

Leitbild Zentrum Oberwetzikon



Die lebendige Innenstadt.

Version 2, 6. Oktober 2010

1. Vorwort und Hintergründe	3
2. Organisation und Verfahrensablauf	4
3. Aufbau des Leitbildes	5
4. Leitsätze zur Wetziker Innenstadt	6
4.1 Einkaufen in der Innenstadt	7
4.2 Innenstadt als Begegnungszentrum	8
4.3 Freizeit und Shoppingtainment in der Innenstadt	9
4.4 Kunst und Kultur in der Innenstadt	10
4.5 Wohnen und Arbeiten in der Innenstadt	11
4.6 Image und Kommunikation der Innenstadt	12
5. Umsetzung und Kontrolle der Leitbildinhalte	14
6. Projektorganisation und Beteiligte	15
7. Anhang	16
7.1 Anhang 1 - Leitbild Stadtentwicklung des Gemeinderates	16
7.2 Anhang 2 - Zentrale Handlungsfelder	17
7.3 Anhang 3 – Innenstadt-Impressionen	18

Vorwort

Die Wetziker Innenstadt ist das Spiegelbild der historischen Entwicklung der Stadt Wetzikon. Entstanden aus dem Zusammenschluss von sieben autonomen Dorfgemeinden, fehlen Wetzikon historisch gewachsene Strukturen, welche die Innenstadt definieren.

Trotz dem überdurchschnittlichen Bevölkerungswachstum der letzten Jahre ist die Eigenständigkeit der Quartiere in den Köpfen der Bevölkerung noch immer stark verankert. Fast jede Dorfgemeinschaft in Wetzikon besitzt ein eigenes Zentrum, eigene Vereine, eigene Einkaufsmöglichkeiten, ein eigenes Dorfleben. Diese Sichtweise hat bisher zu vielen Diskussionen geführt und die Bildung eines von der Allgemeinheit anerkannten Zentrums erschwert.

Das öffentliche Leben spielt sich insbesondere in Unterwetzikon und Oberwetzikon ab, wobei an der Peripherie zunehmend multizentrale Strukturen entstehen (Lidl, BurgerKing & Co.). Im Leitbild zur Stadtentwicklung vom 30.4.2008 definierte der Gemeinderat Unterwetzikon als regionalen Verkehrsknoten mit Sport- und Freizeitangeboten, mit regionaler Infrastruktur wie Messen und Hotel und Oberwetzikon als Aufenthaltsraum, Einkaufsort und Plattform für städtische Kulturanlässe. Das von der Stadtplanung entwickelte Räumliche Entwicklungskonzept REK für die Stadt Wetzikon basiert auf diesem Leitbild.



Die Standortförderung Wetzikon hat im Sommer 2009 eine Standortanalyse erstellt, Daraus wurde ein Stärken- und Schwächenprofil abgeleitet. In einer Analyse des Angebots-Mix entlang der Bahnhofstrasse wurde deutlich, dass in Oberwetzikon wichtige Voraussetzungen geschaffen werden müssen, um die Ansprüche an ein Innenstadtzentrum zu erfüllen. Mit dem Projekt „Belebung der Innenstadt“, das von allen grossen Organisationen von Wetzikon getragen wird, will die Stadt diesen Ansprüchen begegnen.

Impuls und Organisation

Im Herbst 2009 haben die Präsidenten des Gewerbevereins Wetzikon, von Wetzikontakt, dem Verband Wetziker Ortsvereine, der Unternehmervereinigung Wetzikon, der Wetziker Quartiervereine mit Unterstützung der Standortförderung Wetzikon den Arbeitskreis Innenstadt gebildet und die „Initiative zur Belebung der Wetziker Innenstadt“ ins Leben gerufen. Die Initiative will die Attraktivität von Oberwetzikon stärken und die Qualität der Wetziker Innenstadt für Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und Begegnungen massgeblich stärken.

Ziele der Initiative

- Steigerung Attraktivität und Belebung der Innenstadt
- Anziehungskraft der Innenstadt ausbauen und verbessern
- Attraktive Einkaufsmöglichkeiten in der Innenstadt sicherstellen
- Detailhandel stärken (Vermeidung Abwanderung an Peripherie)
- Leerständen und Verödung entgegenwirken
- Attraktiver Mix von Einzelhandel, Kultur, Gastronomie
- Stadtzentrum als Bühne vielfältiger Aktivitäten
- Die Innenstadt soll zum Einkaufen, Ausgehen und Verweilen einladen
- Auftritte und Projekte der lokalen Organisationen bündeln

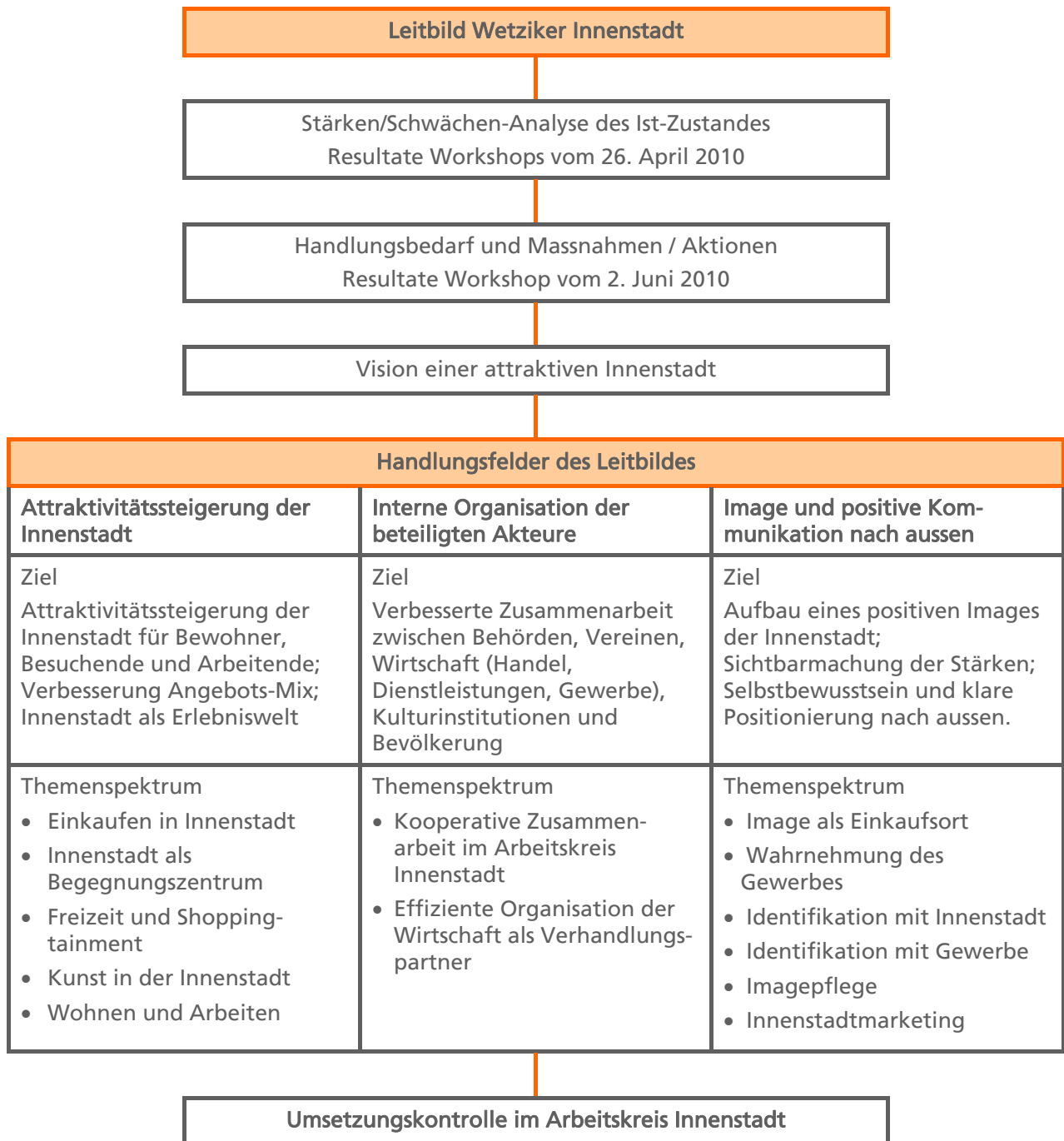
Kooperatives Vorgehen

Im Vorbereitungsworkshop vom 15.1.2010 hat der Arbeitskreis Innenstadt die Ziele der Initiative sowie den Perimeter der Aktivitäten bestimmt. Auch wurden die Personenkreise bestimmt, welche in den kooperativen Entwicklungsprozess einbezogen werden sollen. Als Basis diente eine Analyse des Detaillisten-Mix in der Innenstadt und an der Bahnhofstrasse.

Am ersten offenen Workshop vom 26.4.2010 beteiligten sich Vertreter des Fachhandels, des Planerkollegiums, der Parteipräsidenten-Konferenz sowie der Stadtplanung. In einer geführten 360-Grad-Analyse wurde ein Stärken-/Schwächenprofil der Innenstadt erstellt sowie der Handlungsbedarf aufgezeichnet. Dabei kamen erste Verbesserungsvorschläge zur aktuellen Situation zur Sprache.

Am zweiten Workshop vom 2.6.2010 wurden aufgrund der Resultate des ersten Workshops konkrete Ideen und Massnahmenvorschläge entwickelt und Arbeitskreise gebildet. Der erweiterte Teilnehmerkreis umfasste Immobilieneigentümer bzw. deren Vertreter sowie Vertreterinnen von kulturellen Organisationen. An einer Projektsitzung des Arbeitskreises Innenstadt vom 1.7.2010 wurden die Ideen und Massnahmenvorschläge auf ihre Realisierbarkeit und Wirkung überprüft. Dabei wurden das weitere Vorgehen und die Verantwortlichen für die Umsetzung der Projekte bestimmt.

3. Aufbau des Leitbildes



- I **Einkaufen in der Innenstadt**

Die Wetziker Innenstadt besticht durch vielfältige Einkaufsmöglichkeiten. Die Einkaufsatmosphäre wird bestimmt durch attraktive Geschäfte, einen vielfältigen Angebots-Mix sowie ein zentrumsnahes Kernsortiment. Der Detailhandel legt Wert auf gepflegte Ladenlokale, einladende Schaufenster und angenehme Einkaufsatmosphäre. Einheitliche Ladenöffnungszeiten, gelegentliches Nachtshopping und ein ausreichendes Parkplatzangebot unterstreichen die Attraktivität der Innenstadt sowie des Detailhandels.
- II **Innenstadt als Begegnungszentrum**

Die Wetziker Innenstadt ist Begegnungszentrum und Mittelpunkt des öffentlichen Lebens. Ein breites Angebot an Restaurants, Kaffees sowie ein regelmässiges Freizeitangebot für Erwachsene und Kinder laden zum Bummeln und Verweilen ein. Die Plätze in der Innenstadt werden regelmässig als Plattform für Märkte und Begegnungen genutzt.
- III **Freizeit und Shoppingtainment**

Der öffentliche Raum in der Innenstadt bildet den Rahmen für vielfältige Aktivitäten. Um die Attraktivität der Innenstadt zu stärken, werden Freizeit und Einkauf zu einem Erlebnis (Shoppingtainment) verbunden. Ein Freizeitprogramm, vielfältige Aktivitäten und Attraktionen für Jung und Alt sollen zu allen Jahreszeiten die Innenstadt beleben.
- IV **Kunst und Kultur in der Innenstadt**

Die Wetziker Innenstadt bildet den Schauplatz für das kulturelle und öffentliche Leben. Öffentliche Plätze bieten Freiraum für kulturelles und künstlerisches Schaffen. Angestrebt wird eine engere Zusammenarbeit mit Kunst- und Kulturschaffenden und kulturellen Organisationen, die mit spannenden Inszenierungen und Werken auf öffentlichem Raum für Aufmerksamkeit und Publizität sorgen und die Innenstadt beleben.
- V **Wohnen und Arbeiten**

Die Wetziker Innenstadt bietet eine hohe Lebens- und Arbeitsqualität. Das räumliche Nebeneinander von Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und öffentlichen Diensten wertet die Innenstadt auf. Dieser Mix muss erhalten bleiben. Voraussetzung sind die Sauberkeit von Strassen und Plätzen sowie mehr Leben in der Innenstadt auch abends.
- VI **Image und Kommunikation**

Die Wetziker Innenstadt wird als Zentrum empfunden, weil hier die Fäden von Einkauf, Verkehr und Verwaltung zusammen laufen. Die Innenstadt soll sich durch verstärkte Kommunikation selbstbewusst als urbanes Zentrum positionieren. Im Vordergrund stehen das Image von Wetzikon, die Vielfalt der Innenstadt, die Beliebtheit als Einkaufsstandort sowie die Identifikation der Bevölkerung. Der Arbeitskreis Image und Kommunikation schafft die Möglichkeit, ein eigentliches Innenstadtmarketing in die Wege zu leiten.

Leitsatz Die Wetziker Innenstadt besticht durch vielfältige Einkaufsmöglichkeiten. Die Einkaufsatmosphäre wird bestimmt durch attraktive Geschäfte, einen vielfältigen Angebots-Mix sowie ein zentrumsnahes Kernsortiment. Der Detailhandel legt Wert auf gepflegte Ladenlokale, einladende Schaufenster und eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Einheitliche Ladenöffnungszeiten, gelegentliches Nachtshopping und ein ausreichendes Parkplatzangebot unterstreichen die Attraktivität der Innenstadt sowie des Detailhandels.

Unterziel 1 Attraktivität der Geschäfte und vielfältigen Angebots-Mix

- Auf Angebots- und Detaillisten-Mix bei Vermietern einwirken (Standortprofil)
- Prämierung Schaufenster des Monats (lädt den Detailhandel zum Mitmachen und die Bevölkerung zum Bummeln ein)
- Angebot des Fachhandels wird transparent gemacht / kommuniziert
- Kundenbindemassnahmen werden eingeführt

Unterziel 2 Vereinheitlichung und Ausweitung der Ladenöffnungszeiten

- Ladenöffnungszeiten über Mittag und am Abend vereinheitlichen
- Ladenöffnungszeiten am Abend erweitern, vereinheitlichen
- Gelegentliches Nachtshopping wird eingeführt

Unterziel 3 Schaffung und Sicherstellung Parkplatzangebot

- Die Stadt setzt sich für gute Verkehrserschliessung der Innenstadt ein*
- Die Stadt sorgt für ein Parkplatzangebot auf öffentlichem Grund*
- Die Stadt unterstützt private Investoren beim Bau von Parkhäusern*
- Parkplätze in Einkaufszentren sollen während 2 Std. kostenlos sein
- Aggressive Bussen-Politik in den Parkhäusern soll aufgehoben werden

* Diese Aufgaben werden von der Stadtplanung umgesetzt

4.2 Die Innenstadt als Begegnungszentrum

- Leitsatz** Die Wetziker Innenstadt ist Begegnungszentrum und der Mittelpunkt des öffentlichen Lebens. Ein attraktives Angebot an Restaurants, Kaffees sowie ein regelmässiges Freizeitangebot für Erwachsene und Kinder laden zum Bummeln und Verweilen ein. Die Plätze in der Innenstadt werden regelmässig als Plattform für Märkte und Begegnungen genutzt.
- Unterziel 1** Schaffung eines attraktiven Angebots an Restaurants, Kaffees
- Das Angebot an Betrieben des Gastgewerbes, insbesondere von Kaffees, Weinlokalen und heimeligen Beizen, in der Innenstadt wird gefördert
- Unterziel 2** Plätze in der Innenstadt als Plattform für Begegnungen
- Öffentliche Plätze werden übers ganze Jahr für Aktivitäten genutzt
 - Vorplatz der Alten Turnhalle wird belebt und neu gestaltet (z.B. Brunnen)
 - Mit Projekt „Erlebnisbänkli“ wird die Aufenthaltsqualität verbessert (Wetzikontakt)
- Unterziel 3** Schaffung von Aktivitäten für Begegnungen
- Das Angebot an Themenmärkten wird aktiv gefördert
 - An Samstagen wird ein Kinderhort vor oder in der Alten Turnhalle angeboten
 - Unterhaltungsangebot im Freien wird gefördert, z.B. Musik, Theater ...
 - Bei grossen Sportveranstaltungen wird Public Viewing eingerichtet
 - Im Winter entsteht ein Eisfeld auf dem Leueplatz
 - Weihnachtsmarkt wird auf Coop-Vorplatz (Event in Kirche) durchgeführt

4.3 Freizeit und Shoppingtainment in der Innenstadt

Leitsatz Der öffentliche Raum in der Innenstadt bildet den Rahmen für vielfältige Aktivitäten. Um die Attraktivität der Innenstadt zu stärken, werden Freizeit und Einkauf zu einem Erlebnis (Shoppingtainment) verbunden. Ein Freizeitprogramm, vielfältige Aktivitäten und Attraktionen für Jung und Alt sollen zu allen Jahreszeiten die Innenstadt beleben.

Unterziel 1 Förderung der Attraktivität der Innenstadt

- Sicherstellen eines attraktiven Freizeit- und Unterhaltungsangebotes zu allen Jahreszeiten und auch nach Ladenschluss

Unterziel 2 Des Einkaufserlebnis steigern

- Monatlich wird ein Wetziker Einkaufstag mit Attraktionen für Gross und Klein durchgeführt (vgl. Freizeitprogramm unten)
- Für die Kleinen wird ein Kinderland mit Gumpi-Zelt, Kasperli-Theater, Planschbecken, Spielen angeboten (vgl. Vorschlag Kinderhort, Kap. 4.2 Kinderhort)

Unterziel 3 Freizeitprogramm mit vielfältigen Aktivitäten

- Im Sommer findet in der Innenstadt ein Gauklerfestival mit Künstlern, Strassenmusikanten, Drehorgeln, Clowns, Rössli-Karussell statt
- Ein Mal jährlich findet ein kulturelles Festival mit Esständen von in Wetzikon wohnhaften Auslandfamilien statt (z.B. Foodfestival)
- Zum Oktober-Fest wird jeweils ein Biergarten mit Zelt aufgestellt
- Während der Fasnacht werden Guggenmusig-Konzerte auf öffentlichen Plätzen aufgeführt
- Es finden mindestens zwei Mal jährlich Flohmärkte statt

Leitsatz Die Wetziker Innenstadt bildet den Schauplatz für das kulturelle und öffentliche Leben. Öffentliche Plätze bieten Freiraum für kulturelles und künstlerisches Schaffen. Angestrebt wird eine engere Zusammenarbeit mit Kunst- und Kulturschaffenden und kulturellen Organisationen, die mit spannenden Inszenierungen und kulturellem Schaffen auf öffentlichem Raum für Aufmerksamkeit in und um Wetzikon sorgen.

Unterziel 1 Ausbau des kulturellen Angebots

- In der Innenstadt werden auf öffentlichem Raum Anlässe mit Auftritten von Orchestern, Instrumentalisten und Chören durchgeführt (ev. mit Klavierdarbietungen auf Lastwagen)
- Ein, zwei Mal jährlich findet ein Künstler- / Kultur-(Tausch)-Markt statt
- Ein historischer Jahrmarkt mit lokalen Anbietern, wie im Mittelalter gekleidet, wird ein Mal jährlich durchgeführt

Unterziel 2 Freiräume für Wetziker Künstler schaffen

- In leer stehenden Geschäftslokalen werden sporadisch Vernissagen und Kunstausstellungen von lokalen/regionalen Künstlern oder Kunsthandwerkern durchgeführt
- Es finden Wettbewerbe zur Verschönerung der Innenstadt durch Skulpturen statt

Unterziel 3 Kreative Kreiselbewirtschaftung

- Für die Kreiselbewirtschaftung besteht ein eigenes Kreiselkonzept. Gestaltung nur in Koordination mit der Stadt möglich.

Unterziel 4 Bekanntmachung des kulturellen Angebots

- An zentralen Lagen in der Innenstadt werden Veranstaltungs-Säulen aufgestellt, auf denen öffentliche Veranstaltungen ausgeschrieben werden

Unterziel 5 Verbesserung des Stadtbildes rund um den Kirchenpark

- Die Bäume im Kirchenpark werden zurückgestutzt, um die Sicht auf Kirche und Innenstadt zu öffnen*
- Der Kirchenpark wird mit Wasserspielen aufgewertet*
- Der Schlosspark soll abends (ev. nachts) durch Licht erhellt und besser sichtbar gemacht werden**

* Diese Aufgaben werden von der Stadtplanung umgesetzt (vgl. Konzept Stadtzentrum Oberwetzikon)

** Schloss in Privatbesitz. Massnahme nur in Absprache mit Eigentümer möglich.

Leitsatz Die Wetziker Innenstadt bietet eine hohe Lebens- und Arbeitsqualität. Das räumliche Nebeneinander von Wohnen, Arbeiten, Einkaufen und öffentlichen Diensten wertet die Innenstadt auf. Dieser Mix muss erhalten bleiben. Voraussetzung sind die Sauberkeit von Strassen und Plätzen sowie eine Belebung der Innenstadt auch abends.

Unterziel 1 Attraktivität der Innenstadt

- Arbeitsplätze in der Innenstadt bleiben erhalten oder werden vermehrt
- Für ein uneingeschränktes Surfen werden Internet-Hotspots in der Innenstadt eingerichtet
- Das Angebot an Mittagsverpflegungen ist n.M. zu verbreitern
- Das Angebot an Treffpunkten an Abenden soll ausgebaut werden

Unterziel 2 Sicherheit und Sauberkeit gewährleisten

- Massnahmen für die Sicherheit von Bewohnerinnen und Bewohnern in der Innenstadt wird grosses Gewicht beigemessen
- Die Zahl der Abfallbehälter in der Innenstadt wird vergrössert

Unterziel 3 Gegenseitige Toleranz bei Störungen und Immissionen

- Konflikte über die Nutzung öffentlichen Räumen sind tolerant zu lösen, wobei in der Innenstadt die Bedürfnisse der Bewohner stärker zu gewichten sind

Unterziel 4 Breite Abstützung in der Bevölkerung

- Zur Gewährleistung einer breiten Abstützung der vorgeschlagenen Massnahmen wird eine Gruppe „IG Innenstadt“ gegründet

Leitsatz Wetzikon und insbesondere die Innenstadt werden als Zentrum empfunden, weil hier die Fäden von Einkauf, Verkehr und Stadtverwaltung zusammen laufen. Die Wetziker Innenstadt soll sich durch verstärkte Kommunikation selbstbewusst als urbanes Zentrum positionieren. Im Vordergrund stehen das Image von Wetzikon, die Vielfalt der Innenstadt, die Beliebtheit als Einkaufsstandort sowie die Identifikation der Bevölkerung mit Wetzikon. Der Arbeitskreis Image und Kommunikation schafft die Möglichkeit, ein eigentliches Innenstadtmarketing in die Wege zu leiten.

Unterziel 1 Positives Bild der Stadt kommunizieren

- Eine Kommunikationsstrategie für den Aufbau eines positiven Images der Innenstadt wird entwickelt und in der Agglomeration kommuniziert
- Koordination und Verstärkung der innenstädtischen und gesamtstädtischen Kommunikationsmassnahmen unterschiedlicher Akteure
- Sicherstellung eines einheitlichen Auftrittes in der Kommunikation
- Umarbeitung der Corporate Identity hin zu einem Selbstverständnis als moderne Stadt mit attraktiver Innenstadt sowie als dynamischer Ort innerhalb der Region
- Die Innenstadt wird in einer Broschüre attraktiv dargestellt und darin durch Erlebnispfade visualisiert

Unterziel 2 Aufwertung des Bestehenden

- Wetzikon wertet seine Attraktionen in der Innenstadt auf
- Laufende und geplante Events beleben den Kultur- und /Einkaufstourismus
- Besucher werden über Werbung animiert, die vielfältigen Aspekte der erweiterten Innenstadt zu erleben
- Historisches wird hervorgehoben und mit Leben erfüllt
- Strassen vermehrt als attraktiven Raum für Events nutzen

Unterziel 3 Kaufkraft nach Wetzikon zurückgewinnen

- Appell und Motivation der Wetziker für das Wetziker Gewerbe: „Wetziker kaufen in Wetzikon“
- Gemeinsame Werbung für Wetzikon auf Fahrzeugen prüfen
- Beeinflusser wie Migros, Coop und Immobilienbesitzer als Promotoren gewinnen

Unterziel 4 Innenstadt als Besuchermagnet

- Es werden koordinierte Angebote/Spezialangebote geschaffen (GVW)
- Zusatzservices wie Kinderhütedienst, Hauslieferservice werden angeboten

Unterziel 5 Koordination der Aktivitäten in der Innenstadt

- Im Arbeitskreis Image und Kommunikation werden Veranstaltungsideen verabschiedet, welche in kurzer Zeit und mit vernünftigem Aufwand realisiert werden können
- Für potenzielle Veranstalter gibt es eine Anlaufstelle. Die Veranstaltungen in der Innenstadt werden räumlich und zeitlich aufeinander abgestimmt.

- Leitsatz** Ob die Bemühungen zur Belebung der Innenstadt von Erfolg gekrönt sein werden, soll anhand von entsprechenden Indikatoren geprüft werden. Diese Aufgabe obliegt dem Arbeitskreis Innenstadt. Sie hat dem Arbeitskreis alljährlich über die Entwicklung dieser Indikatoren Bericht zu erstatten.
- Rahmengrössen** Oberziel des Projektes ist die Belebung und Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt für die ansässigen Bewohnerinnen und Bewohner, Firmen und die Besucher (aus der Region) der Innenstadt. Um den Erfolg der ergriffenen Massnahmen messen zu können, sollten gewisse Rahmengrössen regelmässig erhoben und veröffentlicht werden. Diese sind in der Tabelle auf der folgenden Seite aufgeführt.
- Geschäftskontrolle** Darüber hinaus soll jedes in Angriff genommene Projekt, sei dies eine kleine Sofortmassnahme, eine mittelfristige Massnahme oder ein grösseres Projekt, auf das eine spezielle Arbeitsgruppe angesetzt wird, folgende Anforderungen erfüllen:
- Die projektverantwortliche Personen müssen klar bezeichnet werden
 - Mess- und Erfolgsgrössen müssen spezifiziert und zu erreichende Ziele vorgegeben werden
 - Das Projekt ist genau zu terminieren, grössere Projekte sind zusätzlich zu etappieren
 - Der Arbeitskreis Innenstadt ist laufend über den Projektstand zu informieren
- Dem Arbeitskreis Innenstadt obliegt die Geschäfts- und Terminkontrolle. Er informiert Gemeinderat und Verwaltung jährlich über den aktuellen Stand der Massnahmen. Die Messgrössen und Instrumente werden nach Festlegung der Massnahmen im Detail noch bestimmt.
- Medienarbeit** Wünschenswert ist zudem eine Analyse der Presseveröffentlichungen und Werbeaktionen, Inserate im Hinblick auf die Ziele „Bekanntheitsgrad“ und „Imageaufwertung“. Überdies ist durch den Arbeitskreis Innenstadt sicher zu stellen, dass Konflikte in den eigenen Reihen besprochen werden und nicht an die Öffentlichkeit gelangen.

6. Projektorganisation und Beteiligte

Arbeitskreis Innenstadt (Steering Komitee)

William Penn, Präsident Gewerbeverein

Remo Vogel, Präsident Wetzikontakt

Hans-Jörg Schwyter, Präsident Verband Wetziker Ortsvereine

Erich Huber, Präsident Wetziker Quartiervereine

Urs Seitz, Präsident Unternehmervereinigung Wetzikon

Adrian Ebenberger, Standortförderung Wetzikon (Koordination)

Urs Fischer, Gemeindepräsident, erweiterter Ausschuss

Marcel Peter, Gemeindeschreiber, erweiterter Ausschuss

Arbeitskreis 1 „Einkaufen in der Innenstadt“

William Penn (Leitung)

Pietro Schiavone

Arbeitskreis 3 „Wohnen und Arbeiten“

Beat Meier (Leitung)

Arbeitskreis 2 „Innenstadt als Begegnungszentrum“, „Freizeit und Shoppingtainment“, „Kunst und Kultur“

Hans-Jörg Schwyter (Leitung)

Christian Davatz

Erich Huber

Raffaele Ferrari

Arbeitskreis 4 „Image und Kommunikation“

Remo Vogel (Leitung)

Adrian Ebenberger

Sonstige Beteiligte

Peter Cammerer, Immosuisse (Zentrum Möwe)

Hubert Rüegg, Präsident Parteipräsidenten-Konferenz

Max Huber, Vizepräsident Verband Wetziker Ortsvereine

Patrick Neuhaus, Stadtplaner Wetzikon

Roberto Menghini, Planerkollegium Wetzikon

Richard Sattler, Planerkollegium

Hans Tobler, Wetzikontakt

Marianne Brutsche, Gewerbeverein Wetzikon

Pietro Schiavone, Gewerbeverein Wetzikon

Simone Ferrazzini, Nova Buchhandlung

Erik Rödiger, Rösli Optik

Protokoll:

Adrian Ebenberger

Standortförderung Wetzikon

Bahnhofstrasse 198, 8620 Wetzikon


Telefon 044 931 23 89

adrian.ebenberger@wetzikon.ch

Auszug aus dem vom Gemeinderat verabschiedeten Leitbild Stadtentwicklung (30.4.2008)

Stadtzentrum Oberwetzikon	Funktionales, urbanes Unterwetzikon
<ul style="list-style-type: none">. <u>Einkaufsort</u> mit breitem Warenangebot. Plattform für städtische Kulturanlässe. Zentrum zum Wohnen, Arbeiten, Leben. Aufenthaltsqualität im Aussenraum und Stadtraum. Belebter <u>Begegnungsort</u> von 8 - 24 h. In Stadtstruktur/-erschliessung optimal eingebunden	<ul style="list-style-type: none">. Regionaler Verkehrsknoten von Bahn, Bus und Auto. Ein urbaner Ort. Sport- und Freizeitangebote für Region. Regionale Infrastruktur mit Messen, Hotel. Austragungsort für regionale Grossanlässe. Dynamisch und wandelbar. Standort zum Arbeiten

<p>Städtebauliche Faktoren Öffentliche Stadtraumgestaltung Architektonischer Charakter Wirkung historische Gebäude Plätze und Parks Orientierung für Fussgänger Beleuchtung, Lichtarchitektur</p>	<p>Attraktivität und Aufenthaltsqualität Kultureller, historischer Reiz Einkaufsstrassen, Fussgängerzonen Bäume und Grünflächen Einladung zum Bummeln Möblierung (Sitzgelegenheiten u.a.) Marktplatz Wetzikon Atmosphäre der kurzzeitigen Erholung</p>	<p>Erreichbarkeit Öffentlicher Nahverkehr Motorisierter Individualverkehr Zu Fuss, Fahrrad Parkplatzangebot und Kosten Verkehr in Innenstadt Attraktivität Strassenraum</p>	<p>Sicherheit und Sauberkeit Sicherheitsgefühl in Innenstadt Sicherheitsgefühl Innenstadt Abend Sicherheitsgefühl um Bahnhof</p>
<p>Image und Kommunikation Image Wetziker Innenstadt Image als Einkaufsort Wahrnehmung Wetziker Gewerbe Identifikation mit Innenstadt Identifikation mit Gewerbe Kommunikation nach aussen</p>	<p>Wahrnehmung der Innenstadt 360° Sicht</p>		<p>Einkauf Einkaufsatmosphäre Innenstadt Attraktivität Geschäfte Angebots-Mix Zentrumsrelevantes Kernsortiment Dienstleistungsangebote Einheitliche Ladenöffnungszeiten Nachtsopping und Themenmärkte</p>
<p>Innenstadt als Begegnungszentrum Mittelpunkt des öffentlichen Lebens Events in der Innenstadt Heimelige Atmosphäre hist. Kulissen Strassenkaffees mit Ambiente Weinlokale und Beizen Gehobene Gastronomie Märkte in der Innenstadt</p>	<p>Freizeit und Shoppingtainment Verbindung Einkauf, Freizeit, Erlebnis Angebot an Freizeit und Gastronomie Spassfaktor beim Einkauf Bühne vielfältiger Aktivitäten (Events) Begegnungsmöglighk. für Menschen Aufenthaltsräume für Kinder</p>	<p>Kunst in der Innenstadt Angebot an Kunst, Kultur, Kommerz Kulturelle Veranstaltungen Junge Angebote (Theater, Kino) Spannende Inszenierungen Skulpturen, Denkmäler Brunnen, Fassaden Kunst am Bau</p>	<p>Wohnen und Arbeiten Arbeitsplätze in Innenstadt Wahrnehmung Arbeitsplätze Innerstädtisches Wohnen Sauberkeit der Innenstadt Sauberkeit um VZO Haltestellen</p>

 Die in Blau hinterlegten Themen werden von Stadt/Stadtplanung behandelt

6.3 Anhang 3 – Innenstadt-Impressionen



Lichtpfad



Schaufensterwettbewerbe



Spezialmärkte



Leerstandsmanagement



Gauklerfestival

