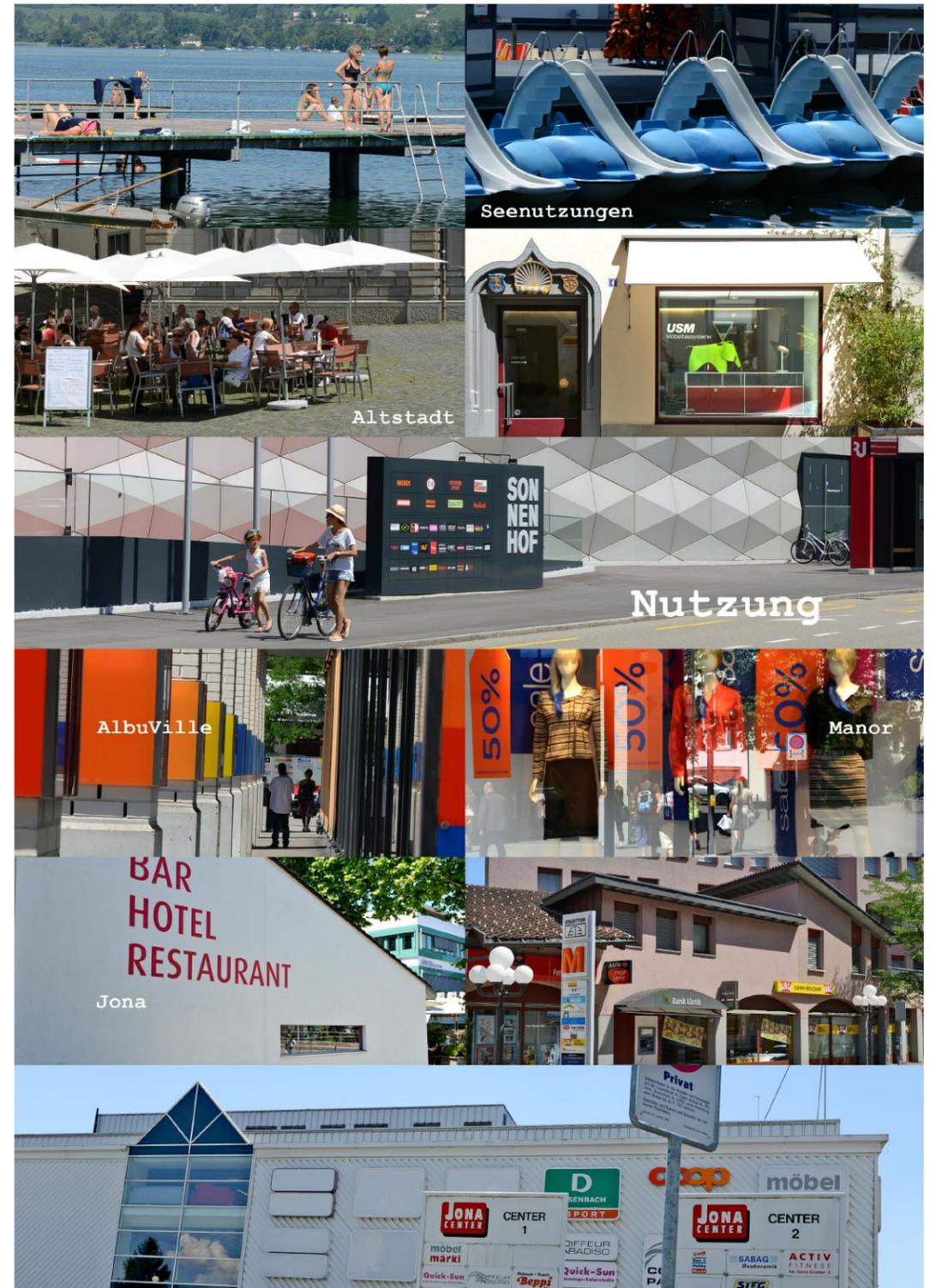
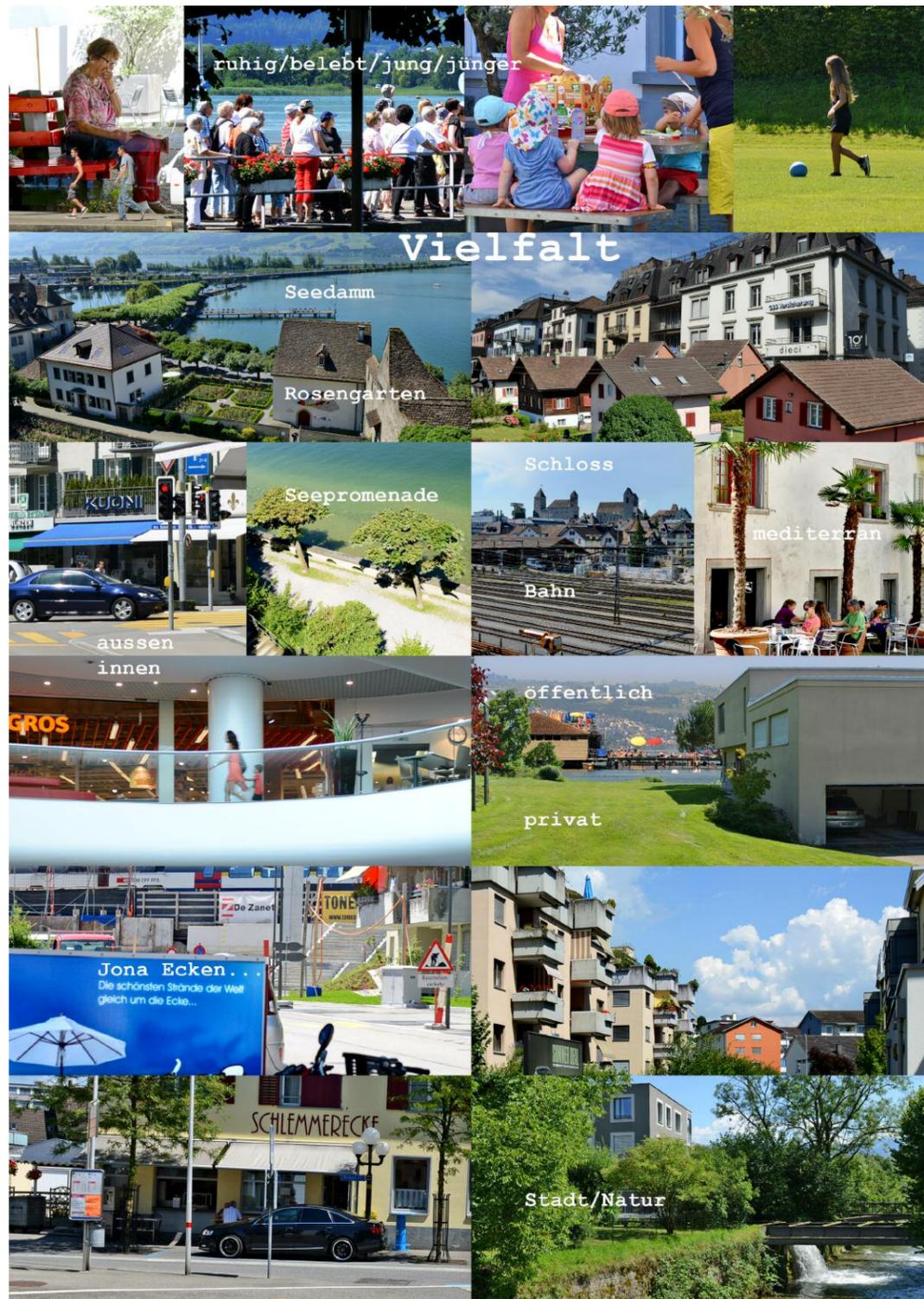
Nutzung

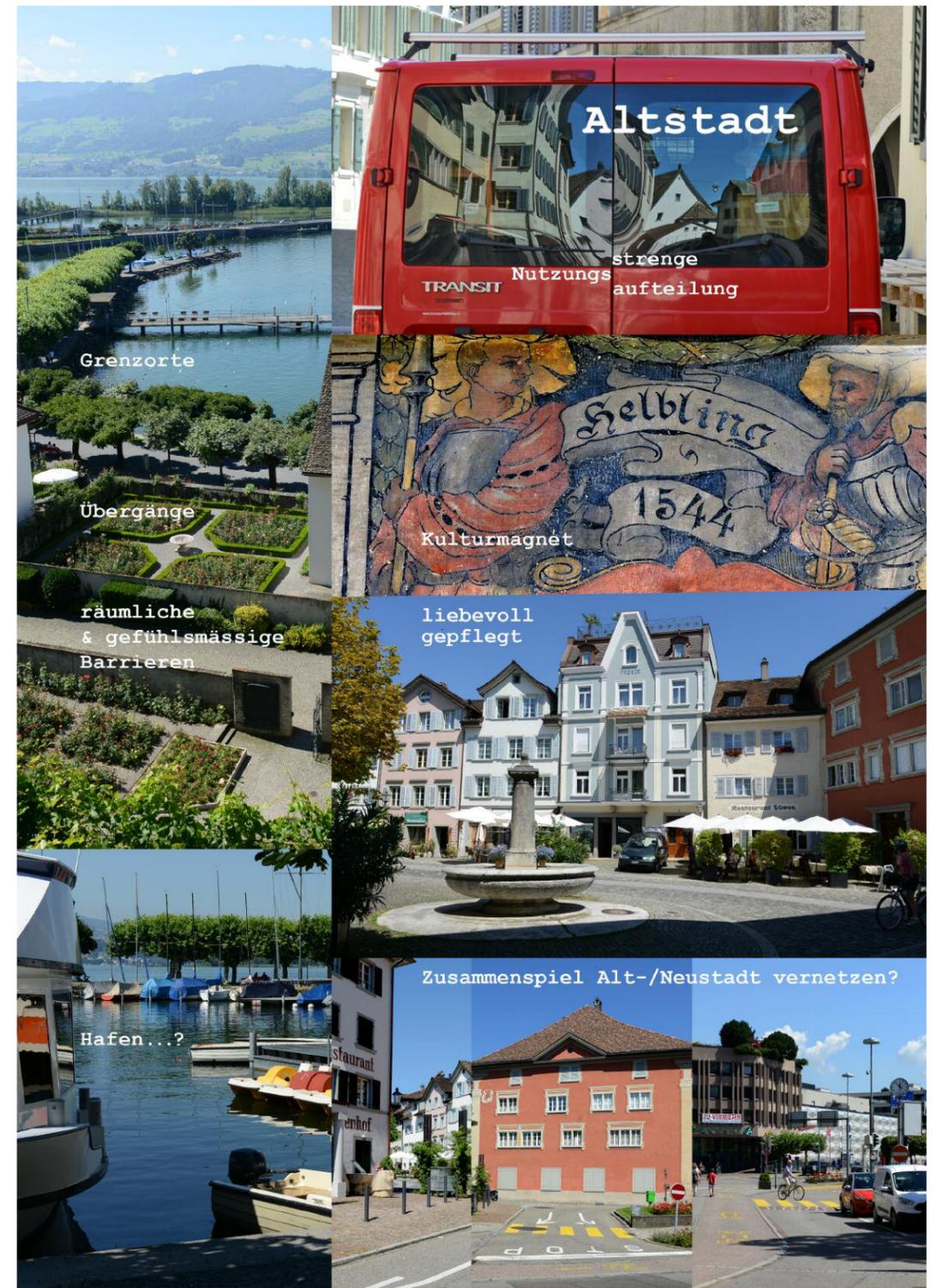
Im Bereich der Nutzung fällt die Vielfalt besonders auf. In der Altstadt ballen sich die Gastronomiebetriebe, in der Neustadt konzentrieren sich die Filialisten, im Uferbereich südlich des Bahnhofs haben Bildung, Freizeit und Sport den Schwerpunkt. Jona hat Wohngegenden ganz unterschiedlicher Lage und Qualität und bildet ein klassisches Ortszentrum aus. Das Jona-Center wiederum ist ein isolierter, autonom funktionierender Stadtkörper – bisweilen ganz ohne Gesicht.

Atmosphäre

Selbstverständlich prägen Burg, See und Rosengärten auch die Atmosphäre – überraschender Weise aber deutlich weniger stark als sie das Image prägen. Sehr viel stärker wirken vor Ort plötzlich Eindrücke, die gar nicht mehr so besonders sind, die so auch in jeder anderen Stadt erlebbar sein könnten. Moderne Unterführungen, Hinterhofsituationen und vor allem der Verkehr sind bestimmend. An manchen Stellen entsteht geradewegs ein Grosstadtflair und man ist froh, wenn man diesem entkommen kann, indem man in eine ganz andere Atmosphäre am See abtaucht – raus aus der Stadt.









Neustadt

versteckte Qualitäten

Orientierung?

kein Zentrum

Qualitäten für junges Publikum?

Verkehrproblematik/Erreichbarkeit

ungenutztes Verdichtungspotenzial

aufgesetzte Enge introvertiert



zwischen Rapperswil und Jona

doppelter Randbereich

urbane Wohnachse

Zentrumsutopie

