

Stadt Liestal

Liestal

## Standort- und Marktanalyse und Entwicklungspotenziale für die Rathausstrasse in Liestal

Bericht

Zürich, 2. Dezember 2015



Projektnummer	106510
Auftraggeber	Stadt Liestal Rathausstrasse 36 4410 Liestal
Kontaktperson	Herr Lukas Ott (Stadtpräsident) Herr Benedikt Minzer (Stadtverwalter)
Bearbeitung	Wüest & Partner AG Alte Börse Bleicherweg 5 CH-8001 Zürich Tel. +41 44 289 90 00 Fax +41 44 289 90 01 mail@wuestundpartner.com www.wuestundpartner.com
Projektleitung	Stefan Meier stefan.meier@wuestundpartner.com
Bearbeitung	Renwen Yang renwen.yang@wuestundpartner.com Sam Schwarz sam.schwarz@wuestundpartner.com
Zeitraum	Juli - Dezember 2015

Wüest & Partner ist ein international tätiges Beratungsunternehmen in den Bereichen Immobilien- und Bauprodukt sowie Raum- und Standortentwicklung. Das multidisziplinär zusammengesetzte Team berät sowohl institutionelle Eigentümer wie Banken, Versicherungen, Immobiliengesellschaften und Immobilienfonds als auch Bauunternehmen, die öffentliche Hand und Private.

Mit umfassenden Dienstleistungen, innovativen Produkten und exklusiven Daten entwickelt Wüest & Partner kundennahe Lösungen und wirkt in vielen Fällen bei deren Umsetzung mit.

Seit seiner Gründung im Jahr 1985 in Zürich steht Wüest & Partner, nicht zuletzt dank seiner Unabhängigkeit, für höchste Qualität. Die Konzentration auf Beratungsleistungen gewährleistet professionelle und neutrale Ergebnisse.

Mit einem rund 100-köpfigen, interdisziplinären Beraterteam verfügt das Unternehmen über eine exzellente Wissensbasis. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stammen aus den Disziplinen Ökonomie, Architektur, Informatik, Ingenieurwesen sowie Sozial- und Naturwissenschaften. Ein internationales Netzwerk von Partnerfirmen und regional gut verankerten Fachpersonen vor Ort ergänzt die in Zürich, Genf, Frankfurt und Berlin stationierten Beraterteams.

Für Kontinuität, Nachhaltigkeit und Unabhängigkeit der Unternehmensleistungen bürgen die siebzehn Partner, die zugleich Eigentümer der Wüest & Partner AG sind: Martin Hofer, Andreas Ammann, Marcel Scherrer, Marco Feusi, Andreas Bleisch, Jan Bärthel, Nabil Aziz, Patrick Schnorf, Mario Grubenmann, Patrik Schmid, Gino Fiorentin, Stefan Meier, Hervé Froidevaux, Ronny Haase, Pascal Marazzi-de Lima, Andreas Keller und Karsten Jungk.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
1.1	Ausgangslage	3
1.2	Unterlagen	3
1.3	Disclaimer	3
1.4	Definition Quantilsbegriff	4
<b>2</b>	<b>Makrolage</b>	<b>5</b>
2.1	Definition Einzugsgebiet	5
2.2	Erreichbarkeit	6
2.3	Demografie	8
2.4	Wirtschaft	12
2.5	Infrastrukturprojekte in der Region	16
2.6	Fazit Makrolage	17
<b>3</b>	<b>Immobilienmarkt</b>	<b>18</b>
3.1	Entwicklung des Verkaufsflächenmarktes Schweiz	18
3.2	Herausforderungen im Verkauf	18
3.3	Verkaufsflächenbestand im relevanten Einzugsgebiet	19
3.4	Abschätzung der Mietpreise	20
3.5	Regionale Verkaufsflächencluster	21
3.6	Entwicklungsprojekte im Umfeld	22
3.7	Fazit Immobilienmarkt	25
<b>4</b>	<b>Mikrolage</b>	<b>26</b>
4.1	Infrastruktur und Nahversorgung	26
4.2	Aussenraumgestaltung, Orientierung/Wegfindung	28
4.3	Relevante Nutzungen im Umfeld	29
4.4	Passantenfrequenzen	30
4.5	Aktivitäten	30
4.6	Fazit Mikrolage	31
<b>5</b>	<b>Analyse Liegenschaften/Bestand</b>	<b>32</b>
5.1	Grobe Analyse der aktuellen Nutzungen im Erdgeschoss	32
5.2	Grobe Bestandsanalyse	34
5.3	Denkmalschutz	35
5.4	Situation Baurecht	35
5.5	Öffnungszeiten	36
5.6	Analyse der Eigentümerstruktur	37
5.7	Fazit Bestandsanalyse	37
<b>6</b>	<b>SWOT-Analyse</b>	<b>38</b>

<b>7</b>	<b>Entwicklungskonzepte</b>	<b>39</b>
7.1	Diversifikation und Authentizität der Angebote	39
7.2	Modernisierung der Gastronomie	42
7.3	Attraktionen fördern und Leben in die Rathausstrasse bringen	44
7.4	«Stedtli», Bahnhof und Umfeld – Raumwirksame Massnahmen	46
<b>8</b>	<b>Fazit und Empfehlungen</b>	<b>49</b>
8.1	Die wichtigsten Handlungsfelder	49
8.2	Allfälliges weiteres Vorgehen	50

# 1 Einleitung

## 1.1 Ausgangslage

Wüest & Partner wird beauftragt, im Rahmen einer Standort- und Marktanalyse mögliche Massnahmen zur Begünstigung eines attraktiven und «publikumsorientierten» Ladenmix im Stedtli zu prüfen.

Ziel ist es, die relevanten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu analysieren sowie die Potenziale zu evaluieren und daraus ableitend die möglichen Handlungsfelder und Massnahmen zu bestimmen. Die Arbeit kann als Grundlage für eine weiterführende Strategie mit konkreten Massnahmen verwendet werden.

## 1.2 Unterlagen

Folgende Unterlagen, von deren Richtigkeit Wüest & Partner ausgeht, wurden vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt:

- Städtebauliches Argumentarium, Entwicklung Zentrum Liestal, yellowz urbanism architecture, 21.1.2015
- Entwicklungs- und Finanzplan 2015-2019, Stadt Liestal, 2014
- Übersicht laufende Planungen, Stadt Liestal, September 2015
- Eigentümerverzeichnis Liegenschaften Rathausstrasse, Stadt Liestal, 24.4.2015
- Veranstaltungen Rathausstrasse 2014, Stadt Liestal, 21.8.2015
- Handänderungen an der Rathausstrasse, Stadt Liestal, 21.8.2015

Der Standort wurde von Wüest & Partner am 12. August 2015 durch Sam Schwarz und Renwen Yang besichtigt.

## 1.3 Disclaimer

Wüest & Partner hat das Gutachten im Rahmen des Auftrags mit Sorgfalt auf der Basis geltender Standards durchgeführt.

Untersuchungen über rechtliche Sachverhalte wurden nicht durchgeführt.

Die Richtigkeit der vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Informationen und Grundlagen über die im Bericht berücksichtigten Grundstücke wird vorausgesetzt. Alle weiteren Informationen, die durch Dritte zur Verfügung gestellt wurden, sind als verlässlich bekannt; für deren Richtigkeit kann jedoch keine Haftung übernommen werden.

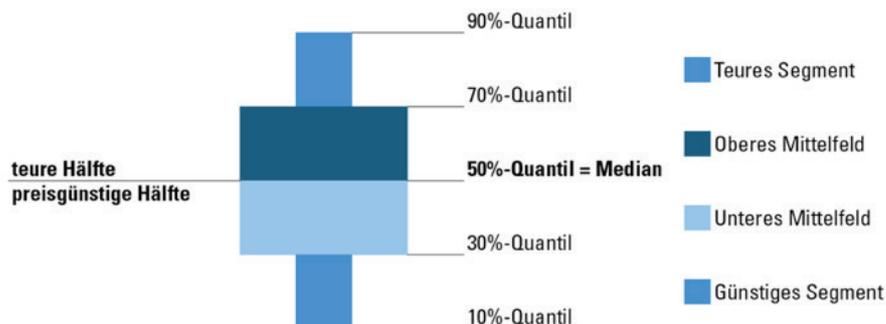
Die in diesem Bericht dargestellten Annahmen und Einschätzungen basieren auf dem heutigen Kenntnisstand zur generellen Marktsituation und dem aktuellen Verständnis zur Entwicklung der globalen, nationalen und regionalen Wirtschaft und Märkte. Als wichtige Ereignisse, welche einen Einfluss auf die effektive Entwicklung haben können, sind unter anderem zu nennen: Wirtschafts- und Marktentwicklung, Veränderungen in der Gesetzgebung oder Rechtssprechung, Zinsniveau, Wechselkurse etc. Obwohl Wüest & Partner glaubt, dass die in die Zukunft

gerichteten Perspektiven auf rationalen Annahmen basieren, kann keine Zusicherung über deren Eintreffen gegeben werden.

Auf der lokalen Angebotsseite können neue Projekte und Produkte, die mit dem geplanten Vorhaben in Konkurrenz stehen, die Ausgangslage und damit auch die getroffenen Schlussfolgerungen relativieren.

#### 1.4 Definition Quantilsbegriff

Die Positionierung von Immobilien kann nicht anhand eines Durchschnittspreises vorgenommen werden, da dieser lediglich die Einstufung in die beiden Kategorien «über-» oder «unterdurchschnittlich teuer» zulässt. Erst die Erkenntnis über die Ausgestaltung des Preisspektrums, d. h. der Bandbreite der Preise, innerhalb der sich ein Grossteil der Objekte bewegt, lässt eine differenzierte Positionierung zu. Das 50-Prozent-Quantil bildet die Grenze zwischen der teuren und der preisgünstigen Hälfte der Angebote und wird auch als «Median» bezeichnet. Der Median kann durchaus mit dem Durchschnittspreis verglichen werden, reagiert aber im Vergleich zu diesem weit weniger stark auf extreme Einzelobjekte.



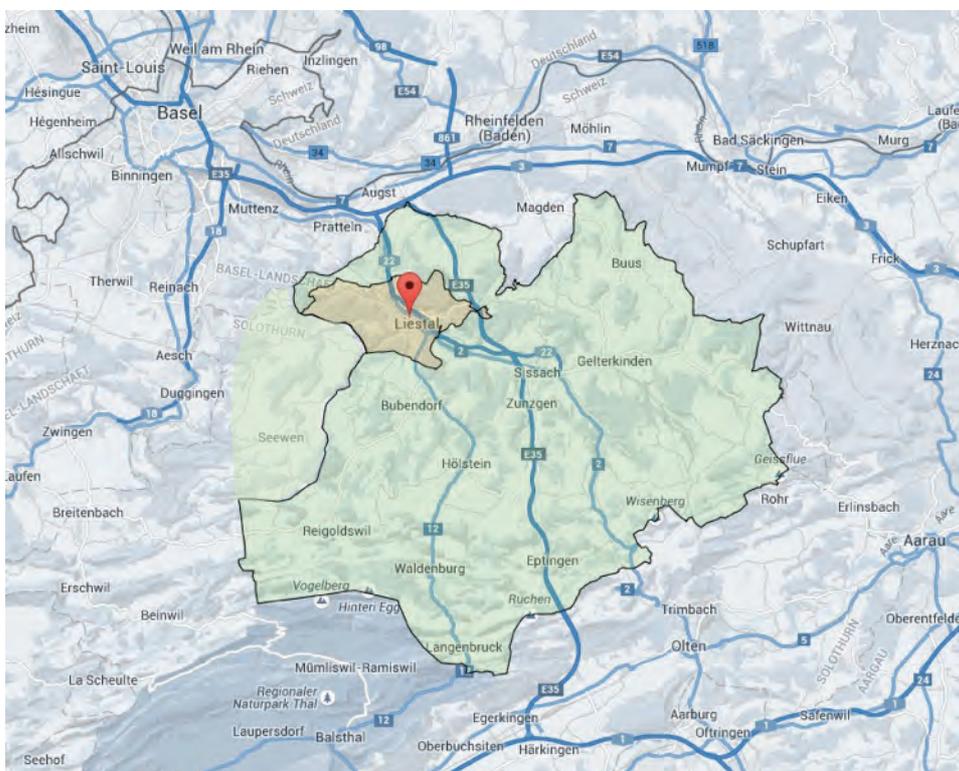
Beispiele: 10%-Quantil:  
preisgünstigste 10 Prozent aller Angebote liegen unter diesem Wert

30%-Quantil:  
preisgünstigste 30 Prozent aller Angebote liegen unter diesem Wert

## 2 Makrolage

### 2.1 Definition Einzugsgebiet

Als Bezugsraum für die Standort- und Marktanalyse für die Rathausstrasse in Liestal (BL) wurde die MS-Region<sup>1</sup> Oberes Baselbiet definiert. Zum Einzugsgebiet von Liestal gehören zudem die Gemeinden Gempfen, Hochwald, Seewen, Büren und Nuglar-St. Pantaleon<sup>2</sup>.



Einzugsgebiet MS-Region Oberes Baselbiet  
Quelle: GeoInfo Wüest & Partner

-  Rathausstrasse
-  Liestal
-  MS-Region Oberes Baselbiet
-  Einzugsgebiet von Liestal mit der MS-Region Oberes Baselbiet und den Gemeinden Gempfen, Hochwald, Seewen, Büren und Nuglar-St. Pantaleon

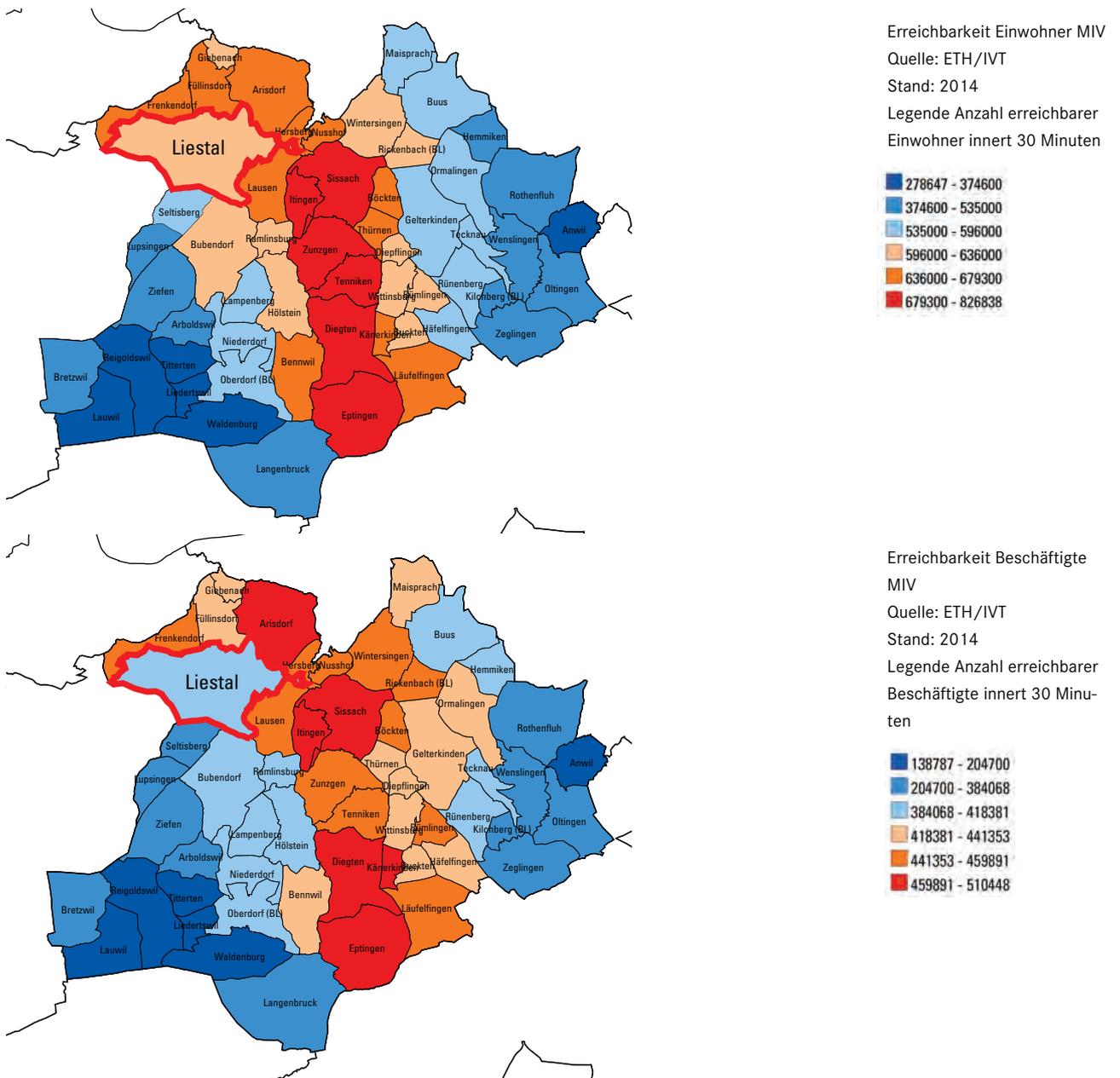
<sup>1</sup> Die Schweiz wird in 106 sogenannte «MS-Regionen» aufgeteilt, basierend auf dem «mobilité-spatiale»-Modell (vgl. Schuler/Joye, die Raumgliederungen der Schweiz, BFS, Bern 1994). Diese zeichnen sich durch eine gewisse räumliche Homogenität aus und gehorchen dem Prinzip von Kleinarbeitsmarktgebieten mit funktionaler Orientierung auf Zentren.

<sup>2</sup> Gemäss Abklärung beim Stadtbauamt Liestal

## 2.2 Erreichbarkeit

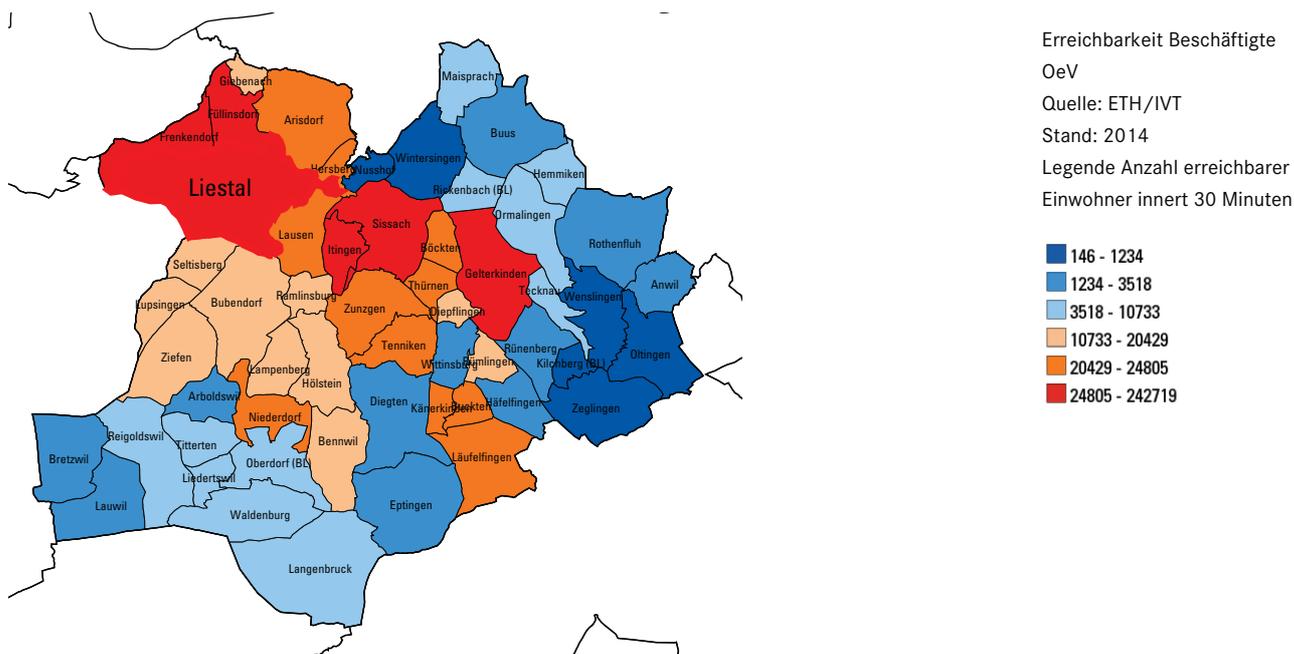
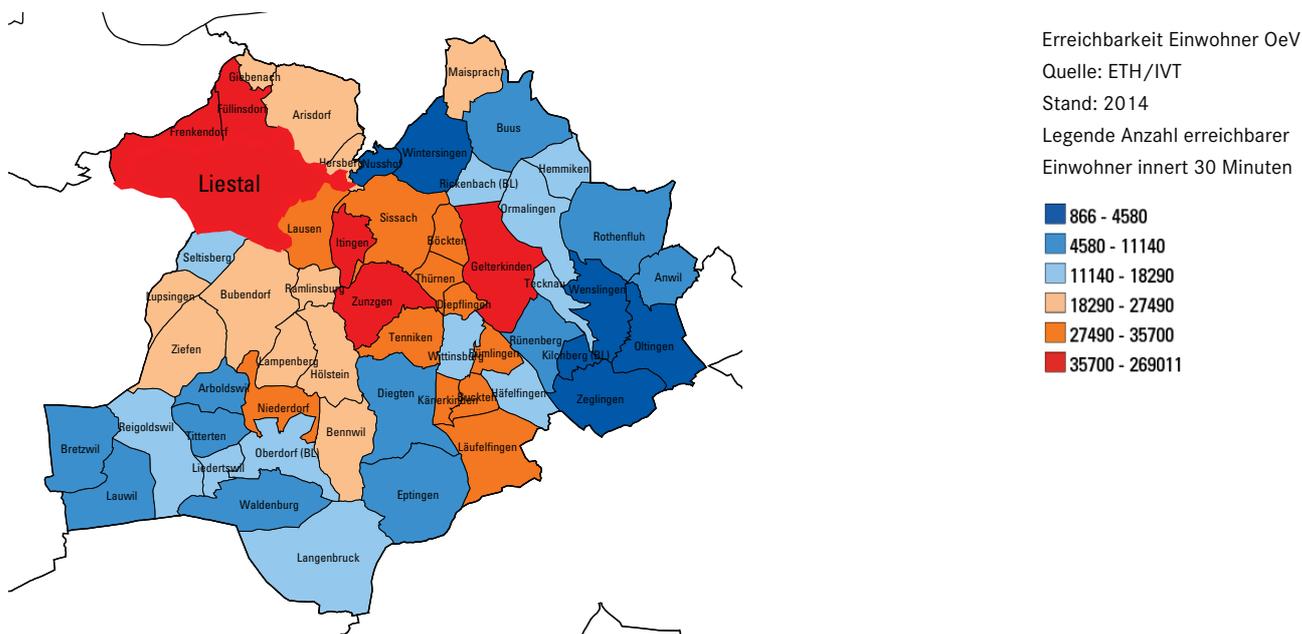
### MIV

Von Liestal aus können innerhalb einer halben Stunde mit dem Auto 633'000 Einwohner und 412'000 Beschäftigte in der Schweiz erreicht werden (zum Vergleich Stadt Zürich: rund 1'555'000 Einwohner und 1'106'000 Beschäftigte). Die Erreichbarkeit von Liestal wird im Vergleich zur MS-Region Oberes Baselbiet als durchschnittlich beurteilt, da Liestal über keinen direkten Autobahnanschluss verfügt. Liestal verfügt über die Nationalstrasse A22 einen Anschluss an die A2 und A3 des Nationalstrassennetzes.



**OeV**

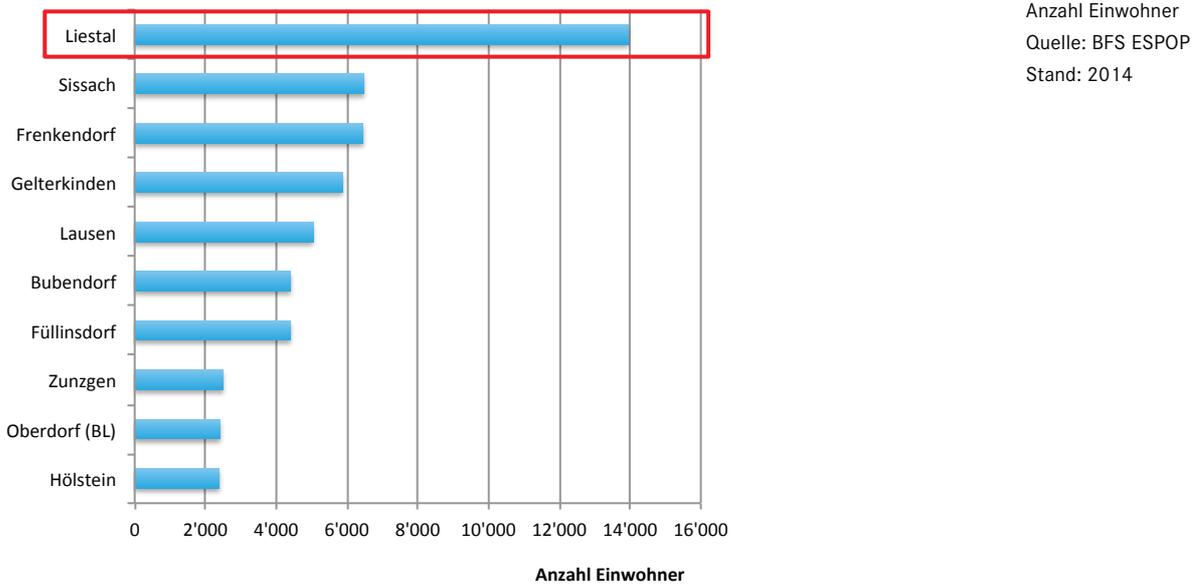
Von Liestal aus können innerhalb einer halben Stunde mit dem ÖV 269'000 Einwohner und 242'000 Beschäftigte in der Schweiz erreicht werden (zum Vergleich Stadt Zürich: rund 725'000 Einwohner und 683'000 Beschäftigte). Durch die Funktion als Umstiegsbahnhof ist die Erreichbarkeit von Liestal mittels der öffentlichen Verkehrsmittel hervorragend.



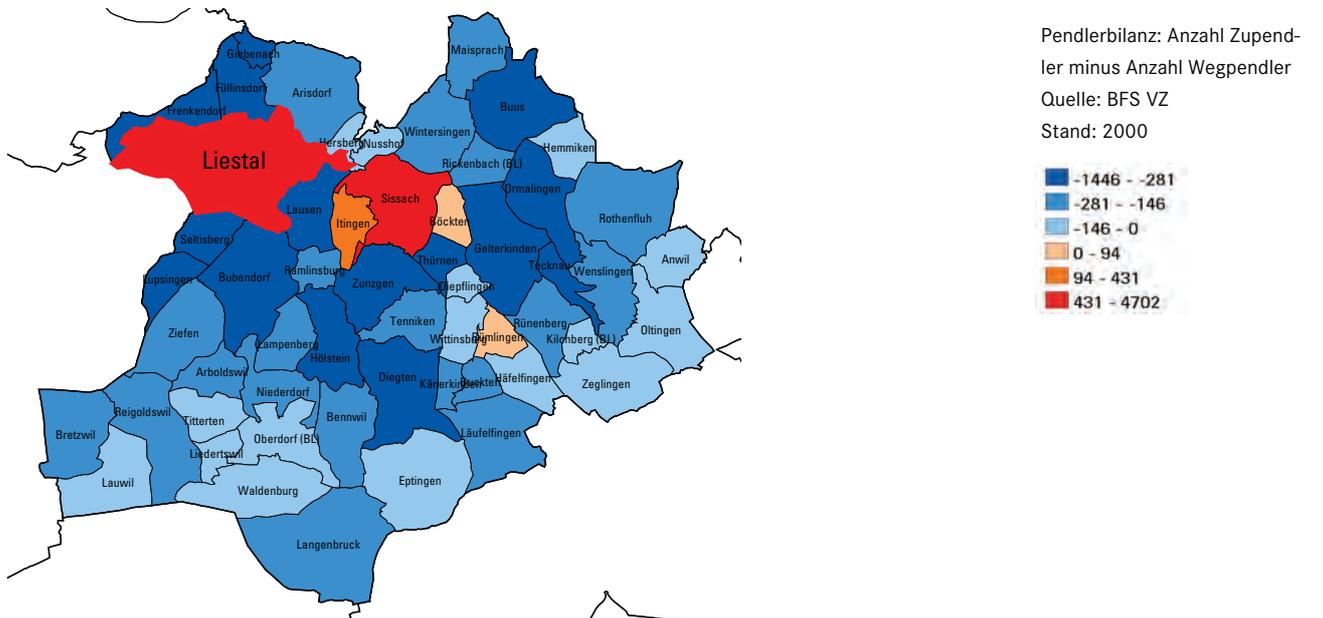
2.3 Demografie

**Bevölkerungsbestand**

Die Gemeinde Liestal (BL) zählt 13'807 Einwohner und ist, basierend auf der Einwohnerzahl, die mit Abstand grösste Gemeinde in der MS-Region Oberes Baselbiet.

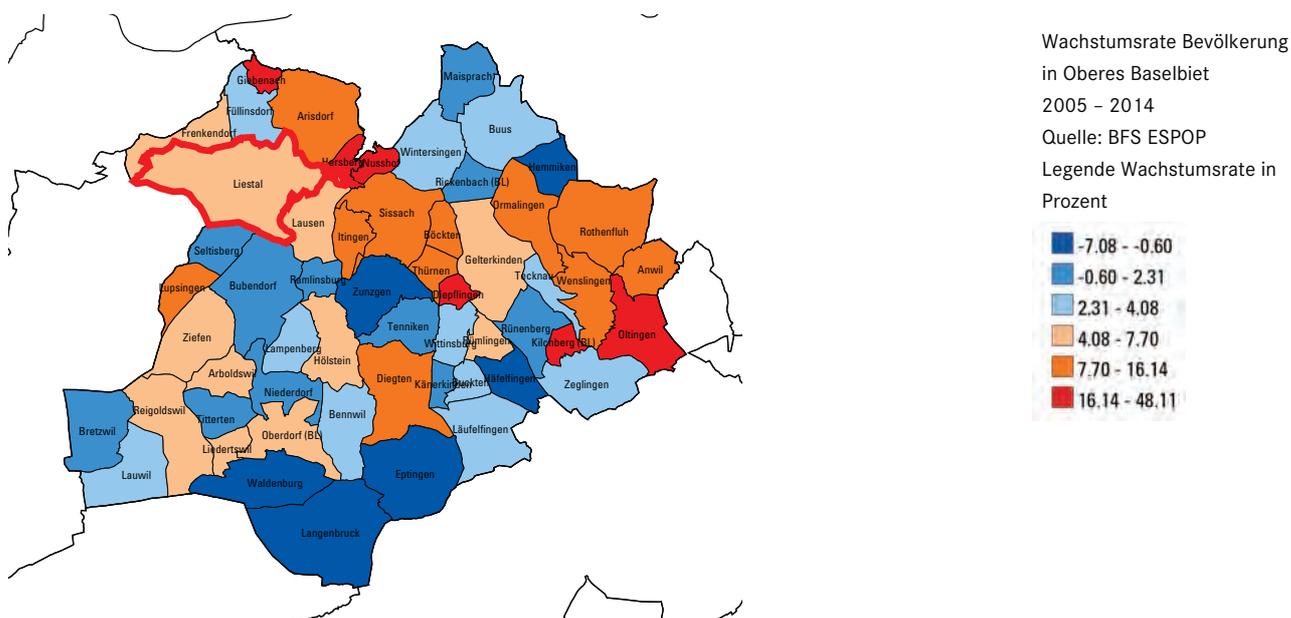


In der MS-Region Oberes Baselbiet weisen fünf Gemeinden eine positive Pendlerbilanz (Zupendler minus Wegpendler) auf. Liestal führt mit rund 4'700 Personen (8'300 minus 3'600) die Rangfolge.

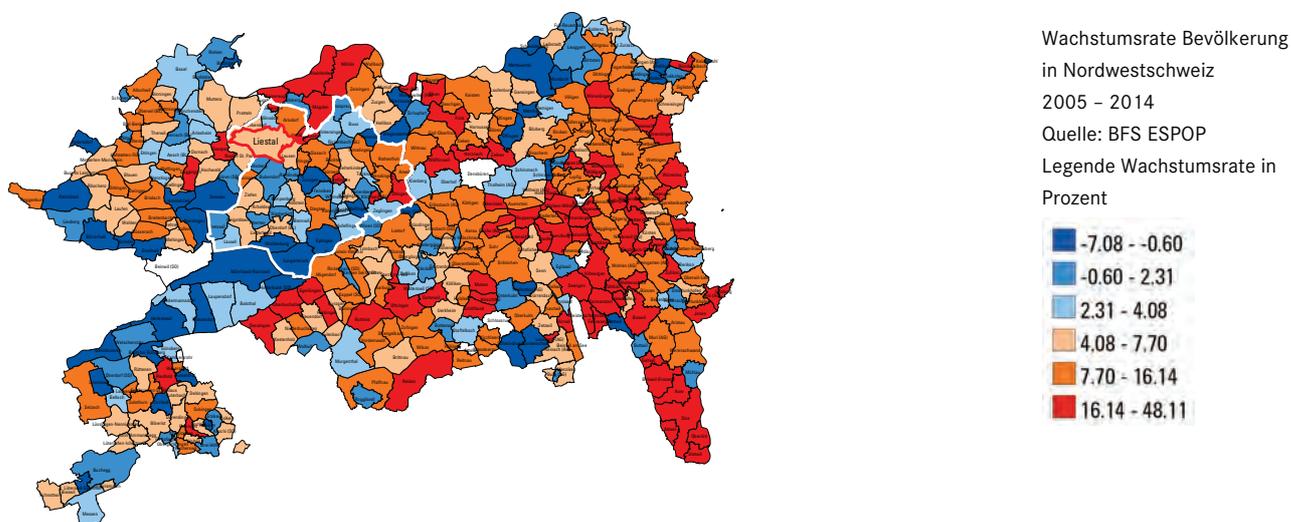


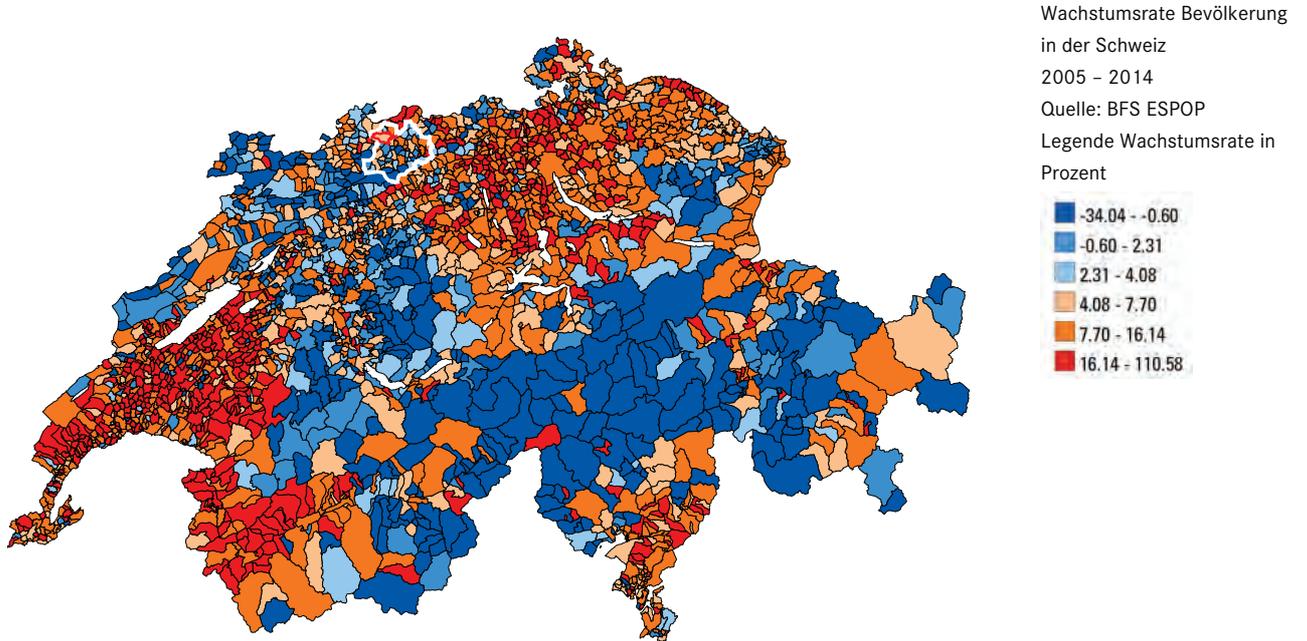
### Bevölkerungswachstum

Die Bevölkerung ist in Liestal seit 2005 um 6.9% gewachsen, was leicht oberhalb des Medians der Vergleichsgemeinden (4.1%) liegt. Ein starkes Bevölkerungswachstum wird v.a. bei den Gemeinden entlang der Bahnlinie verzeichnet, die ein Bevölkerungswachstum von über 10% aufweisen. Bei kleinen Gemeinden ist aufgrund des Basiseffekts diese Kennzahl zu relativieren.



Im überregionalen Vergleich wird ersichtlich, dass das Bevölkerungswachstum in der MS-Region Oberes Baselbiet unter dem des Unteren Fricktals liegt, das einen stärkeren Bezug zu Basel aufweist und über hervorragende MIV- und ÖV-Anbindungen verfügt.



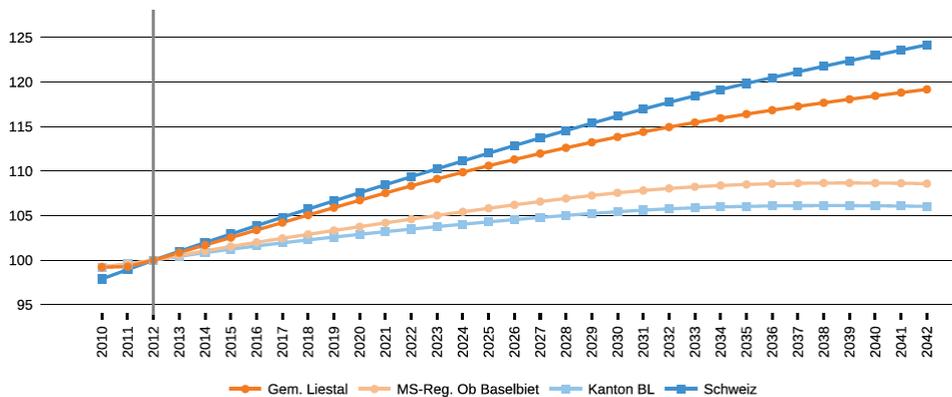


**Prognosemodell Bevölkerungswachstum**

In den vergangenen zehn Jahren hat sich die Bevölkerung in Liestal im Vergleich zur MS-Region Oberes Baselbiet leicht überdurchschnittlich entwickelt. Die Prognose bis 2040 widerspiegelt die vergangene Entwicklung und zeigt eine sehr positive Perspektive für die Gemeinde Liestal.

Es wird ein Wachstum von ca. 15% bis 2040 erwartet. Das Wachstum ist damit verglichen mit der Bezugsregion Oberes Baselbiet aber auch mit dem Kanton Basel-Land klar überdurchschnittlich. Absolut entspricht das Wachstum einer Zunahme der Bevölkerung von rund 2'070 Einwohnern respektive rund 140 Einwohnern jährlich.

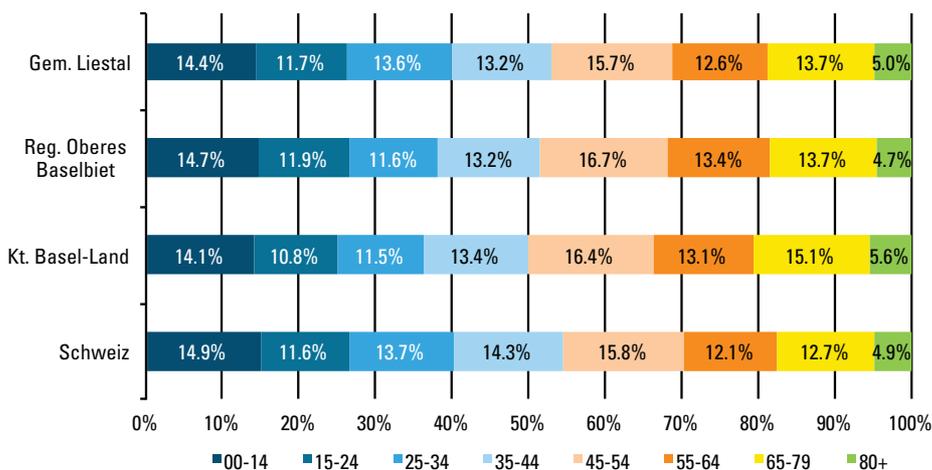
Voraussetzung für das Modell ist, dass auch grössere Areale verfügbar werden.



Bevölkerungsperspektive (mittleres Szenario)  
Quelle: BFS Wüest & Partner  
Stand: 2014

### Altersgruppe

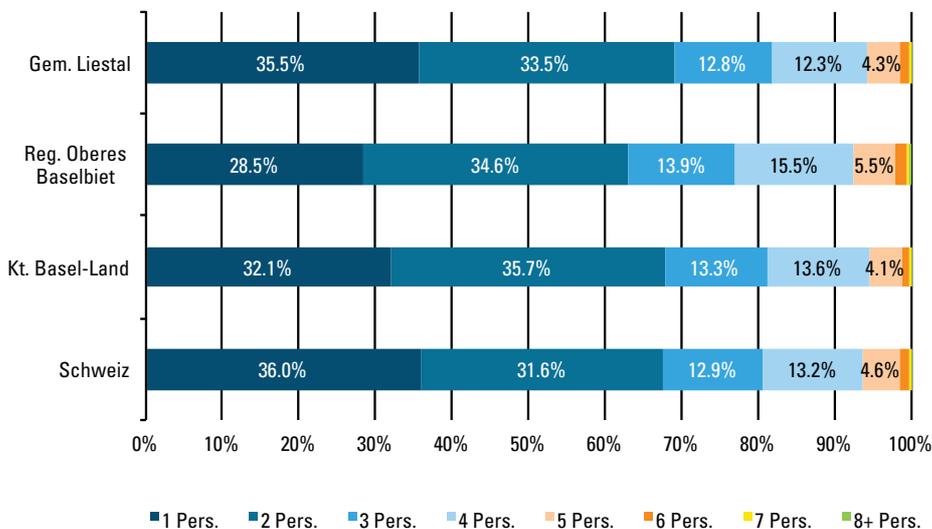
Liestal ist eine Agglomerationsgemeinde, die eine landestypische Verteilung der Altersgruppen aufweist. Im Vergleich zur MS-Region Oberes Baselbiet sind die Alterskohorten der 25- bis 34-Jährigen (Junge und Berufseinsteiger) überdurchschnittlich, was auf die Zentrumsfunktion von Liestal hinweist.



Altersstruktur in Liestal und MS-Region Oberes Baselbiet  
Quelle: ESPOP/BFS  
Stand: 2014

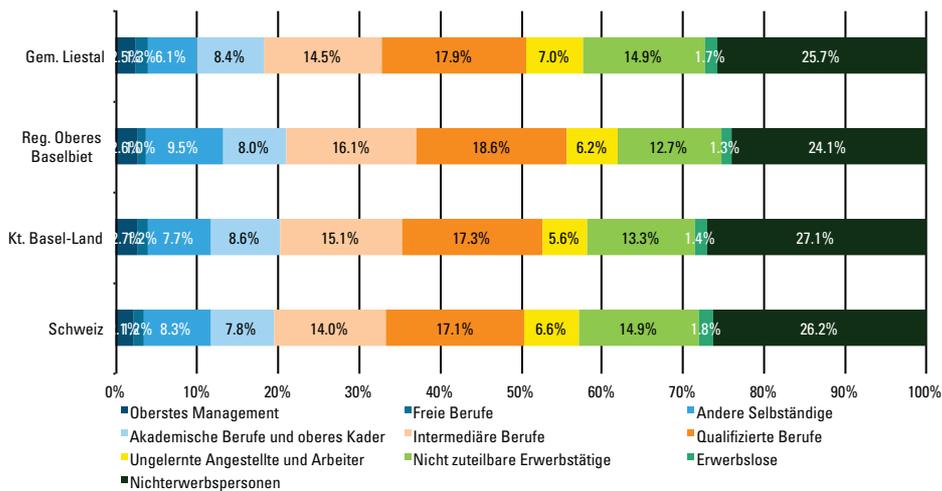
### Haushaltsstruktur

In Liestal liegt der Anteil der Single-Haushalte deutlich über dem Durchschnitt der MS-Region Oberes Baselbiet, was ein weiteres Indiz für die Zentrumsfunktion von Liestal darstellt und auf die hervorragenden ÖV-Anbindungen zurückzuführen ist. Zudem sind über 70% aller Haushalte in Liestal Kleinhaushalte mit 1 bis 2 Personen.



Haushaltsstruktur in Liestal und MS-Region Oberes Baselbiet  
Quelle: Wüest & Partner  
Stand: 2000

Der Anteil der besonders einkommensstarken Haushalte (Kader und oberes Management) lag in Liestal im Jahr 2000 bei 11% (Schweiz: 10%). Vor allem Paarkhaushalte und Familien verfügen über ein monatliches Haushaltseinkommen von mehr als CHF 10'000.

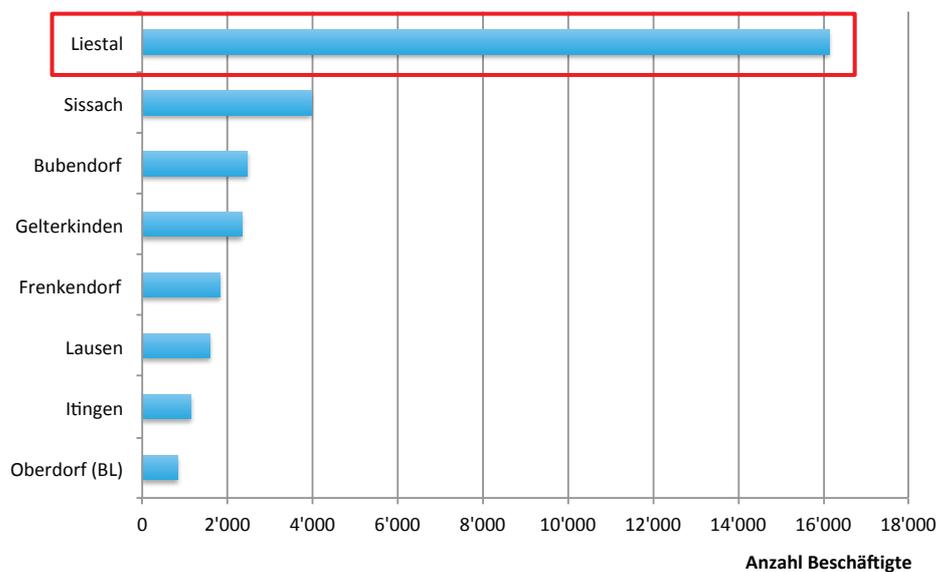


Soziostruktur  
Quelle: Volkszählung 2000/BFS  
Stand: 2000

## 2.4 Wirtschaft

### Beschäftigung

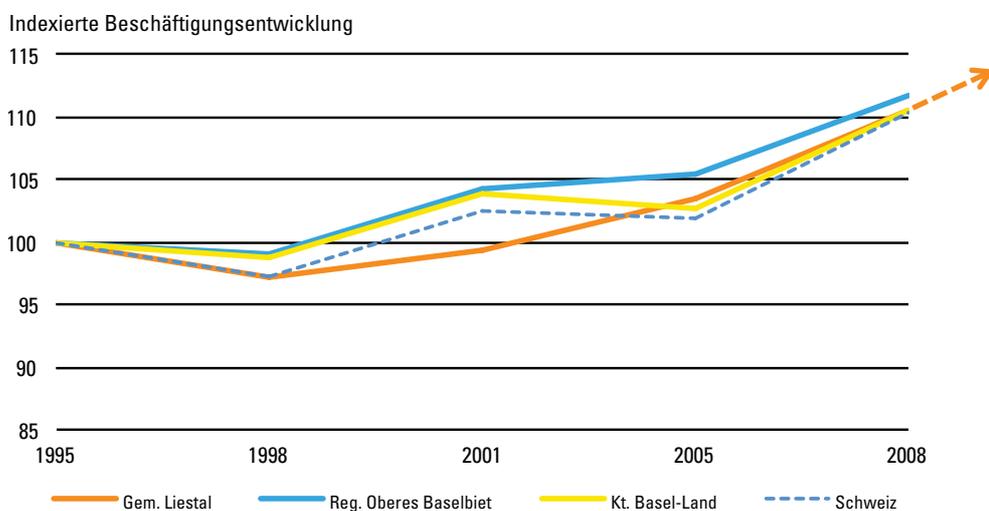
Die Zahl der Beschäftigten im Industrie- und Dienstleistungssektor betrug im Jahr 2013 rund 16'100. Liestal liegt damit weit vor Sissach, Bubendorf und Gelterkinden.



Anzahl Beschäftigte  
Quelle: BFS Betriebszählung  
Stand: 2013

Das Verhältnis zwischen der Anzahl Beschäftigten und Einwohner liegt in Liestal bei 1.17 (gemäss den Beschäftigtenzahl und Einwohnerzahl im Jahr 2013) und damit deutlich über dem nationalen Durchschnitt (0.61).

Nach einem rückläufigen Trend zwischen 1995 und 1998 ist die Beschäftigtenentwicklung in Liestal stets positiv. Seit 2001 ist die Anzahl der in Liestal Beschäftigten um 11.2% gestiegen, wobei im Industriesektor ein Rückgang der Arbeitsplätze verzeichnet werden muss.



Indexierte Beschäftigungsentwicklung  
Quelle: Betriebszählungen/BFS

Aufwärtstrend für Liestal (ab 2008 nach neuen Messmethoden)

Der Dienstleistungssektor ist von 1998 bis 2008 mit 21.8% stark gewachsen, während der Industriesektor eine rückläufige Tendenz aufweist.

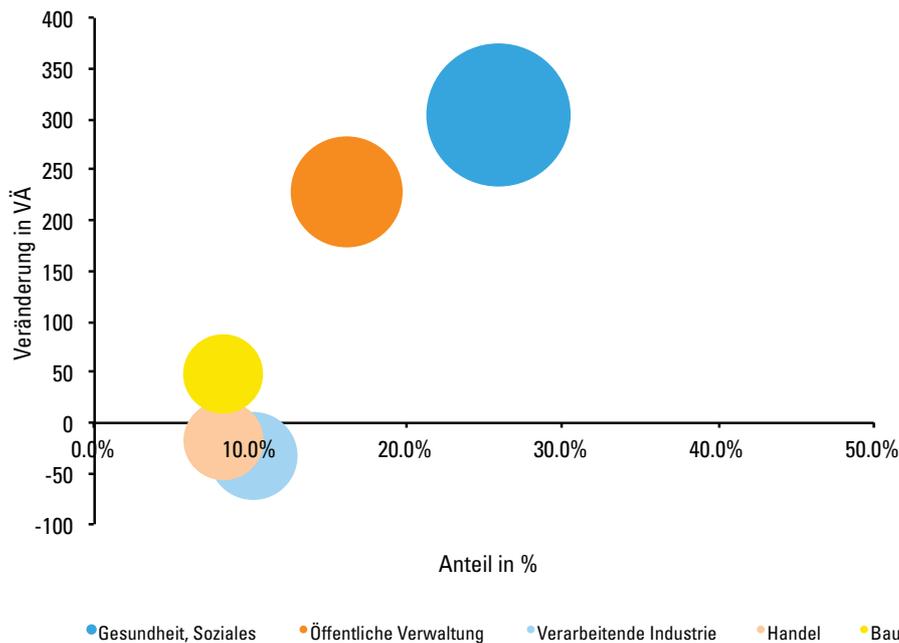
**Beschäftigungsentwicklung vom 31.12.1998 bis 31.12.2008:**

	Gemeinde	MS-Region	Kanton	Schweiz
	Liestal	Oberes Baselbiet	Basel-Land	
DL-Sektor	21.78%	19.41%	20.54%	16.8%
Industriesektor	-9.64%	3.18%	-0.87%	6.1%
Total	13.76%	12.82%	11.94%	13.39%

Beschäftigungsentwicklung nach Sektor, 1998-2008  
Quelle: Betriebszählungen/BFS

**Branchen**

Dominante und wachsende Branchen in Liestal sind Gesundheit und Soziales sowie die öffentliche Verwaltung. Diese machen fast 50% der Anzahl Vollzeit-äquivalente aus. Der Handel belegt nach der verarbeitenden Industrie den vier-ten Platz und beschäftigt 8.3% der Vollzeitäquivalente in Liestal.

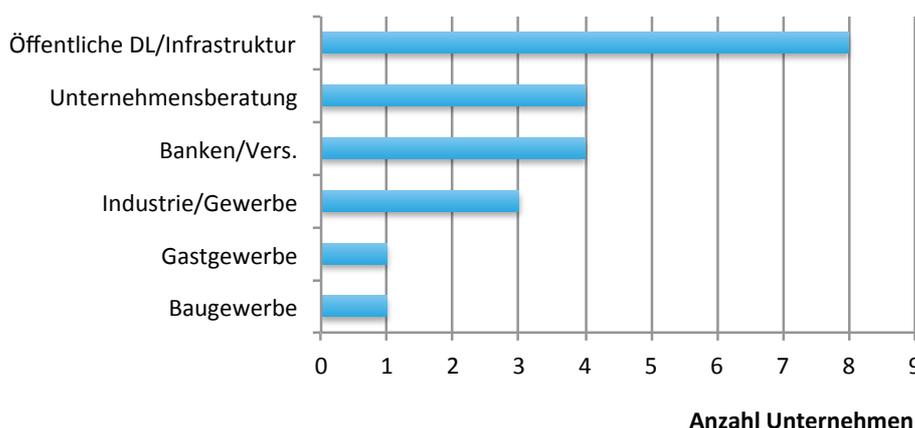


Dominante Branchen in Liestal  
 Quelle: Betriebszählungen  
 Stand: 2008

**Firmengrösse, Firmenwanderung**

Die Region Oberes Baselbiet, in der Liestal liegt, wies zwischen 2014 und 2015 einen positiven Firmenwanderungssaldo auf, d.h., es sind mehr Firmen aus anderen Regionen zu- als weggezogen.

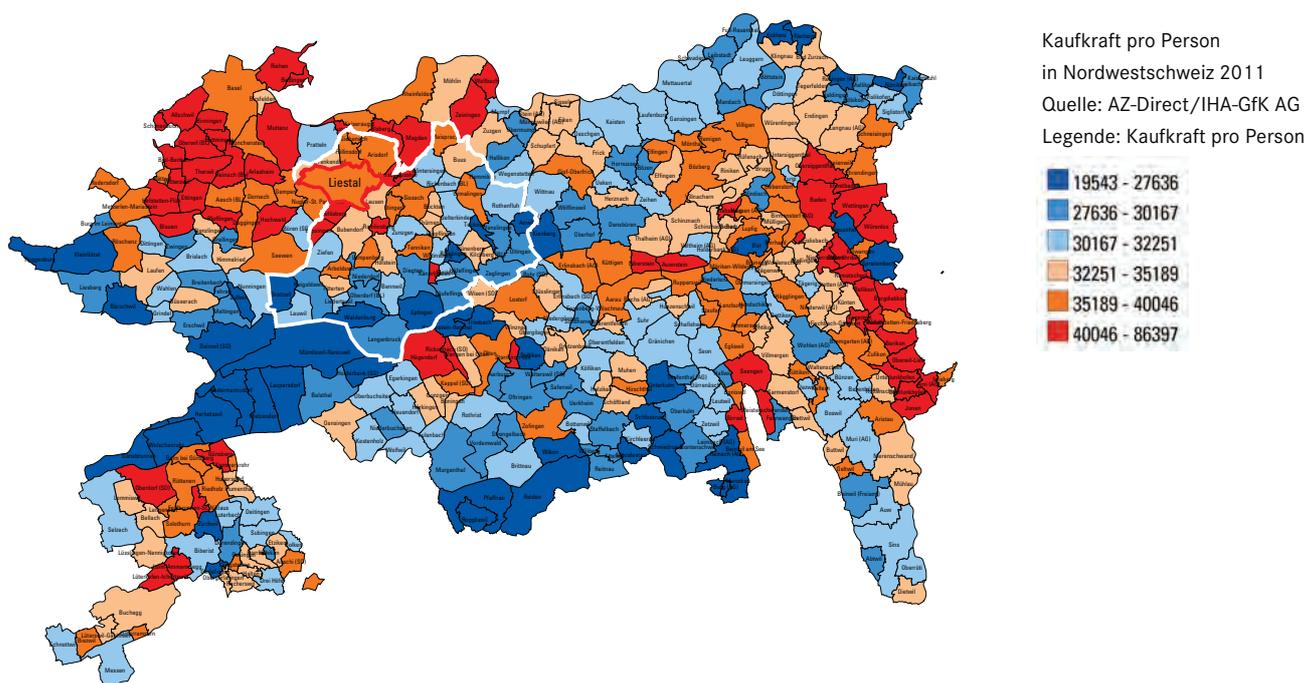
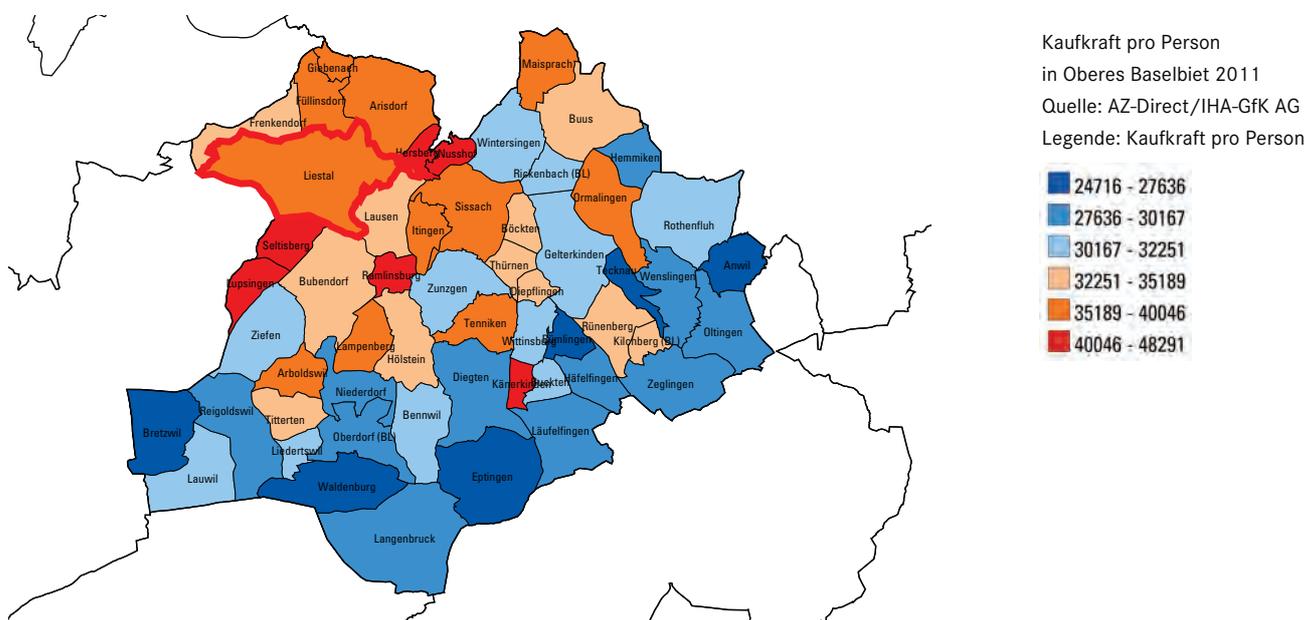
Bei den in Liestal angesiedelten Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern gehören 8 davon der öffentlichen Hand an. Banken/Versicherung sowie Unternehmensberatung zählen jeweils 4 Unternehmen.



Unternehmen mit mehr als 100 MA in Liestal  
 Quelle: CRIF AG Teledata  
 Bearb.: Wüest & Partner  
 Stand: 2015

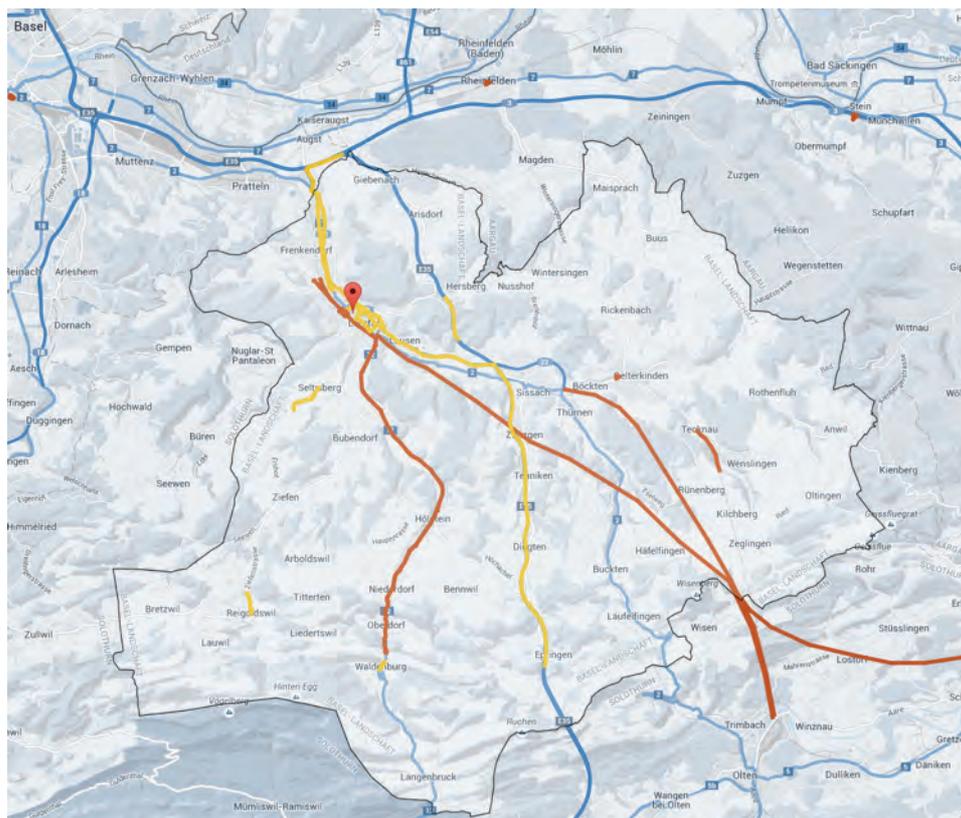
**Kaufkraft**

Die Kaufkraft pro Person in Liestal beträgt CHF 35'500 und liegt somit über dem Median der MS-Region Oberes Baselbiet mit CHF 34'100 pro Person. Auf die gesamte Einwohnerzahl hochgerechnet ergibt sich ein Betrag von rund CHF 489.9 Millionen. Die Auswertung der Kaufkraft pro Person in der MS-Region Oberes Baselbiet und in der gesamten Nordwestschweiz zeigt, dass die Kaufkraft in der Nähe von Zentrumsgebieten wie Basel Stadt oder Zürich höher ist als ländliche Gemeinden.



### 2.5 Infrastrukturprojekte in der Region

Nachfolgend werden die wichtigsten Infrastrukturprojekte in Liestal und der MS-Region Oberes Baselbiet dargestellt. Aus der Abbildung wird ersichtlich, dass Liestal am meisten von den geplanten Infrastrukturmassnahmen profitiert.



Auswertung der wichtigsten Infrastrukturprojekte in der MS-Region Oberes Baselbiet  
 Quelle: GeoInfo Wüest & Partner  
 Stand: 2015  
 Legende:

- 1: Schiene regulär
- 2: Schiene Schmalspur
- 3: Strasse
- 4: Wasserweg
- 5: Übrige

Projektname	Projektkosten [Mio CHF]	Verkehrsmittel	Wahrscheinlichkeit	Geplanter Baustart	Geplantes Bauende
A2 Belchentunnel	500.00	1: Nationalstrasse	1: absehbar	2015	2022
Hagnau - Liestal	405.00	1: Nationalstrasse	2: möglich		
Vierspurausbau Liestal (ab 2018)	300.00	4: SBB	2: absehbar	2018	2025
Erneuerung der Waldenburgerbahn (WB)	270.00	4: SBB	1: absehbar		2023
Verkehrsentlastung Rheinstrasse	36.00	2: Kantonsstrasse	1: absehbar	2017	
Verkehrsberuhigung Liestal-Ost	20.00	2: Kantonsstrasse	2: möglich	2015	2018
Reigoldswil Erneuerung/ Ausbau Kantonsstrasse Unterbiel	15.00	2: Kantonsstrasse	1: absehbar	2017	
H2 Umfahrung Liestal	ca. 10.00	2: Kantonsstrasse	1: absehbar	2019	
Bahnhof Liestal (Bahnhofentwicklung)		4: SBB	1: absehbar		
H2 Ergolzviadukt Liestal		2: Kantonsstrasse	1: absehbar	2019	
H2 Vollanschluss Liestal Süd		2: Kantonsstrasse	3: eher unmöglich		
H2 Anschluss Liestal Zentrum		2: Kantonsstrasse	3: eher unmöglich		

Auswertung der wichtigsten Infrastrukturprojekte in der MS-Region Oberes Baselbiet  
 Quelle: GeoInfo Wüest & Partner, Stadtbauamt und Tiefbauamt Liestal  
 Stand: 2015

## 2.6 **Fazit Makrolage**

Liestal ist das regionale Zentrum, das sowohl bezüglich der Einwohnerzahl wie auch der Zahl der Beschäftigten den ersten Platz innerhalb der MS-Region Oberes Baselbiet belegt.

Durch die guten MIV-Anbindungen und die hervorragenden ÖV-Anschlüsse, die ausgebaut werden, weist die Gemeinde eine der höchsten Pendlerbewegungen innerhalb der MS-Region aus.

Innerhalb der MS-Region Oberes Baselbiet hat Liestal die höchste Beschäftigtenzahl und ein überdurchschnittliches Bevölkerungswachstum. Sie ist attraktiv für Junge und Arbeitseinsteiger und wird durch den Ausbau der Infrastruktur als Zentrum weiter gestärkt.

### 3 Immobilienmarkt

#### 3.1 Entwicklung des Verkaufsflächenmarktes Schweiz

Die BIP-Prognosen sind nach der Aufhebung des Euro-Mindestkurses gegen unten korrigiert, sodass für 2015 und 2016 ein schwaches Wachstum erwartet wird.

Der Schweizer Verkaufsflächenmarkt präsentiert sich anspruchsvoll. Ein geringes Flächenwachstum wird erwartet. Zugleich drücken Konkurrenz durch Online-Handel und Frankenstärke auf die m2-Umsätze. Die Mieten für Verkaufsflächen haben im 2014 erneut nachgegeben, auch Spitzenmieten sind unter Druck geraten. Profitieren dürften kleinere Anbieter in dicht besiedelten Räumen sowie Lagen an Verkehrszentren.

#### 3.2 Herausforderungen im Verkauf

Wichtigste Herausforderungen für Verkaufsflächen bilden der technologische Fortschritt mit dem Wachstum von Online-Verkaufskanälen, der Einkaufstourismus und der demografische Wandel.

Die eingetrübten wirtschaftlichen Perspektiven wirken über die Konsumentenstimmung und möglicherweise über eine geringere Zuwanderung negativ auf das Potenzial von Verkaufsflächen aus.

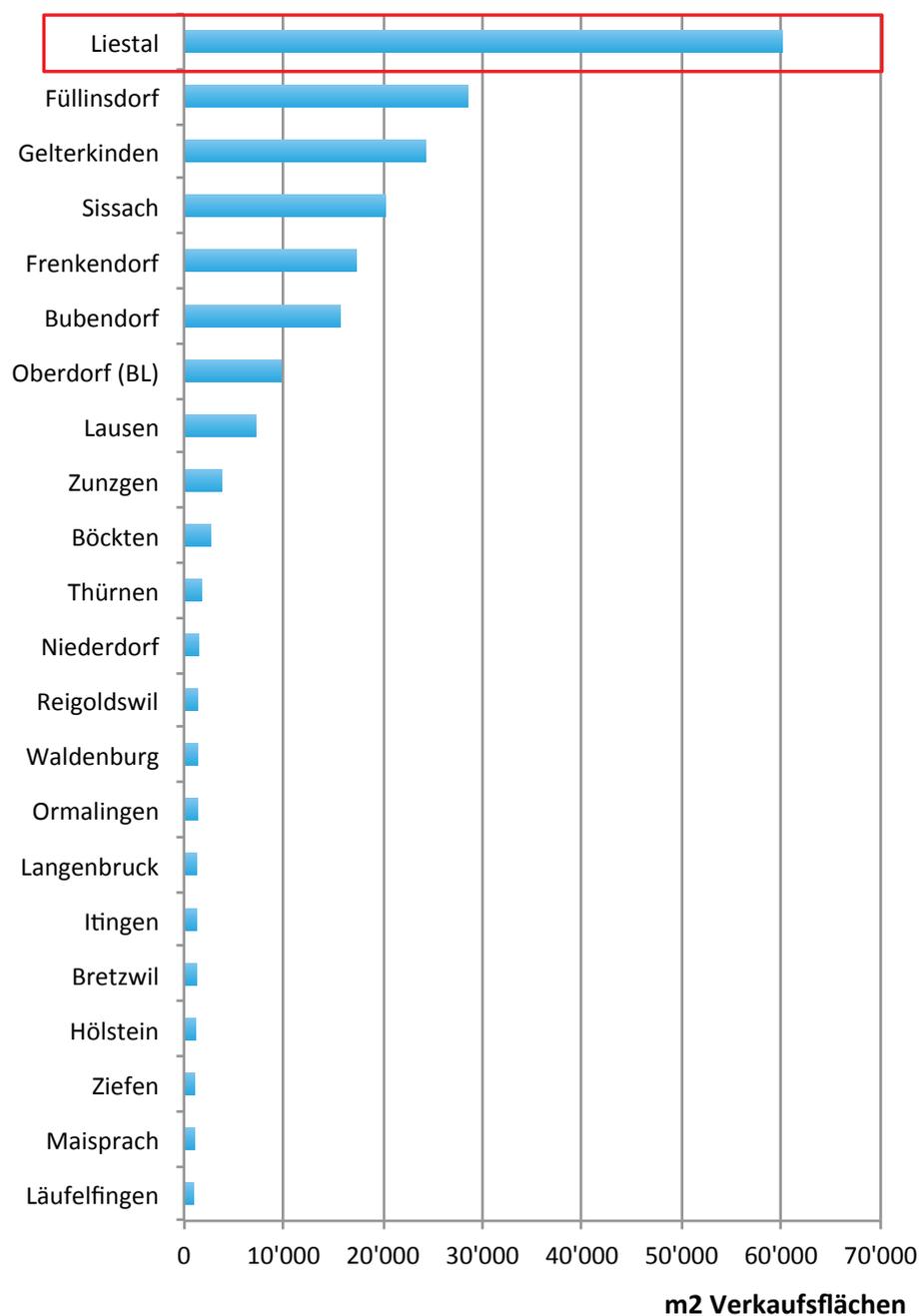


Herausforderungen für typische Standorte  
 Quelle: Immo Monitoring  
 Wüest & Partner

Als positive Herausforderungen gelten das gestiegene Umweltbewusstsein, das Bevölkerungswachstum bzw. die Alterung, Shopping als Erlebnis sowie Authentizität und der Tagestourismus, d.h. Touristen aus dem Inland und der Region.

### 3.3 Verkaufsflächenbestand im relevanten Einzugsgebiet

In der Agglomeration Basel (CH) gibt es insgesamt ca. 1'994'000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Pro Einwohner der Agglomeration stehen somit 3.9 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zur Verfügung, etwa gleich viel wie im Schweizer Durchschnitt (4.1 m<sup>2</sup> pro Einwohner). Die folgende Auswertung zeigt die Gemeinden im Einzugsgebiet mit einem Verkaufsflächenbestand von mindestens 1'000 m<sup>2</sup>. Liestal ist das regionale Zentrum und belegt mit rund 60'000 m<sup>2</sup> Verkaufsflächen (4.3 m<sup>2</sup> pro Einwohner) den ersten Platz.



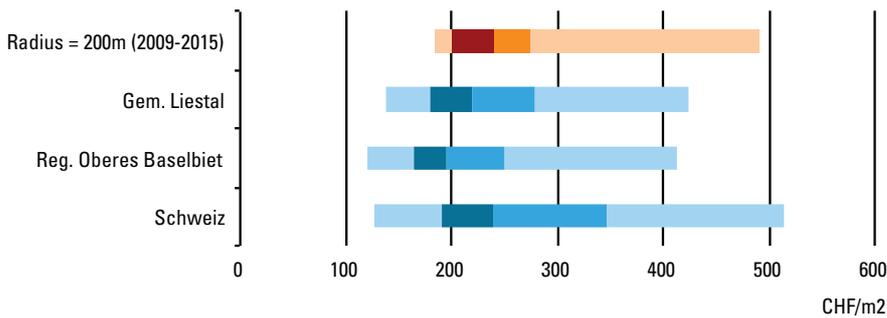
Verkaufsflächenbestand in der MS-Region Oberes Baselbiet

Quelle: Gebäudeversicherungen (Hochrechnung W&P)

Stand: 2013

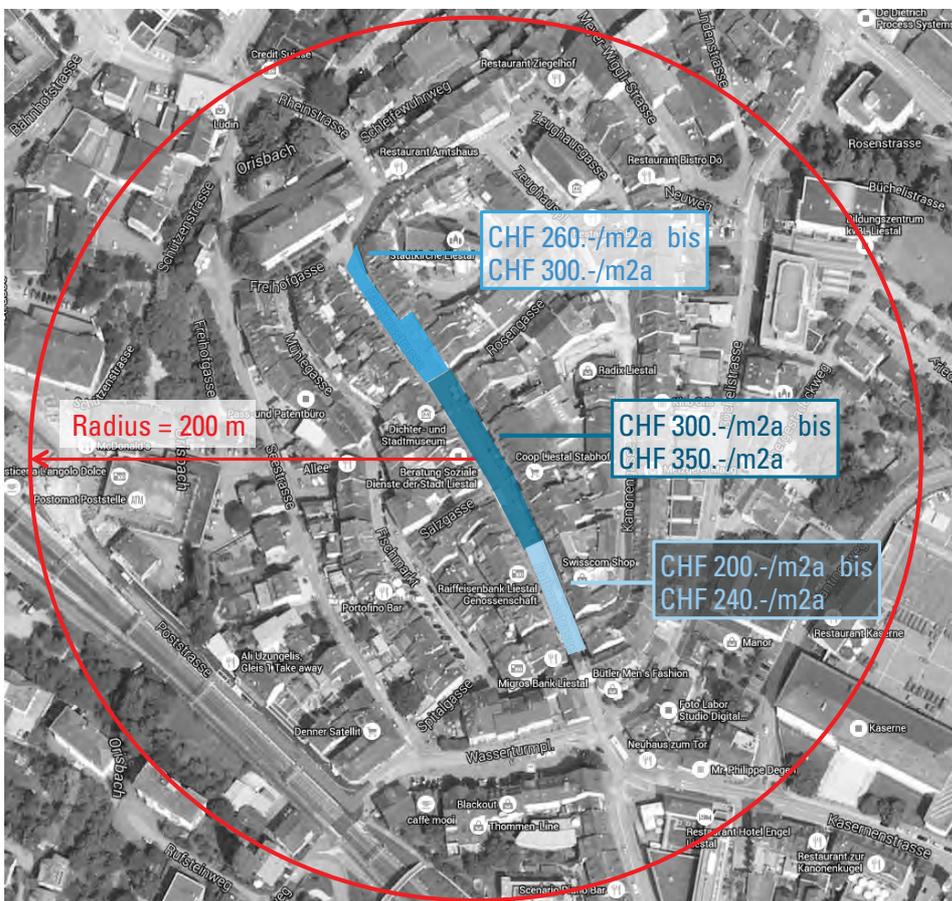
### 3.4 Abschätzung der Mietpreise

Verglichen mit der MS-Region Oberes Baselbiet ist das Preisniveau in Liestal im Bereich des 50%- bis 70%-Quantils überdurchschnittlich. Die Preisbandbreite in der Rathausstrasse liegt über dem Gemeindedurchschnitt und entspricht dem 30%- bis über 90%-Quantil der Gemeinde.



Angebotspreise Verkaufsflächen in Liestal und MS-Region Oberes Baselbiet  
 Quelle: Immo-Monitoring Wüest & Partner  
 Stand: 2. Quartal 2015

Basierend auf der Auswertung der Angebotspreise für Verkaufsflächen der letzten 5 bis 6 Jahre wird das Mietzinspotenzial für Verkaufsflächen im Erdgeschoss in der Rathausstrasse wie folgt eingeschätzt. Abweichend davon gibt es erhebliche Unterschiede nach Branchen, mit einem tendenziell tieferen Preisniveau.



Angebotspreise für Verkaufsflächen in der Rathausstrasse nach Abschnitten  
 Quelle: Immo-Monitoring Wüest & Partner  
 Stand: 2009-2015

### 3.5 Regionale Verkaufsflächencluster

#### Detailhandelsmarkt (Nahversorgung)

Im Bezugsraum, der MS-Region Oberes Baselbiet befinden sich diverse Einkaufsmöglichkeiten, wie die nachfolgende Karte veranschaulicht:



Übersicht Detailhandel in Liestal und der MS-Region Oberes Baselbiet  
Quelle: GeoInfo Wüest & Partner

Dabei wird ersichtlich, dass im näheren Umfeld die Gemeinden Bubendorf, Frenkendorf und Sissach sowie Gelterkinden ebenfalls zentrale Versorgungspunkte darstellen. Diese befinden sich grösstenteils entlang der nördlich gelegenen Route, die nah an der A3 gelegen ist. Der Mix an Detailhändler in diesen Zentren unterscheidet sich kaum voneinander.

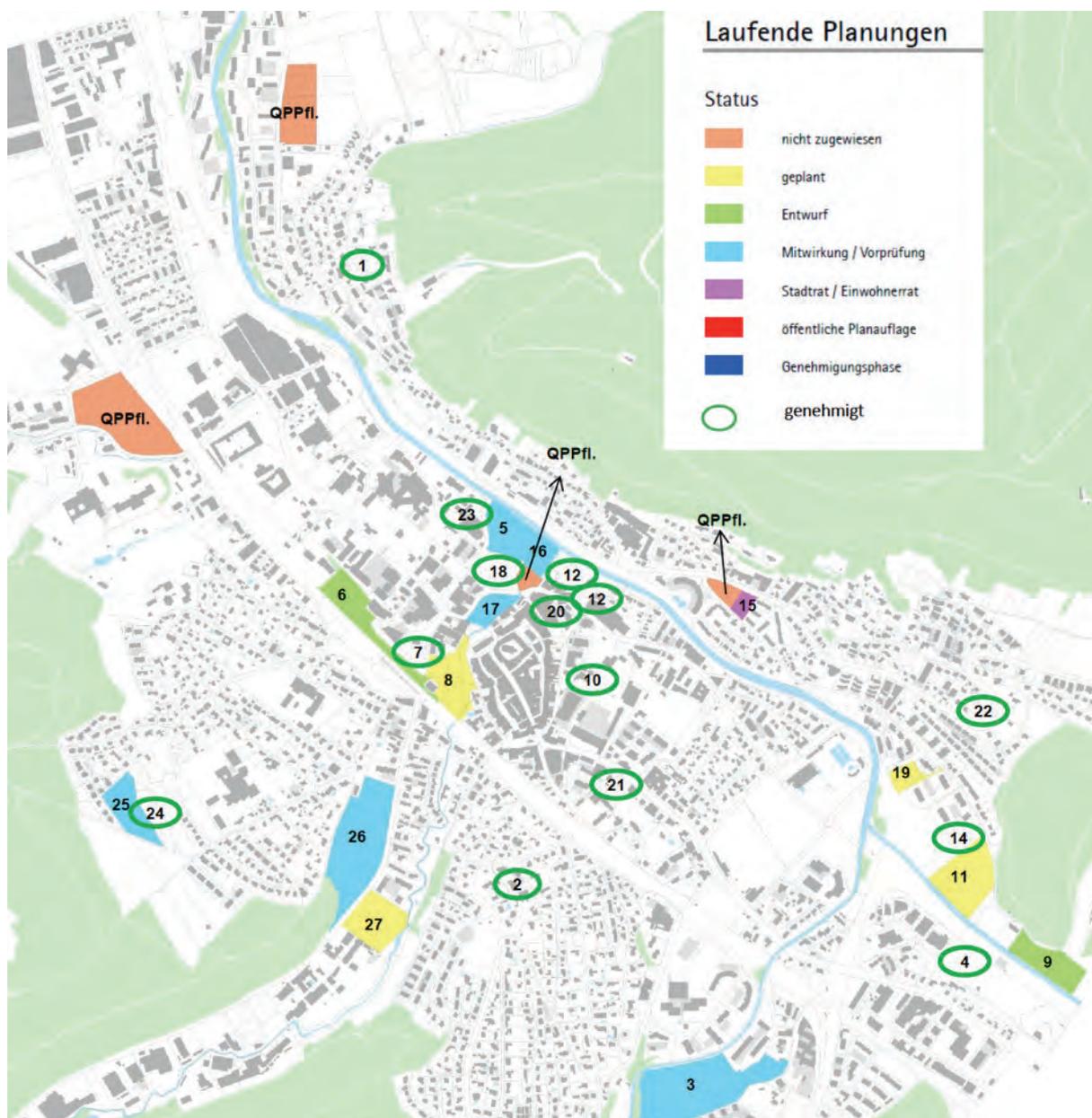
In Liestal sind mit Ausnahme der Discounter Aldi und Lidl alle anwesend.

### 3.6 Entwicklungsprojekte im Umfeld

Innerhalb der nächsten 5 bis 10 Jahre werden im und um das Zentrum von Liestal rund 1'000 Wohnungen und Dienstleistungsnutzungen von rund 100'000 m<sup>2</sup> Bruttogeschossflächen geplant.

Erwähnenswert sind die Projekte Altbrunnen (4), Grammet (11), Heidenweid (14) und Oristalstrasse (26) mit insgesamt rund 300 neue Wohnungen.

Übersicht Laufende Planungen und Quartierpläne  
 Quelle: Stadt Liestal  
 Stand: September 2015



Nr.	Name	Nutzungsform	Status Planung	Vorlage an ER	Bezugs-jahr	Anzahl Whg
1	Burghalde	Wohnungen	genehmigt		2017	11
2	Wohnpark Burg	Wohnungen	genehmigt realisiert		2014 2015	18
3	Benzbur (Hanro)	Gewerbe, Geschäfte, Wohnungen	in Planung	2016	2020	60
4	Altbrunnen	Wohnungen	genehmigt		2018 2020	23 23
5	Aurisa (Konrad Peter)	Dienstleistung, Wohnungen	in Planung	2016	2018 2020	50 50
6	Bahnhof Corso	Dienstleistung, Verkauf, Verwaltung	in Planung	2016	2020	offen
7	Bahnhofareal 2 (Migros PK)	Wohnungen, Verkauf, Dienstleistungen	Genehmigt im Bau		2016	48
8	Postareal und Allee	Dienstleistungen, Verkauf, Wohnungen	in Planung	2016	2020	offen
9	Cheddite (Teil Liestal)	Wohnungen	in Planung	2016	2020 2022	35 35
10	Florhof	Geschäfte, Wohnungen	genehmigt		2018	40
11	Grammet	Wohnungen	in Planung	2017	2020 2022 2024 2026	42 42 42 41
12	Grienmatt	Wohnungen	genehmigt im Bau		2017	39
13	Gstädig	Dienstleistung, Wohnungen, Verkauf	genehmigt		2018	27
14	Heidenweid	Wohnungen	genehmigt im Bau		2018 2020 2022	20 20 20
15	Obere Brunnmatt	Alterswohnungen	in Planung genehmigt	2015	2019	18
16	Osboplatz	Wohnungen	in Planung	2016	2020	30
17	Rebgarten Mutation	Alterswohnungen	in Planung	2015	2020	80
18	Weierweg	Wohnungen	genehmigt im Bau		2017 2018	45 45
19	Kasinostrasse (Krattiger)	Wohnungen	in Planung	2017	2021	42
20	Ziegelhof	Verkauf, Dienstleistung, Wohnungen	genehmigt		2020	10
21	Kasernenstrasse	Wohnungen, Büros	genehmigt		2017	13
22	Rank	Wohnungen	genehmigt		2017	24
23	Mühlematt (EBL)	Parkhaus	genehmigt		2018	0
24	Burgunderpark	Wohnungen	genehmigt		2015 2016 2017 2019	5 15 20 8
25	Tiergartenstrasse	Wohnungen	in Planung	2015	2020	58
26	Oristalstrasse (Knoll)	Dienstleistung, Wohnungen, Verkauf	in Planung	2015	2020	29
27	Burri-Mangold-Areal	Gewerbe, Wohnungen	in Planung	2017	2021	100
28	Aurorastrasse	Wohnungen	im Bau		2016	20
29	Ergolzstrasse	Wohnungen	genehmigt		2017	24
30	Wiedenhubstrasse	Wohnungen	in Planung		2018	18
		<b>Total Wohnungen</b>				<b>1'290</b>

Eine Auswertung der Bauprojekte (ab CHF 10.0 Mio.) in den letzten drei Jahren (2012 – 2015) in einem Radius von 1km von der Rathausstrasse zeigt, dass es sich bei 5 der 10 Projekte um gemischte Nutzungen mit Wohnen und Gewerbe handelt. Bei den restlichen Projekten handelt es sich um Bauten der öffentlichen Hand wie Schulen (Sanierung Schulanlage Frenke) und Bahnhof- und Verwaltungsgebäude. Des Weiteren soll in Gehdistanz zur Altstadt ein Neubau mit Alterswohnungen erfolgen.



Übersicht Entwicklungsprojekte in der MS-Region Oberes Baselbiet  
 Quelle: GeoInfo Wüest & Partner, Stadtbauamt Liestal  
 Stand: 2015

● Entwicklungsprojekte

Nr.	Adresse	Kurzbeschreibung	Status	Kosten [Mio. CHF]	Bauende [Monat]	Anz. Whg
1	Bahnhofplatz, 4410 Liestal	Neubau Wohn- und Geschäftshaus mit Einstellhalle	2: Baubewilligung	20.00	2015-03	50
2	Bündtenstrasse 1, 4410 Liestal	Sanierung Schulanlage Frenke	1: Bauprojekt	11.50		0
3	Gestadeckplatz, 4410 Liestal	Neubau Wohn- und Gewerbeüberbauung mit Tiefgaragen (Etappenbau)	2: Baubewilligung	10.00	2017-06	33
4	Rebgartenstrasse, 4410 Liestal	Neubau Überbauung mit Alterswohnungen	1: Bauprojekt	20.00		0
5	Kasernenstrasse, 4410 Liestal	Neubau eines Mehrfamilienhauses mit Läden und Tiefgarage (SUB beendet)	2: Baubewilligung	10.00	2016-06	13
6	Gassstrasse, 4410 Liestal	Neubau Wohn- und Gewerbehaus mit Einstellhalle (SUB für TU folgt)	2: Baubewilligung	40.00		94
7	Wiedenhubstrasse, 4410 Liestal	Neubau zwei Mehrfamilienhäuser mit Büros und Autoeinstellhalle (SUB auf	2: Baubewilligung	10.00	2017-06	19
8	4410 Liestal	Bahnhof- und Verwaltungsgebäude	1: Bauprojekt	50.00		0
9	Bahnhof Liestal (Bahnhofentwicklung)	Wettbewerb für 3 Gebäuden (Jurierung findet März 2016 statt)	0: Wettbewerb	-		-
10	Post/Allee	Wettbewerb	0: Wettbewerb	-		-
<b>Total</b>				<b>171.50</b>		<b>209</b>

Übersicht Entwicklungsprojekte in der MS-Region Oberes Baselbiet  
 Quelle: GeoInfo Wüest & Partner, Stadtbauamt Liestal  
 Stand: 2015

### 3.7 **Fazit Immobilienmarkt**

Liestal ist das unbestrittene regionale Zentrum mit dem grössten Bestand an Verkaufsflächen. Durch strukturelle Veränderungen wird der Verkaufsflächenmarkt stark gefordert. Wichtigste Herausforderungen für Verkaufsflächen bilden der technologische Fortschritt mit dem Wachstum von Online-Verkaufskanälen, der Einkaufstourismus und der demografische Wandel.

Für die nächsten 5 bis 10 Jahre sind zahlreiche Projekte um das Zentrum von Liestal mit über 100'000 m<sup>2</sup> Bruttogeschossflächen Dienstleistungsnutzungen und zusätzlichen 1'000 Wohnungen in Planung. Diese Entwicklung stärkt Liestal als regionales Zentrum mit Chancen für die Rathausstrasse im Bereich des gesteigerten Umweltbewusstseins, Shopping als Erlebnis, Bevölkerungswachstum und Alterung sowie Arbeitsplätze rund um das Zentrum.

## 4 Mikrolage

### 4.1 Infrastruktur und Nahversorgung

Die Altstadt von Liestal mit der Rathausstrasse als Rückgrat liegt unweit des Bahnhofs von Liestal, von wo aus Züge zu Stosszeiten in regelmässigen Abständen nach Basel fahren. Die Fahrt dauert im Durchschnitt eine Viertel Stunde. Bushaltestellen befinden sich in Gehdistanz beim Bahnhof, beim Wasserturmplatz und beim Gestadeckplatz. Trotz der Nähe zum Bahnhof und zu den Busstationen ist die Rathausstrasse für den öffentlichen Verkehr nicht zugänglich. Der MIV-Anschluss von Liestal aus ist ebenfalls hervorragend. Die nächste Autobahnauffahrt auf die A3 liegt nur 5.5 km entfernt.

Das Infrastrukturangebot wie Einkaufen und Gastronomie befindet sich grösstenteils in der Altstadt und rund um den Wasserturmplatz. Parkmöglichkeiten sind im Stedtli (Fischmarkt, Kanonengasse etc.) und rund um die gesamte Altstadt (Allee, Post, Wasserturmplatz etc.) angeordnet. Des Weiteren stehen Parkhäuser (z.B. beim Manor Bücheli Center) in der Nähe des Stedtli zur Verfügung.



Mikrolage mit Infrastruktur  
 Quelle: GeoInfo Wüest & Partner  
 Bearb.: Wüest & Partner

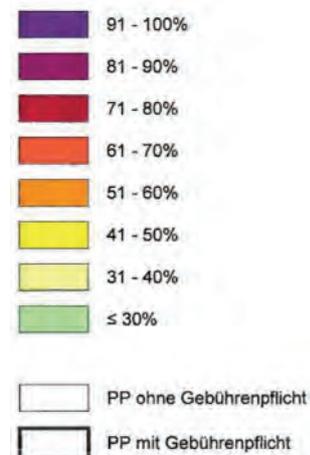
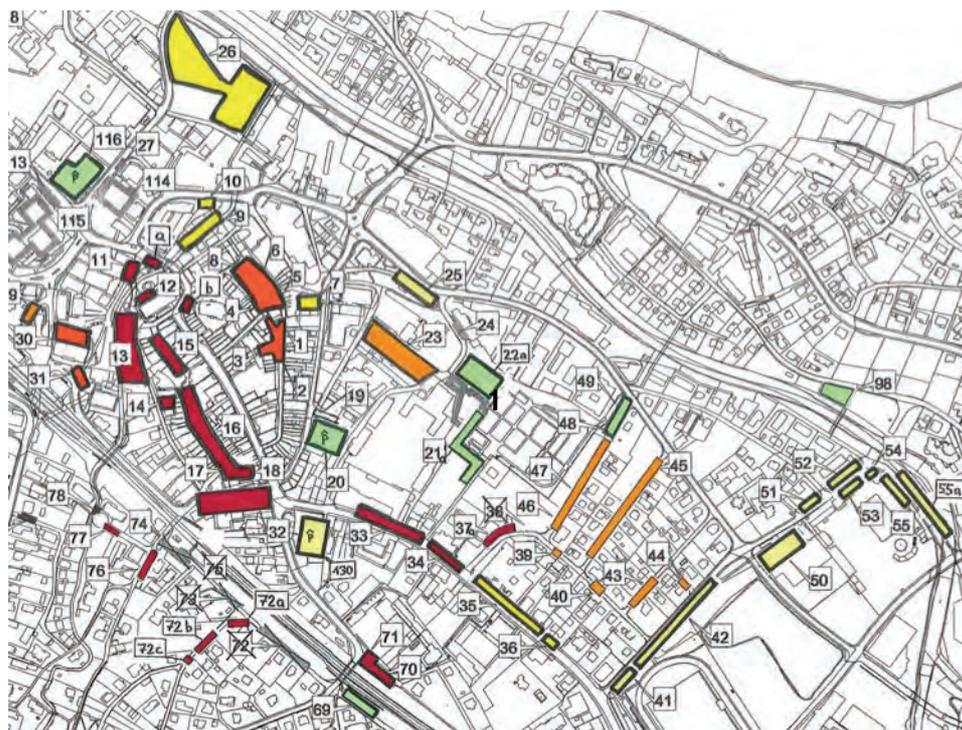
-  Busstationen
-  1: Gastronomie
-  2: Kultur / Freizeit
-  3: öffentliche Gebäude
-  4: Schule
-  5: Shopping / Service
-  6: Verkehr
-  7: Sonstiges

**Exkurs Parkplatzsituation**

Aufgrund der aktuellen Entwicklungen scheint in und um die Altstadt von Liestal keine akute Parkplatz-Knappheit zu herrschen. Viel mehr führt die Ungleichbehandlung der öffentlichen Parkplätzen und der privaten Parkhäuser zu einem erhöhten Suchverkehr im Stedtli und Frustrationen unter den Altstadtbesuchern. Während öffentliche Parkplätze wie zum Beispiel im Fischmarkt gratis oder zu günstigeren Konditionen vergeben werden, sind die privaten Parkhäuser kostenpflichtig. Gemäss der Erhebung aus dem Jahr 2009 sind vor allem die Parkplätze im Stedtli stark belegt. Die Parkhäuser am Rand der Altstadt sind hingegen nur mässig ausgelastet.

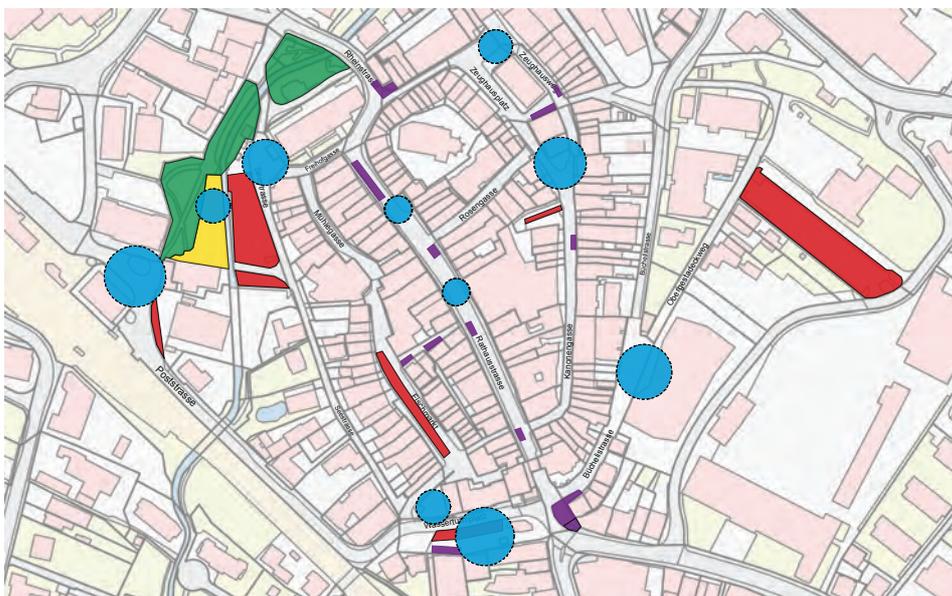
Um das Stedtli für Anreisende mit dem MIV attraktiver zu gestalten, soll in erster Linie nicht mehr Parkplätze erstellt werden, sondern das bestehende Angebot verbessert werden. Abhilfe kann beispielsweise ein Parkleitsystem schaffen. Der Komfort beim Parkieren kann durch die bessere Koordination gesteigert werden.

Links: Parkplatz-Belegung  
gemäss Erhebung April 2009  
Quelle: Stadt Liestal  
Stand: April 2009



#### 4.2 Aussenraumgestaltung, Orientierung/Wegfindung

Die ca. 200 m lange Rathausstrasse bietet aufgrund der geraden Geometrie und des Mangels an Beschattung sowie allgemeinen Sitzgelegenheiten nur wenig Aufenthaltsqualität. Einladende Plätze sind eher am Rand der Altstadt zu finden wie z.B. beim Wasserturmplatz, beim Platz vor der Stadtkirche Liestal oder beim Bücheli Center.



Wichtige Aussenräume

-  1. Öffentliche Sitzmöglichkeiten
-  2. Öffentliche Grünflächen
-  3. Spielplätze
-  4. Parkplätze
-  5. Gastronomie-aussenflächen



Links: Rathaus Nordhälfte  
Rechts: Rathaus Südhälfte  
Quelle: Wüest & Partner



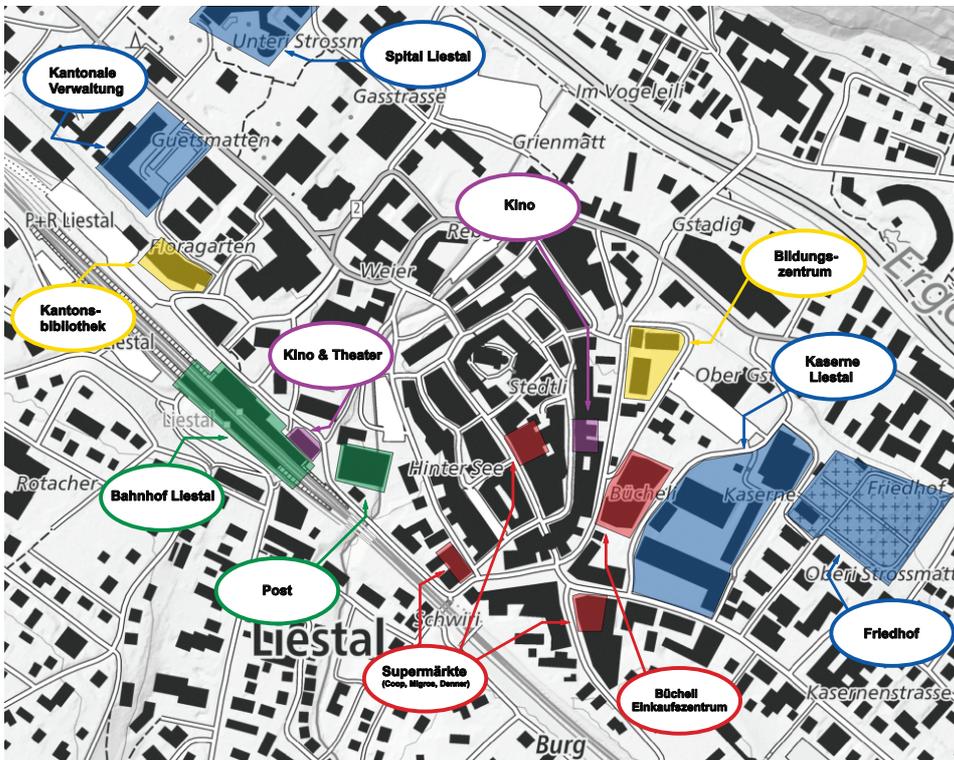
Links: Wasserturmplatz mit Sitzbänken  
Rechts: Platz Stadtkirche Liestal  
Quelle: Wüest & Partner

4.3 Relevante Nutzungen im Umfeld

Im näheren Umfeld sind die Nutzungen sehr heterogen. Verkaufsnutzungen wie das Bücheli Center und diverse Supermärkte befinden sich südöstlich der Altstadt von Liestal.

Die Bauten der öffentlichen Verwaltung befinden sich am Rand der Altstadt. Die Kaserne und der Friedhof auf der östlichen Seite und die kantonale Verwaltung sowie das Spital von Liestal auf der westlichen Seite.

Freizeitangebote im näheren Umfeld umfassen das Kino Oris an der Kanonengasse und das Kino Sputnik an der Poststrasse 2. Des Weiteren befinden im näheren Umfeld die Kantonsbibliothek Baselland und das Bildungszentrum kvBL.



Wichtige Nutzungen in der Umgebung des Stadtzentrums

- 1. Öffentliche Gebäude
- 2. Infrastruktur
- 3. Kultureinrichtungen
- 4. Geschäfte
- 5. Freizeitangebote

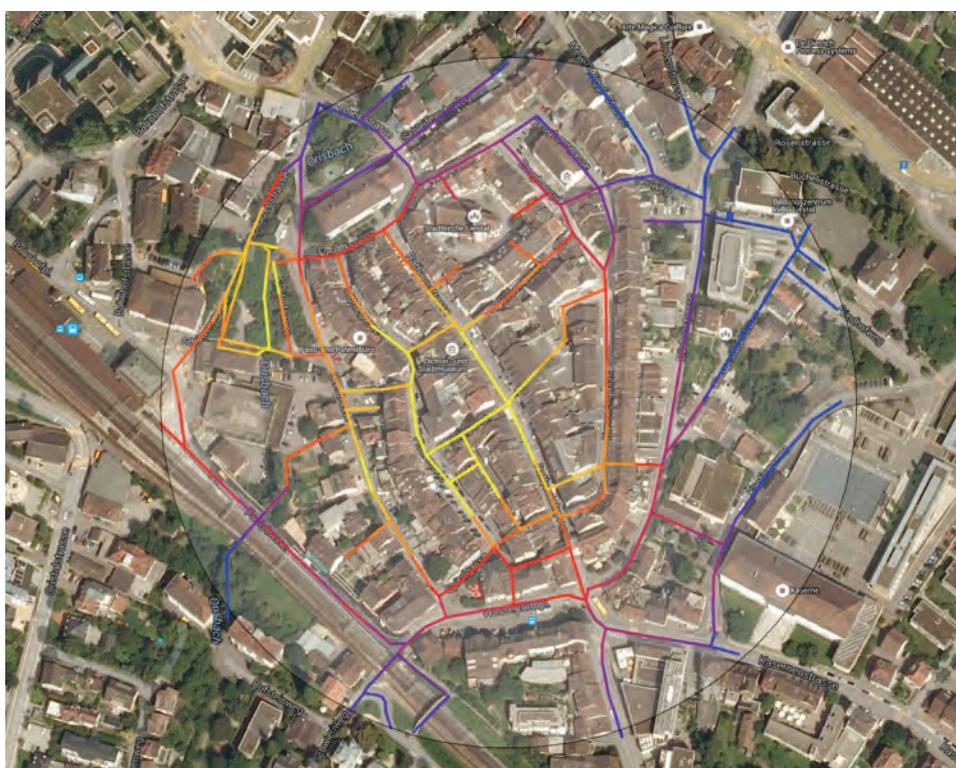


Nutzungszonen

- 1. Wohngebiete
- 2. Öffentliche Bauten
- 3. Gewerbegebiete
- 4. Kernzone (denkmalgeschützt)

#### 4.4 Passantenfrequenzen

Die Auswertung der Passantenfrequenzen innerhalb eines Radius von 200 m um die Rathausstrasse zeigt, dass der Besucherstrom zwischen 8 Uhr und 18 Uhr 30 im mittleren Abschnitt der Rathausstrasse am höchsten ist und an den beiden Enden abnimmt. Die modellierte Passantenfrequenz indiziert zudem, dass ein Grossteil der Besucher die Rathausstrasse vom Süden her wie zum Beispiel der Salzgasse betritt. Die beiden Enden der Rathausstrasse wird vergleichsweise weniger frequentiert.



Passantenfrequenz Liestal  
von 8 Uhr bis 18 Uhr 30  
Modellberechnung Senozon  
Quelle: Senozon, GeolInfo  
Wüest & Partner

#### 4.5 Aktivitäten

Die enge, traditionelle Bebauung der Rathausstrasse erzeugt grundsätzlich eine angenehme und entschleunigende Atmosphäre. Dies wird zusätzlich durch die Beschränkung des motorisierten Verkehrs auf morgendlichen Güterumschlag unterstützt, da es so nur zu wenigen Lärmemissionen kommt und der gesamte Strassenraum alleine den Fussgängern zur Verfügung steht.

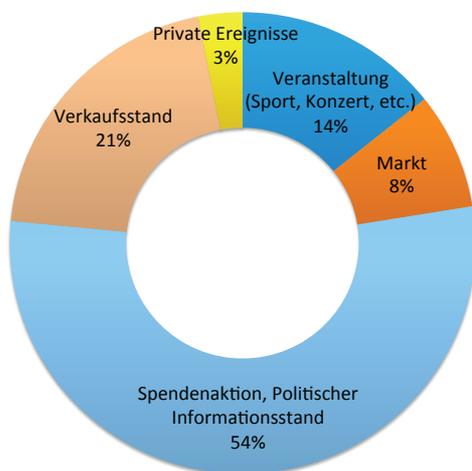
Die Rathausstrasse wird von der Bevölkerung primär zum Einkaufen und für weitere Dienstleistungen, wie Arztbesuche etc., genutzt. Die Leute kommen dabei vor allem zu Fuss, teils auch mit dem Velo auf die Strasse. Während der Mittagszeit benutzen zudem viele Menschen aus den umliegenden Strassen die Restaurants und Lebensmittelgeschäfte. Am Nachmittag kommen dann noch vereinzelt Cafébesucher hinzu.

Trotz des guten Potentials kommt in der Rathausstrasse dennoch nicht das Gefühl einer hohen Aufenthaltsqualität auf. So gibt es nur wenige öffentliche Sitzmöglichkeiten und kaum schattenspendende Begrünungen. Ein Verweilen ist so nur in den vereinzelt Aussenflächen der Restaurants und Cafés möglich. Zum anderen ist für die Passanten durch den noch in seinem ursprünglichen Zustand belassenen Strassenraum mit einem asphaltierten Fahrbereich und den beidseitig dazu angeordneten nur leicht abgegrenzten Trottoirs nicht sofort ersichtlich, dass die gesamte Strasse sicher genutzt werden kann.

Die Stimmung einer ganzheitlich geplanten verkehrsberuhigten Zone entsteht deshalb nicht. Trotzdem gibt es z.B. mit dem Brunnen im nördlichen Teil der Strasse oder den ansprechend gestalteten Aussenflächen der Restaurants bereits Ansätze dafür einen hochwertigen städtischen Raum zu schaffen.

#### Veranstaltungen in der Rathausstrasse

Eine Auswertung der Veranstaltungen im Jahr 2014 zeigt, dass nur 22% der Veranstaltungen Publikumsmagnete sind. Diese sind in der Regel Veranstaltungen mit einem stark öffentlichen Charakter wie Sport-Events, Konzerte und insbesondere auch der Gemüsemarkt/Bauernmarkt, der jeden Dienstag- und Samstagmorgen (von 09:00-12:00 Uhr) stattfindet.



Links: Veranstaltungen in der Rathausstrasse 2014  
Rechts: Impression "Lieschtler Buure Märt"  
Quelle: Stadt Liestal

#### 4.6 Fazit Mikrolage

Es handelt sich um eine zentrale Lage, die aufgrund der Distanz zum Bahnhof und der mangelnden Vernetzung mit der gesamten Stadt wenig vom Pendlerverkehr profitieren kann. Die Rathausstrasse verfügt über keine eigenen ÖV-Anbindungen und weist Bedarf an zusätzlichen Parkplätzen auf.

Relevante Freizeitnutzungen und grössere Plätze sind am Rand der Altstadt angeordnet. Die Rathausstrasse wird von der Bevölkerung primär zum Einkaufen genutzt und weist punkto Aufenthaltsqualität Optimierungspotenziale auf.

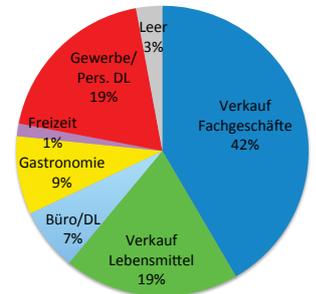
## 5 Analyse Liegenschaften/Bestand

### 5.1 Grobe Analyse der aktuellen Nutzungen im Erdgeschoss

Basierend auf der Erdgeschossfläche der einzelnen Liegenschaften an der Rathausstrasse machen Verkaufsnutzungen rund 60% des gesamten Flächenbestands aus. Davon sind ca. ein Drittel Lebensmittel. Der Grossteil der Fachgeschäfte hat kleinteilige Verkaufsflächen und wenig innovative Ladenkonzepte.



Nutzungsklassen

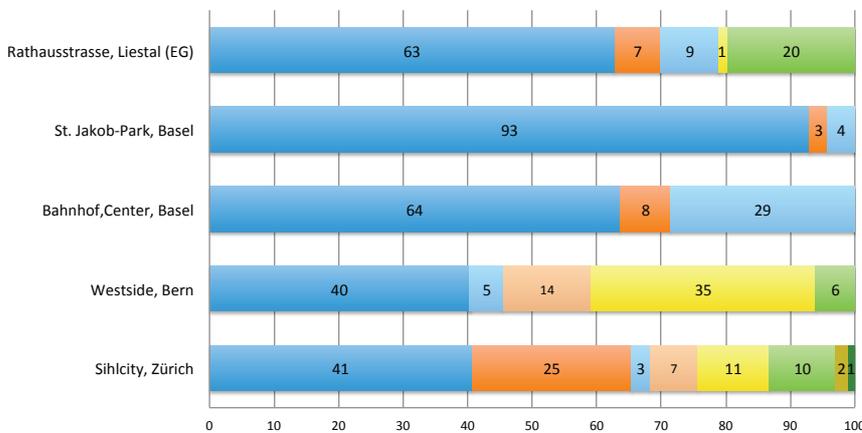


Links: Haus Nr. 12, Aussen-sitzplatz Restaurant  
Rechts: Haus Nr. 40, typische Aussenansicht Verkaufsfläche

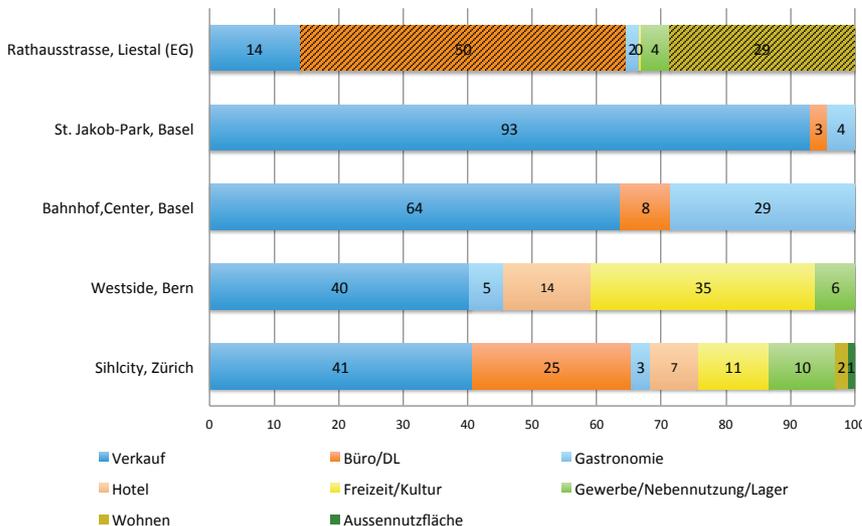
**Nutzungsmix der Rathausstrasse im Vergleich**

Der Nutzungsmix im Erdgeschoss der Rathausstrasse besteht aus ca. 63% Verkaufsnutzungen, 7% Büro/Dienstleistungen, 9% Gastronomie, 20% Gewerbe sowie Freizeit/Kultur. Gesamthaft betrachtet, d.h. über alle Geschosse hinweg, ist der Anteil der Büro- und Wohnnutzungen relativ hoch. Publikumsnutzungen befinden sich grösstenteils im Erdgeschoss, was auf die geringere Wertschöpfung in den Obergeschossen zurückzuführen ist.

Im Vergleich zu den neueren «Urban Entertainment Centern» wie zum Beispiel Westside in Bern oder die Sihlcity in Zürich setzt sich der Nutzungsmix im Erdgeschoss der Rathausstrasse aus mehrheitlich Verkauf und Gastronomie und wenig persönlichen Dienstleistungen und Freizeitnutzungen zusammen. Hotel ist keines vorhanden. Hinsichtlich der weiteren Entwicklung ist im Erdgeschoss ein breiterer Nutzungsmix bestehend aus mehr Freizeit und Kultur sowie persönlichen Dienstleistungen anzustreben. Die Obergeschosse sind, soweit möglich, beispielsweise durch ein kleines feines Hotel wie das Hotel Baseltor in Solothurn oder Ateliers mit Wohn- und Arbeitsbereich zu aktivieren.



Nutzungsmix Rathausstrasse EG im Vergleich zu Einkaufszentren  
Quelle: Wüest & Partner



Nutzungsmix Rathausstrasse EG und OG im Vergleich zu Einkaufszentren  
Quelle: Wüest & Partner

Grobschätzung Wüest & Partner

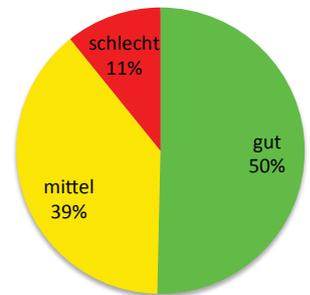
### 5.2 Grobe Bestandsanalyse

Basierend auf einer groben Schätzung der Kubatur befinden sich rund 50% der Liegenschaften in einem guten und ca. 39% in einem mittleren und ca. 11% der Liegenschaften in einem eher schlechten Zustand.



Zustandsklassen

- 1. Gut
- 2. Mittel
- 3. Schlecht



Links: Haus Nr. 59, guter Zustand  
 Mitte: Haus Nr. 45 links, mittlerer Zustand  
 Rechts: Haus Nr. 12, schlechter Zustand  
 Quelle: Wüest & Partner



### 5.5 Öffnungszeiten

Von insgesamt 55 erfassten Lokalitäten sind rund 70% ganztags geöffnet. Längere Öffnungszeiten unter der Woche (nach 18 Uhr 30) und am Samstag (nach 16 Uhr) haben ca. 11% der Lokalitäten. Es handelt sich dabei um Läden, Gewerbe/Persönliche Dienstleistungen (Zahnarztzentrum) und Restaurants sowie Bars. Montags geschlossen haben ca. 22% der Lokalitäten (Restaurants als auch Läden sowie persönliche Dienstleistungen wie zum Beispiel Coiffeur). Sonntags geöffnet haben nur das Zahnarztzentrum und das Restaurant Schweizerhof.



Analyse Öffnungszeiten  
 Quelle.: Stadt Liestal  
 Bearbeitung: Wüest & Partner

- Längere Öffnungszeiten (nach 18:30)
- Reguläre Öffnungszeiten (bis 18:30)
- Montags geschlossen
- Mittags geschlossen
- Keine Angaben
- Leerstehend

Hinsichtlich des weiteren Vorgehens ist eine Verlängerung der Aktivitäten gegen Abend und über den Mittag und eine Konzentration der Nutzungen in der Rathausstrasse anzustreben. Kombiniert mit Mehrfachnutzungen (hybride Nutzungen) wie zum Beispiel Gastronomie mit Konzerten und Hotel, Bücherei mit Lesungen und Bar oder Bäckerei mit Verkauf und Produktion am selben Standort sowie Schulungsräume mit Bibliothek im Obergeschoss kann das Potenzial der Altstadt besser ausgeschöpft werden.

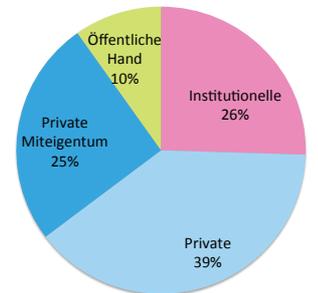
5.6 Analyse der Eigentümerstruktur

Rund 65% der Liegenschaften (Auswertung nach Anzahl) befinden sich in privater Hand. Rund 25% sind zum Miteigentum, was Transformationen und Erneuerungen erschwert. Nur 10% der Häuser gehören der öffentlichen Hand. Und ein Viertel der Liegenschaften, vorwiegend Objekte mit einer grossen Grundstücksfläche, sind Eigentum von Institutionellen.



Eigentümerstruktur  
 Quelle.: Stadt Liestal  
 Bearbeitung: Wüest & Partner

- Private
- Private, Miteigentum
- Institutionelle
- Öffentliche Hand
- Keine Angaben



5.7 Fazit Bestandsanalyse

Die Bauten an der Rathausstrasse in Liestal zeichnen sich durch einen überdurchschnittlichen Zustand, jedoch mehrheitlich kleinteilige Struktur aus. Die Altstadt ist intakt und mit Atmosphäre. Aufgrund der kleinteiligen Struktur sind die Verkaufsflächen v.a. für zahlungskräftige Nachfrager nicht attraktiv. Transformationen sind aufgrund des hohen Anteils der Privateigentümer sehr aufwendig und werden der Typologie des Stedtli nicht gerecht.

In der Rathausstrasse beschränken sich Publikumsnutzungen mehrheitlich auf das Erdgeschoss. Persönliche Dienstleistungen, Freizeitnutzungen, Kultur und Hotel sind schwach vertreten. Zudem stellt sich die Frage, ob das bestehende Gastronomieangebot die Nachfrage nach einer schnellen Service und bezahlbare Angebote abdeckt.

## 6 SWOT-Analyse

Die nachfolgende SWOT-Analyse zeigt die wichtigsten Einflussfaktoren und deren mutmassliche Veränderungspotenziale auf.

	<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<b>Chancen</b>	<p>Regionales Zentrum</p> <p>Wachstum von Büro und Wohnen im Umfeld</p> <p>Überdurchschnittlich viele junge Erwachsene (25- bis 34-Jährige)</p> <p>Deutlich überdurchschnittliches Verhältnis Beschäftigte/Einwohner</p> <p>Starkes Wachstum beim Dienstleistungssektor (Verwaltung, Gesundheit, Soziales)</p> <p>«Highstreet-Lage»</p> <p>Intakte Altstadt mit Atmosphäre und Charme</p> <p>Überdurchschnittlicher Zustand der Häuser</p>	<p>Distanz und Verbindung zum Bahnhof, mangelnde Vernetzung mit der Stadt</p> <p>Aufenthaltsqualität in der Rathausstrasse: keine Beschattung und wenig öffentliche Sitzmöglichkeiten</p> <p>Öffentliche Verwaltung als dominante Branche (rund 50%)</p> <p>Mangelnder Komfort im Verkehr Parkierung mit Verbesserungspotenzial</p> <p>Sinkende Mieten bei Verkaufsflächen</p> <p>Einseitiges Angebot teilweise mit verstaubten Auslagen, wenig innovative Ladenkonzepte</p> <p>Wenig persönliche Dienstleistungen</p> <p>Traditionell ausgerichtetes Gastronomieangebot</p> <p>Internet-Auftritt, PR und Marketing</p>
<b>Risiken</b>	<p>Verkehrsknotenpunkt mit sehr guten ÖV-Anbindungen (Umstiegsbahnhof) -&gt; Distanz zur Altstadt, Konkurrenz</p> <p>Überdurchschnittlicher Anteil der Kleinhaushalte (1 bis 2 Personen) -&gt; Basel-orientiert?</p> <p>Überdurchschnittliche Kaufkraft pro Person -&gt; kritischer und anspruchsvoller</p> <p>Grösster Verkaufsflächenbestand in der Region -&gt; Konkurrenz</p> <p>Hoher Gastronomie-Anteil in der Rathausstrasse -&gt; wenig differenziert</p>	<p>Konkurrenz durch Grenznähe und Online-Handel</p> <p>Kleinteilige Struktur der Häuser -&gt; unattraktiv für die grossen Ankermieter</p> <p>Grössere Plätze und wichtige Nutzungen (wie Kino, Bildung und Bibliothek, Einkaufszentrum) am Rand der Altstadt -&gt; Sogwirkung nach Aussen</p> <p>Zunehmend Konkurrenz mit Bahnhofslage</p>

## 7 Entwicklungskonzepte

### 7.1 Diversifikation und Authentizität der Angebote

#### Handlungsfeld: Authentizität und Diversifikation

Mit mehr als 60% wird die erdgeschossige Nutzung in der Rathausstrasse vom Verkauf dominiert. Aufgrund der kleinteiligen Parzellenstruktur sind die Ladenflächen, mit wenigen Ausnahmen wie der Coop, klein und für die grossen Ankermieter wie zum Beispiel aus der Textilbranche schlecht nutzbar. Das ausgestellte Sortiment ist wenig innovativ und mit einem geringen Wiedererkennungswert (teilweise tiefes Segment).

#### Zielsetzungen

Das Ziel ist, die Rathausstrasse nicht primär als Einkaufsstrasse zu definieren, sondern als ein «Urban Entertainment Center» erlebbar zu machen, den Fokus auf Showrooming (mit Vorführungen) und Retail Experience zu legen. Das Verkaufsangebot soll sich durch Authentizität, d.h. mit lokalen Produkten und Brands auszeichnen und sich in einem höheren Segment ansiedeln. Insgesamt soll der Anteil des Verkaufs reduziert und durch Gastronomie, Kultur und Freizeitnutzungen ergänzt werden. Gute Beispiele sind die Solothurner, Burgdorfer und Badener Altstadt oder die Sihlcity in Zürich, die sich durch ein gesamtheitliches Konzept mit Einkauf und einem attraktiven Rahmenprogramm hervortun, die Besucher zum Bleiben und Verweilen einladen. Die Zielgruppen bestehen primär aus Bewohnern und Beschäftigten in Liestal und der Region, Familien mit Kindern und den sogenannten «Silver Shoppern».

#### Massnahmen

Der Nutzungsmix ist zu diversifizieren und zu ergänzen mit mehr Rahmennutzungen wie Gastronomie, Hotel (Boutique- oder Designerhotels) und Freizeitnutzungen. Zudem sollen die Verkaufsnutzungen in der Rathausstrasse konzentriert werden. Büro und Wohnen sind im Hinblick auf die weiteren Entwicklungen am Rand der Altstadt anzuordnen. Hybride Nutzungen aus einem Mix mit Produktion, Verkauf, Gastro und Kultur steigern die Attraktivität und erlaubt unterschiedliche Frequenzen nach Tageszeiten.



John Baker in Zürich  
Quelle: [www.johnbaker.ch](http://www.johnbaker.ch)



Sphères, Café und Buchladen  
sowie Veranstaltungslokalität,  
Zürich

Quelle: Internet-Reserach



Links: Hotel Baseltor in  
Solothurn (Altstadthotel mit  
gehobener Gastronomie und  
Design-Gästezimmern

Rechts: Kafi Schnaps in Zürich  
(Kombination aus Bar und  
Design-Hotel)

Quelle: Internet-Reserach



Links: Spielparadies Sihlcity,  
Zürich

Rechts: Hamam Fitnesspark  
Münstergasse, Zürich Innen-  
stadt

Quelle: Internet-Reserach



Das Profil des Angebots im Verkauf ist zu schärfen. Mit lokalen Produkten und Brands aus dem Oberen Baselbiet soll mehr Authentizität erreicht werden. Das regionale Zentrum Liestal mit der Rathausstrasse soll sich damit von der Konkurrenz wie zum Beispiel Shopping Centern im Umfeld abheben.



Links: Oris-Uhren bei der Basel World Ausstellung  
 Mitte: Basler Fasnacht  
 Rechts: Läckerli Huus  
 Quelle: Internet-Reserach

**Möglicher Mehrwert**

Durch die Diversifikation sollen mehr zahlkräftige Zielgruppen angesprochen werden. Die Aktivität in der Rathausstrasse wird gesteigert, indem mit dem «Urban Entertainment Center» das Geamterlebnis und nicht allein der Verkauf im Vordergrund steht.

Mit dem Fokus auf authentische Produkte kann die Rathausstrasse in Punkto Angebot aus der Masse stechen und Liestal sich als regionales Zentrum bewähren.

Diversifikation und Authentizität der Angebote			
Handlungsfeld	Massnahmen	Fristigkeit	Zuständigkeit
<b>Authentizität der Angebote: Lokaler Bezug der Angebote</b>	Angebote mit lokalem Produktionsbezug	mittel- bis langfristig	Eigentümer/Mieter
	Öffentlichkeitswirksame Events wie z.B. Lunch-Market, Food-Festival (vgl. Bsp. Zürich) etc.	kurz- bis mittelfristig	Stadt
<b>Kundenorientierte Konzepte: Serviceorientierung als Erfolgs- und Differenzierungspotenzial</b>	Spezielle Dienstleistungen für Familien mit Kindern	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter
	Spezielle Dienstleistungen für Ältere (Silver Shopper) z.B. Heimlieferdienste	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter
	Integrierte Public -Services wie Post, Bank und weitere öffentliche Dienstleistungen (Schalterbetrieb)	mittel- bis langfristig	Stadt/Mieter
	Integrierte medizinische Services (Zahnarzt, Arzt, Apotheke mit längeren Öffnungszeiten vgl. HB Zürich)	mittel- bis langfristig	Eigentümer/Mieter
<b>Shopping als Freizeitbeschäftigung und Begegnungsort, als Alternative zu Heim und Arbeitsplatz</b>	Kinderparadies und Funpark mit Aussenanbindung	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter
	Wellness wie z.B. Hamam etc.	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter
	Kultur und Freizeitnutzungen	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter
	Hybride Nutzungen: Produktion und Verkauf an einem Standort	mittel- bis langfristig	Eigentümer/Mieter

## 7.2 Modernisierung der Gastronomie

### Handlungsfeld: Modernisierung des Gastronomieangebotes

Angesichts der hohen Anzahl der Beschäftigten in Liestal, die nicht in der Stadt wohnhaft sind, stellt sich die Frage, inwiefern deren Bedürfnisse durch das aktuelle Angebot in der Rathausstrasse abgedeckt werden. Mit Ausnahme des Coop-Restaurants verfolgen die meisten Restaurants in der Rathausstrasse ein klassisches Konzept mit längerer Wartezeit ohne Take-Away Möglichkeiten. Die Speisekarten zeichnen sich durch ein eher konventionelles Angebot aus.

### Zielsetzungen

Das Ziel ist, aktuelle Trends in der Gastronomie aufzugreifen, die den Bedürfnissen der Beschäftigten wie zum Beispiel kürzere Bedienungszeit, Take-Away-Möglichkeiten und eine leichtere und gesunde Kost, entsprechen, und das Portemonnaie zugleich schonen.

Die Hauptzielgruppen sind am Mittag die Beschäftigten in Liestal, am Abend die Beschäftigten und lokale Bewohner und am Wochenende Familien. Das gastronomische Angebot soll fokussierter auf die einzelnen Zielgruppen ausgerichtet werden.

### Massnahmen

Durch die Modernisierung und Verjüngung des Angebotes soll das Feld der Zielgruppen vergrössert werden. Beispiele sind das Hiltl-Restaurant, das sich durch ein breites vegetarisches Angebot auszeichnet oder The Butcher mit frischen Burgern und hausgemachten Limonaden.

Wichtig ist auch das Ambiente, das Lust machen soll, unterstützt durch innovative Bestuhlungs- und Betriebskonzepte. Beispiele dafür sind dean & david Salatbars, die frisch gemachte Salate als Take-Away anbieten oder das Yojii's Restaurant in Zürich, wo das Essen in kleinen Portionen auf einem Laufband vor den Restaurantbesuchern vorbeifährt. Das Essen kann dort zudem über das iPad bestellt werden. Die Lieferzeit liegt unter 5 Minuten. Die Wartezeit ist im Vergleich zu herkömmlichen Restaurants deutlich kürzer. Und der Erlebnisfaktor ist durch die ansprechenden Innenraumdesigns um ein Vielfaches höher.



Links: Buffet des Hiltl-Restaurants

Rechts: Burger von The Butcher

Quelle: Internet Research



Links: dean & david Salatbar  
 Rechts: Yooji's Sushi Restaurant, Zürich  
 Quelle: Internet-Reserach

Ergänzungen beim gastronomischen Angebot können Performances wie zum Beispiel die Thunfischzerlegung im Restaurant Samurai in Zürich oder eine integrierte Backschule bei der Bäckerei sein.

Durch Themen-Bars wie zum Beispiel die Bar Brauerei in Zürich soll die Aktivität am Abend in der Rathausstrasse gesteigert werden. Mit weiteren Angeboten wie zum Beispiel einem italienischen Café können am Wochenende Familien nach dem Wochenendeinkauf zum Verweilen eingeladen werden. Damit stärkt die Stadt Liestal ihre Bedeutung als regionaler Treffpunkt.



Links: Backschule  
 Rechts: Steinfels Restaurant  
 Bar Brauerei, Zürich  
 Quelle: Internet-Reserach

**Möglicher Mehrwert**

Durch die schnellere Bedienung und das modernere Angebot soll das Bedürfnis der verschiedenen Zielgruppen wie die Beschäftigten, die Bewohner und Familien zu verschiedenen Tageszeiten besser entsprochen werden. Dadurch ergeben sich Synergien zwischen der Gastronomie und dem Retail.

Modernisierung der Gastronomie			
Handlungsfeld	Massnahmen	Fristigkeit	Zuständigkeit
Modernisierung der gastronomischen Angebote	Lokale Spezialitäten und zeitgemässe Angebote wie Salatbar, Sushi oder Burgercorner etc.	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter*
	Attraktive Mischung zwischen bekannten Brands und neuen innovativen Konzepten	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter*
	Differenzierung an Sitzgelegenheiten und Liefersgeschwindigkeit sowie Preissegmenten	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter*
Synergien mit anderen Nutzungen	Vielfalt und Lebendigkeit des Angebots: Events, Gastro und Shopping	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter*
	Integrierte Freizeitaktivitäten wie Events, Ausstellungen etc.	kurz- bis mittelfristig	Eigentümer/Mieter*

\* koordiniert durch einen Kurator (siehe Kapitel 7.3 sowie Kapitel 8.2)

### 7.3 Attraktionen fördern und Leben in die Rathausstrasse bringen

#### Handlungsfeld: Attraktionen in der Rathausstrasse fördern

Gemäss der Auswertung der Veranstaltungen im Jahr 2014 haben in Liestal nur 22% der Veranstaltungen einen stark öffentlichen Charakter, die ein grosses Publikum anziehen vermögen. Die Zeitfenster über den Mittag und am Abend werden nur selten aktiviert.

#### Zielsetzungen

Das Ziel ist, die Aktivität in der Rathausstrasse zu steigern. Weitere Optimierung durch eine Koordination durch einen Kurator und einen einheitlichen Auftritt im Internet.

#### Massnahmen

Als Attraktion kann der Gemüse- und Bauernmarkt, der jeden Dienstag und Samstag in einer Seitenstrasse der Altstadt stattfindet, mit weiteren Themen-Märkten/Events ergänzt werden, die Abwechslung bringen und nebst den Bewohnern auch die Beschäftigten anziehen. Ein mögliches Beispiel ist der Lunch Market der ETHZ, der im Frühling und Herbst jeweils am Donnerstag von 11 bis 15 Uhr auf dem Campus Hönggerberg stattfindet. Food Trucks, Marktstände und mobile Verpflegungsstände verköstigen die Besucher mit kleinen Snacks bis zu vollwärtigen Menüs.



Lunch Market der ETHZ  
Quelle: ETHZ

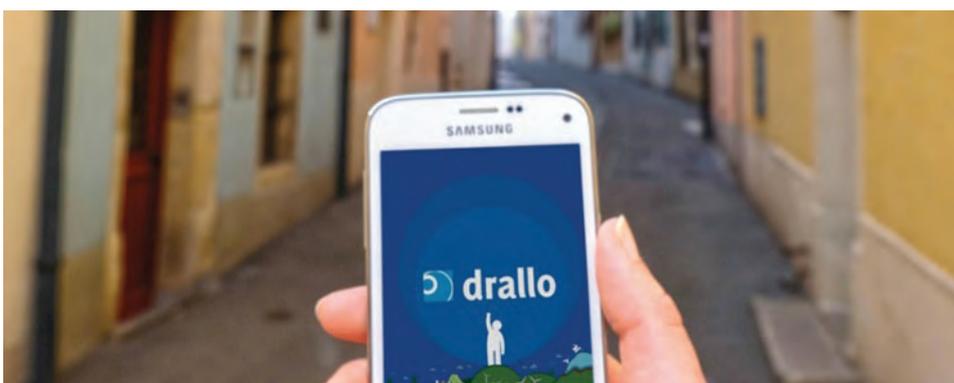
Als Treiber für Innovation können zudem Street Food Festivals sein, die ein breites Spektrum von lokalen Angeboten bis zu exotischen Speisen abdecken. Am Zürcher Street Food Festival können Interessierte via Internet sich für einen Stand anmelden. Unterstützt wird es einerseits vom Zürich Tourismus und andererseits von Privaten wie Feldschlösschen oder Coca Cola Company.

Dadurch kann der Standort Liestal sich als das kulinarische Zentrum der Region profilieren und die Attraktivität der Rathausstrasse gesteigert werden.



Street Food Festival Zürich  
Quelle: Internet Research

Das Angebot des neuen «Urban Entertainment Center – Rathausstrasse in Liestal» kann durch einen eigenen Web-Auftritt und interaktive Elemente wie Apps, die das «Erlebnis» unterstützen, ergänzt werden.



Drallo – das kostenlose App für das Smartphone der Stadt Solothurn  
Quelle: www. Solothurn-city.ch

**Möglicher Mehrwert**

Die Rathausstrasse wird von der reinen Verkaufsstrasse zu einem Begegnungsort und Liestal zum regionalen Treffpunkt. Steigerung der Attraktivität durch die Einbindung von Technologien. Koordination durch einen Kurator, der die Aufgaben eines «Center Managers» wie zum Beispiel Bestimmung Nutzungsmix, Vermietung und PR/Marketing/Internet-Auftritt übernimmt.

Attraktionen in der Rathausstrasse			
Handlungsfeld	Massnahmen	Fristigkeit	Zuständigkeit
Attraktionen in der Rathausstrasse	z.B. Lunch Market	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
	z.B. Street Food Festival	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
	weitere Kultur und Freizeitnutzungen	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
Einbindung neuer Technologien	Web-Auftritt der Rathausstrasse	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
	PR-Massnahmen vgl. Publikationen der Bahnhofstrasse Zürich oder Europaallee	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
	Eigene Rathausstrasse - App mit Navigation, Info, Angeboten, etc.	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
	Interaktive Elemente der Shopping-Begleitung wie QR Lounge, Play Labs, etc.	kurz- bis mittelfristig	Stadt (Alle)
Bestimmung eines Koordinators/Kurators	Facility Management	kurz- bis mittelfristig	Alle (Stadt)
	Bestimmung des Nutzungsmix und Auswahl von geeigneten Mietern	kurz- bis mittelfristig	Alle (Stadt)
	PR und Marketing, Internet-Auftritt	kurz- bis mittelfristig	Alle (Stadt)

## 7.4 «Stedtli», Bahnhof und Umfeld – Raumwirksame Massnahmen

### Handlungsfeld: Verbindung zwischen «Stedtli» und Bahnhof

Trotz der Nähe zwischen dem Stedtli und dem Bahnhof können heute nur wenige Pendler in die Rathausstrasse geholt werden. Die Wegführung ist eng, schlecht beschildert und wenig prominent. Beim Allee wirkt der Übergang vom Bahnhof zum Stedtli wenig städtisch und weckt keine Erwartungen.

### Zielsetzungen

Ziel ist, die Verbindung zwischen dem Bahnhof Liestal, dem regionalen Verkehrsknotenpunkt und dem «Stedtli» sichtbar und attraktiv zu machen, die Altstadt zum Bahnhof und zum Wasserturmplatz hin zu öffnen und die Zugänge zu akzentuieren sowie die Aufenthaltsqualität in der Rathausstrasse sowie in den Seitengassen zu steigern.

### Massnahmen

Für eine Belebung der Rathausstrasse ist die Anordnung von Parkplätzen in direkter Nähe zur Altstadt zwingend. Im Hinblick auf weitere Planungen wie zum Beispiel beim Wettbewerb «Allee» kann ein Parkhaus mit einer unterirdischen Verbindung, die eine gewisse städtische Dimension hat, kombiniert werden. Mit dem verlängerten Arm des Bahnhofs soll das Stedtli näher zum Bahnhof gebracht werden. Diese Verbindung kann zudem mit Parkmöglichkeiten für Velo kombiniert werden. Das Ziel ist, das Stedtli näher zum Bahnhof zu bringen und die Pendler dadurch in die Altstadt holen zu können.

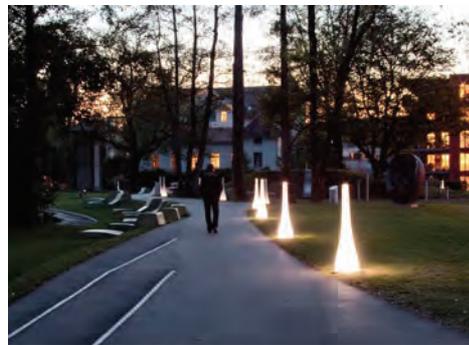


Links: Zugang Bahnhof Hardbrücke als verlängerter Arm in den städtischen Raum  
Rechts: Veloparking beim Bahnhof  
Quelle: Internet Research

Als eine weitere Massnahme kann durch einen baulichen Eingriff oder subtilere Massnahmen wie eine gezielte –Weg- und Lichtführung die Verbindung zwischen dem Bahnhof und dem «Stedtli» gestärkt werden. Die Nutzungen Verkauf, Gastronomie und Freizeit sind im Stedtli zu konzentrieren. Im Hinblick auf die weiteren Entwicklungen der Stadt Liestal ist eine Konkurrenz ausserhalb des Stedtli nicht zu fördern. Die Verkaufsflächenentwicklung beim Bahnhof ist auf Reisende zu beschränken. Mögliche ÖV-Anbindungen innerhalb des Stedtli sind zu prüfen. Unter dem Motto: Verdichten statt Entflechten!

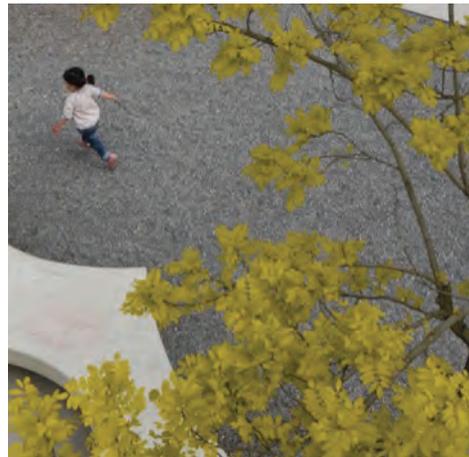


Wettbewerbsbild Bahnhof  
Hardbrücke, Zürich  
Quelle: Internet-Research



Links: Beleuchtung Altstadt,  
Uster  
Rechts: Beleuchtung Stadt-  
park, Uster  
Quelle: Gramazio Kohler  
Architekten

Weitere Massnahmen wie zum Beispiel Wasserelemente beim Judd Brunnen in Winterthur oder Beschattungen und Sitzmöglichkeiten beim Siedlungsplatz Katzenbach verbessern die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum, sodass die Besucher zum Verweilen eingeladen werden.



Links: Judd Brunnen, Win-  
terthur  
Quelle: Internet-Reserach  
Rechts: Siedlungsplatz Kat-  
zenbach  
Quelle: Studio Vulkan Land-  
schaftsarchitektur

### Möglicher Mehrwert

Durch die bessere Verbindung, sei es räumlich oder visuell, sollen Pendler, die bisher sich beim Bahnhof versammelt haben, in die Rathausstrasse geführt werden.

Durch die Konzentration der Verkaufs- und Freizeitnutzung sowie der öffentlichen Schalterbetriebe an der Rathausstrasse und die Auslagerung der Wohn- und Büronutzungen in die Seitengassen der Altstadt wird die Interaktion in der Rathausstrasse gesteigert.

Die Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch Sitzmöglichkeiten und Beschattung soll die Passanten und Besucher zum Verweilen einladen.

Stedtli, Bahnhof und Umfeld			
Handlungsfeld	Massnahmen	Fristigkeit	Zuständigkeit
<b>Optimierung der Aufenthaltsqualität in der Rathausstrasse</b>	Schaffung von Sitz- und Aufenthaltsmöglichkeiten in der Rathausstrasse und in Seitengassen	mittel- bis langfristig	Stadt*
	Bedachung/Beschattung durch Bepflanzung oder bauliche Massnahmen	mittel- bis langfristig	Stadt*
	Entfernung des Randsteins und Neugestaltung der Strassenoberfläche	mittel- bis langfristig	Stadt*
<b>Konzentration der Verkaufsnutzung, Freizeitnutzung und Schalterbetriebe in der Rathausstrasse</b>	Relokation des Postgebäudes in die Rathausstrasse, Situierung von Schalterbetrieben in der Rathausstrasse	mittel- bis langfristig	Stadt
	Verkaufsflächenentwicklung am Bahnhof: auf Reisende beschränken	kurz- bis mittelfristig	Stadt
	Büro- und Wohnnutzungen möglichst in den Seitengassen der Altstadt	mittel- bis langfristig	Stadt
<b>Räumliche und visuelle Verbindung zwischen Stedtli und Bahnhof</b>	Räumliche Verbindung in Form von Attraktionen z.B. einer Seilbahn vom Bahnhof in das Stedtli oder durch eine unterirdische Verbindung	mittel- bis langfristig	Stadt
	Prominentere Wegführung vom Bahnhof zur Rathausstrasse beispielsweise durch Verbreiterung des Weges und durch Beleuchtung	kurz- bis mittelfristig	Stadt
<b>Komfort und Parkplatz</b>	Verbesserung der Anknüpfung, Komfort beim Parkieren, Parkleitsystem ÖV-Anbindung in der Rathausstrasse	kurz- bis mittelfristig	Stadt

\* mit Einbezug der seitlichen Gassen

## 8 Fazit und Empfehlungen

Liestal ist das regionale Zentrum mit hervorragenden ÖV-Anbindungen und gemessen an der Einwohnerzahl überdurchschnittlich vielen Arbeitsplätzen. Im Vergleich zu den grossen Zentren wie Zürich oder Basel hat Liestal ein tieferes Mietpreisniveau bei den Verkaufsflächen. Dadurch eröffnen sich Chancen für neue Nutzungen und Formate.

Liestal verfügt über ein breites Angebot, das in Bezug auf den Erlebnisfaktor möglicherweise einen Erneuerungsbedarf aufweist. Das Potenzial der Altstadt von Liestal kann durch die Optimierung der Verbindung zwischen dem Bahnhof und dem Stedtli, die Ansiedlung von Verkauf und Gastro/Kultur in höheren Segmenten, den Fokus auf Erlebnisfaktor und eine koordinierte Abstimmung des Angebotes auf die verschiedenen Zielgruppen besser ausgeschöpft werden.

### 8.1 Die wichtigsten Handlungsfelder

Für die Rathausstrasse werden die folgenden Handlungsfelder evaluiert. Mögliche Massnahmen und Ideen sind im Einzelnen zu prüfen.

#### **Diversifizierung und Authentizität der Angebote**

Verschiebung des Nutzungsmix weg von der reinen Verkaufsstrasse hin zu einem «Urban Entertainment Center» mit einem Gesamtkonzept, bei dem das Erlebnis im Vordergrund steht. Mehr Authentizität, mit lokalen Produkten und Herstellern. Hybride Nutzungen mit Verkauf, Produktion und Kultur an einem Standort.

#### **Modernisierung des Gastronomieangebotes**

Aufnahme von aktuellen Trends mit kürzerer Warte- und Bedienungszeit, Take-Away-Möglichkeiten sowie einer frischeren und leichteren Auswahl. Synergien zwischen Gastronomie, Retail und Freizeit als Mehrwert.

Konzepte für unterschiedliche Tageszeiten und Zielgruppen wie zum Beispiel Beschäftigte am Mittag, Nachtschwärmer und teilweise Beschäftigte am Abend, Familien und Tagestouristen am Wochenende.

#### **Attraktionen fördern und Leben in die Rathausstrasse bringen**

Attraktionen zum Beispiel in Form eines Lunch Marktes oder eines Street Food Festivals als Ergänzung zum Gemüse- und Bauernmarkt. Mehr Leben in die Rathausstrasse bringen.

Bestimmung eines Koordinators bzw. eines Kurators, der die Aufgaben des «Center Managements» ausführt, die verschiedenen Akteure der lokalen Gewerbe, die Stadt und den Tourismus sowie die Eigentümer zusammenbringt.

### **Verbindung zum Bahnhof und Optimierung der Aufenthaltsqualität und Parkplatzsituation**

Ziel ist, das Stedtli zu öffnen und die Zugänge zum Bahnhof und zum Wasserturmplatz zu akzentuieren. Durch eine grosszügige unterirdische Verbindung, eine Art verlängerter Arm des Bahnhofs soll das Stedtli näher an den Bahnhof gebracht werden. Dadurch sollen die Pendler in die Altstadt geholt werden.

Hinsichtlich der künftigen Planungen ist die Konkurrenz ausserhalb der Altstadt nicht zu fördern. Die Verkaufsflächenentwicklung beim Bahnhof ist auf Reisende zu beschränken. Um die Rathausstrasse zu beleben ist es zudem zwingend, mit planerischen Mitteln Parkplätze in direkter Nähe zur Altstadt anzuordnen.

## **8.2 Allfälliges weiteres Vorgehen**

### **Zusammenbringen der Akteure**

Bestimmung eines Projektteams bestehend aus Vertreter der Interessensgruppen (Stadt, Eigentümer, Gewerbe, evtl. weitere). Beizug Experten: z.B. Center Manager, Gastrospezialist und Verkehr/PP.

### **Besichtigung von Referenzbeispielen**

Geführte Besichtigung von gelungenen Beispielen/Konzepten wie die Altstadt von Solothurn, Burgdorf und Baden sowie die Sihlcity in Zürich. Austausch mit den Verantwortlichen vor Ort. Organisation der Besichtigung und Aufbietung der Verantwortlichen.

### **Massnahmenpaket bestimmen mit Diskussion Kosten/Nutzen**

In Absprache mit den Grundeigentümern und den Mietern, der Stadt und dem Gewerbeverband sowie dem Tourismus ist ein Massnahmenpaket zu schnüren. Zusammentragen der Erkenntnisse und Diskussion von Kosten und Nutzen. Entscheidung über die Stossrichtung für das weitere Vorgehen durch das Projektteam. Bestimmung von Zuständigkeit, Budget und Terminen.

Wüest & Partner kann in allen Phasen Unterstützung anbieten.