



Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

Beilagen zum Abschlussbericht

März 2017



Inhaltsverzeichnis

• Pflichtenheft Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung	3
• Marktanalyse Buttisholz	9
• Marktanalyse Buttisholz Nachtrag	75
• Zusammenfassung Resultate aus öffentlicher Veranstaltung vom 2. November 2016.....	85
➤ Einkauf / Detailhandel	85
➤ Wohnen und öffentliche Bedürfnisse.....	87
➤ Verkehr und freie Räume.....	90
• Vorgehensvorschlag und Vorgehenskonzept Fachgremien.....	93



Buttisholz

Objekt Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
 6018 Buttisholz

Datum Buttisholz, 02. Juli 2015

Pflichtenheft Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

- A) Grundlagen
- B) Auftragsformulierung Gemeinderat
- C) Allgemeine Auftragsformulierung Arbeitsgruppe
Zentrumsentwicklung
- D) Arbeitsgruppenziele und -erwartungen
- E) Auftragsformulierung Präsident Arbeitsgruppe
Zentrumsentwicklung
- F) Auftragsformulierung Gemeinderatsvertretung und
Verwaltungsvertretung
- G) Spezielles

Zusammensetzung Arbeitsgruppe

Präsident/Informationsdelegierter Walter Koch
Gemeinderat Roland Bühler, Gemeinderat Bau
Verwaltung/Protokoll Reto Helfenstein, Geschäftsführer
Controllingkommission Arthur Schürmann (Doppelmandat)
CVP Ortspartei Helene Affentranger-Aregger
FDP Ortspartei Arthur Schürmann (Doppelmandat)
SVP Ortspartei Marcel Tschopp
GAB Norbert Aregger
Allgemeine Vertretung Anita Hodel

Beratende Funktionen

Spezialfirmen nach Bedarf, z.B.
- Ortsplaner Planteam S AG, Roger Michelon
- Bauberatung Patrik Ziswiler
- Denkmalpflege Luzern Marcus Casutt

Die Personen mit beratenden Funktionen nehmen nach Bedarf beratend an der Sitzung der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung teil.

Das Protokoll wird von Reto Helfenstein und bei dessen Abwesenheit von seinem/seiner Stellvertreter/in geschrieben.

Jedes Arbeitsgruppenmitglied besitzt ein Stimmrecht. Der Präsident hat den Stichentscheid.

A Grundlagen

- 1994
 - Baubauungsplan/Baulinienplan Ortskern, beschlossen an der Gemeindeversammlung vom 12.12.1994
- 1995
 - Botschaft Gemeindeversammlung vom 30.11.1995 zum Tauschgeschäft Gass
- 2000
 - Studienauftrag Planung Dorfbereich Buttisholz

B Auftragsformulierung Gemeinderat

2003

- Leitbild Verkehrs- und Siedlungsentwicklung Buttisholz

2005/2006

- Ortsplanung Gesamtrevision mit Strategie räumliche Entwicklung inkl. Art. 27 Konkurrenzverfahren
- Kommunalen Erschliessungsrichtplan

2007

- Variantenstudie Bushaltestellen im Dorf

2009

- Rechtsabklärung Servitut

2012/2013

- Richtplan Dorfzentrum inkl. Verkehrs- und Siedlungskonzept zum Richtplan und Siedlungskonzept Areal Gass

2014

- Verbal GV 2014 – Budgetbeitrag Fr. 20'000.00 für das Jahr 2015
Diskussionsgrundlagen

2015

- Aktennotiz Erfa-Sitzung Gemeinde Eschenbach zum Verfahren Testplanung mit Beispiel Studienauftrag "Oberdorf" in Eschenbach vom 23.01.2015
- Projektentwicklungsvorschlag Gass der Firma Planteam S AG vom 25.02.2015
- Dokumentation Fachtagung Dorfkernentwicklung vom 13.05.2015
- Pilotprojekt Nachfragesicht der Siedlungsentwicklung nach innen (je nach Projektstand; Start Sommer 2015)

Diverses

- Zeitungsartikel zu Zentrumsentwicklungen und -überbauungen

Der Gemeinderat trägt die Ergebnisverantwortung für das gesamte Projekt

1. Hauptaufgaben

- Wählt die Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
- Genehmigt das Pflichtenheft der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
- Kontrolliert die Einhaltung der vorgegebenen Projektziele (Leistungen, Kosten, Termine)
- Genehmigt Projektzielveränderungen
- Genehmigt Vergabeanträge der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
- Genehmigt allfällige Verträge mit Planern, Unternehmern und Lieferanten
- Gibt die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel frei
- Entscheidet in Sach-, Termin- und Kostenfragen, bei denen keine Einigung auf untergeordneter Stufe erzielt werden konnte.
- Genehmigt das Schlussfazit der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

C Auftragsformulierung Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

1. Unterstellung

Die Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung ist dem Gemeinderat unterstellt.

2. Zielsetzung allgemein

Die Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

- koordiniert die wirtschaftliche, qualitäts-, termin- und leistungsge- rechte Abwicklung des Projektes
- stellt die klare Abgrenzung von Aufgaben und Kompetenzen über alle Phasen des Projektes sicher

- sorgt für den Einsatz und die Motivation der Projektbeteiligten durch umfassende Information, Arbeitsvorbereitung und klare Auftragserteilung

3. Hauptaufgaben

- Die Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
- erhält von der Einwohnergemeinde den Budgetbetrag von maximal Fr. 20'000.00 für das Jahr 2015 zur eigenen Verfügung
 - ist verantwortlich für die übergeordnete Terminplanung
 - nimmt die allgemeine Koordination und Überwachung des Gesamtprojektes vor
 - definiert die Rahmenbedingungen und Voraussetzungen für den Einsatz der Auftragsnehmer und für die Realisation des Planungsberichtes
 - delegiert die fachtechnische Begleitung der Projektabwicklung bei Bedarf
 - stellt die Leistungsüberwachung und die Qualitätskontrolle sicher
 - bestellt und betreibt die übergeordnete Kostenplanung/-überwachung
 - führt rechtzeitig nötige Entscheide des Gemeinderates herbei
 - prüft Spar- und Vereinfachungsmöglichkeiten
 - führt das Projektänderungswesen und stellt gegebenenfalls Antrag an den Gemeinderat
 - stellt die Öffentlichkeitsarbeiten sicher

4. Kompetenzen

- Die Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
- beschliesst in Zusammenarbeit mit allfälligen Fachplanern die Vorgehensweise in der Kommission
 - erteilt den Fachplanern Aufträge und gibt ihnen die dazu notwendigen Kompetenzen im Rahmen des Budgets
 - prüft Projektänderungen und stellt dem Gemeinderat, wenn ausserhalb des bewilligten Kostenvoranschlages, Antrag auf Genehmigung
 - prüft allfällig von Fachplanern bereinigte Offerteingaben und vergibt die Aufträge im Rahmen der festgelegten Kompetenzen oder stellt den Vergabeantrag an den Gemeinderat

5. Arbeitsvergabe

Sämtliche Beschaffungen/Aufträge erfolgen gemäss interkantonaler Vereinbarung über das öffentliche Beschaffungswesen IVöB vom 25.11.1994/ 15.03.2001 und deren Vollzugsverordnung.

Vergabeanträge werden zu Händen des Gemeinderates gestellt; auch für Aufträge, die im Kostenvorschlag nicht formuliert sind. Für den Vollzug sind der Präsident und der Vertreter des Gemeinderates verantwortlich.

6. Visierung

Die eingehenden Rechnungen werden durch den Präsidenten und den delegierten Gemeinderat Bau kontrolliert und visiert (Kollektivkontrolle). Die visierten Rechnungen werden an Reto Helfenstein zugestellt

7. Besonderes / Schweigepflicht

Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung haben die ihnen übertragenen Aufgaben gewissenhaft zu erledigen. Sie sind im Sinne des Amtsheimnisses zur Verschwiegenheit über sämtlichen Informationen verpflichtet, welche im Zusammenhang mit der vorliegenden Kommissionstätigkeit zukommen.

8. Entschädigung

Die Arbeitsgruppenmitglieder werden nach dem geltenden Vollzugsabschluss Nr. 1 zur Personal und Besoldungsverordnung entschädigt.

Funktion	bis 3 Stunden	über 3 Stunden	ganzer Tag/8 Stunden
Präsident	Fr. 80.00	Fr. 120.00	Fr. 240.00
Protokollführer	Fr. 80.00	Fr. 120.00	Fr. 240.00
Mitglieder	Fr. 50.00	Fr. 90.00	Fr. 240.00

Fahr- und Verpflegungsspesen, die sich ausserhalb der Gemeinde ergeben, werden nach Aufwand zurück erstattet. Die Entschädigung pro km beträgt Fr. 0.65 (Ansatz wie bei der Steuererklärung).

D Arbeitsgruppenziele und -erwartungen

- Haltung der Arbeitsgruppe zum alten Bauernhaus Gass (Status: Erhaltenswert)?

Hauptziel: Zentrumsentwicklung

- Auslegeordnung ist erstellt
- Eine Marktanalyse ist erstellt
- Weiteres Vorgehen ist beschlossen
- Bei der Bevölkerung ist eine grosse Akzeptanz vorhanden

Allgemeine Fragestellungen

- Die Arbeitsgruppe würdigt die bisherigen Planungsarbeiten und baut auf diesen Planungsarbeiten auf. Das gegenseitige Wissen wird allen Kommissionsmitgliedern offen zur Verfügung gestellt.
- Braucht es eine Dorfkernentwicklung überhaupt und weshalb? Ist eine Dorfkernbelebung für die Zukunft nötig? Wo sind in unserer Gemeinde im Dorfkern die grössten Defizite bzw. die wichtigsten Herausforderungen für die Zukunft?
- Wie stellt sich die Arbeitsgruppe das ideale und optimale Dorfzentrum in 15 Jahren (2030) vor? Gibt es Referenzgemeinden mit guten Beispielen?
- Lohnt sich eine Dorfkernentwicklung aus finanzieller Perspektive für den Gemeindehaushalt überhaupt?
- Welche Möglichkeiten gibt es um die notwendigen Investitionen zu reduzieren und was für Finanzierungsoptionen gibt es? Soll sich die Einwohnergemeinde als zukünftige Investorin beteiligen?
- Gilt es wichtige Punkte für die nächste Ortsplanungsrevision zu berücksichtigen (z.B. Verdichtung), welche auf die weitere Zentrumsplanung einen Einfluss haben?
- Gibt es Stolpersteine und wie können solche Stolpersteine vermieden werden?

Hauptfragestellungen

- Muss es noch Detaillisten für den täglichen Gebrauch im Dorfzentrum geben? Wenn ja, wo wären solche Standorte idealerweise möglich? Was sind die Vor- und Nachteile dieser Standorte?
- Wo sieht die Arbeitsgruppe den grössten Handlungsbedarf mittelfristig für einen attraktiven Dorfkern und eine positive Zukunftsentwicklung? Gibt es Lösungsansätze?
- Soll der öffentliche Bushaltestellenbetrieb auf lange Sicht auf der Chäsistrasse bleiben oder auf die Liegenschaft Gass verschoben werden? Die Aussage ist zu begründen.
- Sind öffentliche Tiefgaragenparkplätze ein Thema? Wenn ja, wo? Kann sich die Gemeinde eine solche Finanzierung leisten? Wo machen öffentliche Parkplätze für Velos und Kleinmotorfahrzeuge Sinn?
- Gibt es ein öffentliches Interesse an einer aktiven Entwicklung auf der Liegenschaft Gass? Soll die Planung einer Zentrumsüberbauung angegangen werden und wenn ja mit welchem Zeithorizont? Wie könnte ein Raumnutzungsmix aussehen? Welche eigenen Bedürfnisse hat die Einwohnergemeinde?
- Mit welchem Planungsinstrument soll der Gemeinderat weiterfahren bzw. welche nächsten Schritte soll der Gemeinderat beschreiten? Zum Beispiel Projektwettbewerb (SIA 142, offenes Verfahren, anonymes Verfahren); Studienauftrag (SIA 143); Direktauftrag (z.B. Testplanung), usw.?
- Soll eine Umzonung der noch nicht eingezonten Fläche auf der Liegenschaft Gass in Angriff genommen werden?
- Wann soll welches Teilprojekt in Angriff genommen werden?

- Festlegung Projektperimeter Zentrumsüberbauung Gass mit sämtlichen Einflussfaktoren

Nebenkpunkte

- Mit wichtigen und direkt involvierten Grundstückbesitzern wird das persönliche Gespräch geführt
- Die Arbeitsgruppe informiert die Öffentlichkeit laufend (mindestens alle 6 Monate) über ihren Planungsstand
- Informationen von aussenstehenden Personen, Kommissionen, Interessenvertretungen und Parteien werden in die Arbeitsgruppe getragen und diskutiert
- Die Anliegen der Bevölkerung, Kommissionen, Parteien oder sonstigen Interessengruppen werden abgeholt. Sie können sich an einem öffentlichen Anlass bzw. an öffentlichen Anlässen zum Thema äussern
- Im Bedarfsfall kann für die Projektplanung ein externes Fachbüro engagiert werden
- Die Bauberatung und die kantonale Denkmalpflege werden in das Projekt mit einbezogen (aktiv nach Bedarf)

E Auftragsformulierung Präsident Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

Der Präsident der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung koordiniert die Projektentwicklung gemäss Zielsetzung der Kommission Zentrumsentwicklung.

1. Hauptaufgaben

Der Präsident der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

- bereitet die Sitzungen zusammen mit dem zuständigen Gemeinderat Bau vor
- hat in Absprache mit der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung die Kompetenz für die Einleitung von Massnahmen oder Änderungen mit Kostenfolgen bis zu einem Betrag von Fr. 2'500.00 innerhalb des bewilligten Kostenvoranschlages von Fr. 20'000.00 (inkl. Arbeitsgruppenentschädigung).
- kann Sondermassnahmen anordnen
- ist Informationsorgan gegenüber der Öffentlichkeit

F Auftragsformulierung Gemeinderatsvertretung und Verwaltungsververtretung

1. Hauptaufgaben Gemeinderatsvertretung

- Koordiniert in Zusammenarbeit mit dem Präsidenten die Projektentwicklung gemäss Zielsetzung der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung
- Bereitet die Arbeitsgruppensitzungen mit dem Präsidenten vor
- Ist Informationsorgan gegenüber dem Gemeinderat
- Ist Kontaktperson zu den Fachplanern

Die Gemeinderatsvertretung koordiniert in Zusammenarbeit mit dem Präsidenten die Projektentwicklung gemäss Zielsetzung der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung.

2. Hauptaufgaben Verwaltungsververtretung

- Bereitet allfällige Anträge zu Händen des Gemeinderates vor
- Schreibt das Protokoll und kontrolliert die Pendenzenliste
- Stellt das Rechnungs- und Zahlungswesen sicher
- Sorgt für einen rechtsstaatlich korrekten Verfahrensablauf

G Spezielles

1. Informationssystem

Das Informationssystem bezweckt die Weitergabe der relevanten Daten an alle beteiligten Stellen.

Es soll im weiteren Entscheidungsgrundlagen für allfällige Änderungen, Abweichungen u. ä. liefern (Informationsinhalt: Leistungen, Termine, Kosten, evtl. Projektänderungen/-anpassungen).

a) Gemeinderat

Der Gemeinderat wird im Rahmen seiner Sitzungen durch die Vertretung des Gemeinderates in der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung über den Planungsverlauf und den Mittelbedarf informiert.

Die Protokolle der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung sind durch Geschäftsführer Reto Helfenstein in die Aktenauflage des Gemeinderates zu integrieren.

b) Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppen-Sitzungen werden nach Rücksprache mit den Mitgliedern der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung und allfälligen Fachplanern durch den Präsidenten nach Bedarf einberufen. Die Arbeitsgruppenmitglieder werden durch den Präsidenten über den Planungsablauf informiert.

Der Präsident stellt den Informationsfluss (Rückmeldungen) Gemeinderat – Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung sowie gegenüber der Öffentlichkeit sicher.

Über die Verhandlungen der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung wird ein Protokoll erstellt.

Das vorliegende Pflichtenheft wurde vom Gemeinderat mit Beschluss Nr. 286 vom 2. Juli 2015* genehmigt und ab sofort bis zur Auflösung der Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung als verbindlich erklärt.

* mit kleinen redaktionellen Korrekturen per 16. September 2015

Im Namen des Gemeinderates Buttisholz

Der Gemeindepräsident



Franz Zemp

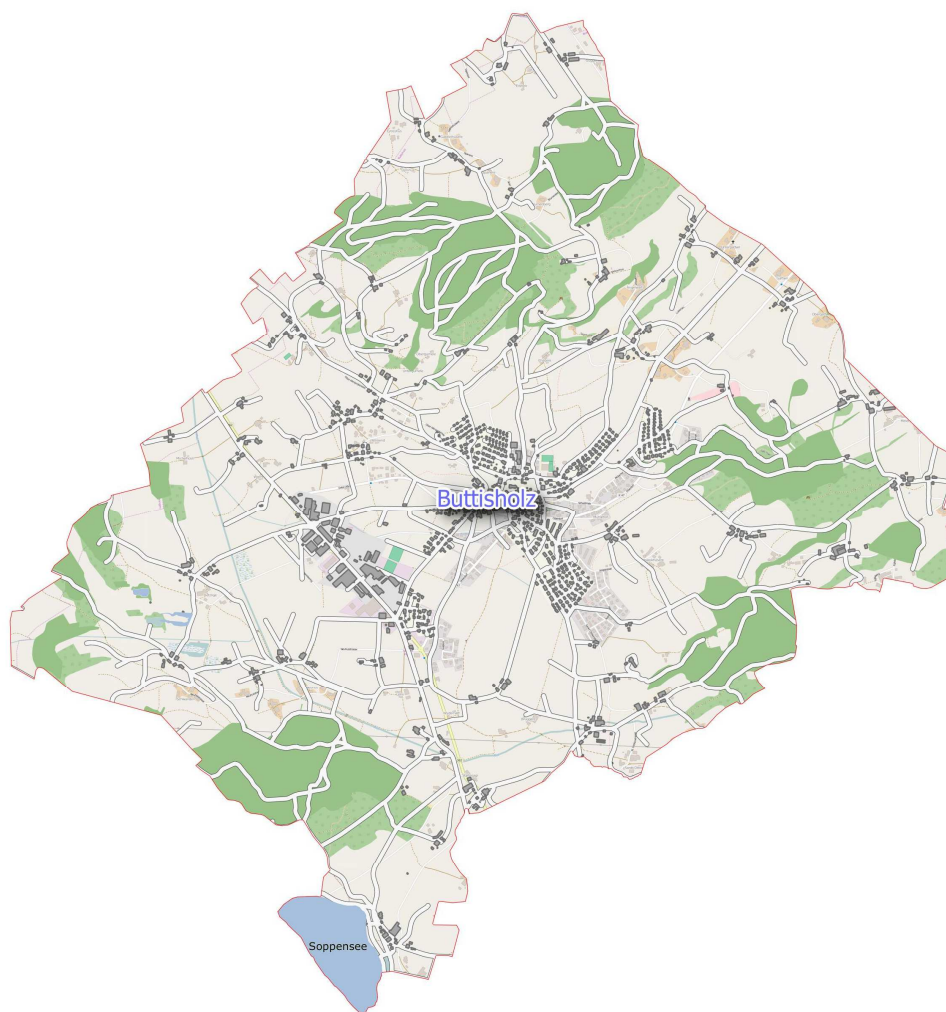
Der Gemeindeschreiber



Reto Helfenstein

Gemeinde Buttisholz LU

Marktanalysen im Zusammenhang mit der Zentrumsentwicklung



GSP

Gesellschaft für Standortanalysen
und Planungen AG

Forchstrasse 60, 8008 Zürich

Telefon 044 422 06 11

Fax 044 422 07 01

E-Mail gsp.naef@bluewin.ch

Gemeinde Buttisholz LU

Marktanalysen im Zusammenhang mit der Zentrumsentwicklung

Die GSP AG wurde im Frühjahr 2016 beauftragt, im Zusammenhang mit der weiteren Zentrumsentwicklung von Buttisholz eine Reihe von Marktanalysen durchzuführen. Das Spektrum war relativ breit und erstreckte sich sowohl auf demographische als auch wirtschaftliche Belange im weitesten Sinne verstanden. Gestützt auf die entsprechenden Ergebnisse und unter Berücksichtigung der lokalen Standortqualität wie auch übergeordneten Rahmenbedingungen waren abschliessend Überlegungen zu möglichen Konzepten für die Zentrumsentwicklung anzustellen.

Zürich, Ende Mai 2016

G S P A G

Dr. H. Naef

Lic. iur. A. Naef

INHALT

3	-	Einleitende Bemerkungen
4	A.	Grundlagen und Rahmenbedingungen
5	-	Der Kanton Luzern als Umfeld
6	-	Buttisholz als Teil der Region Sursee-Mittelland
7	-	Situation und Entwicklung der Gemeinde Buttisholz: Demographische Faktoren
10	-	Situation und Entwicklung der Gemeinde Buttisholz: Wirtschaft und Beschäftigung
12	-	Lageklassen in Buttisholz
16	-	Wohnflächen in Buttisholz
19	-	Überlegungen zu zentrumsaffinen Modulen
22	B.	Marktorientierte Überprüfungen
23	-	Die Situation im CH-Detailhandel als Rahmenbedingung
24	-	Die Detailhandelslandschaft im Umfeld als Rahmenbedingung
26	-	Detailhandel und publikumsorientierte Dienstleistungsbetriebe in Buttisholz
29	-	Die Publikumsfrequenzen im Zentrum von Buttisholz als Rahmenbedingung
31	-	Ausgaben der Haushaltungen in Buttisholz
33	C.	Empirische Überprüfungen
34	-	Zweck der empirischen Überprüfungen
34	-	Anlage der Befragung von Haushaltungen
35	-	Ergebnisse der Auswertung
52	-	Zusammenfassende Beurteilung
53	-	Interviews mit Exponenten des Gewerbes
57	D.	Ergebnisse, Schlussfolgerungen und Empfehlungen
58	-	Allgemeine Erkenntnisse aus den Überprüfungen
59	-	Grundsätzliche Feststellungen bezüglich des Entwicklungspotentials für die Zentrumszone in Buttisholz
60	-	Das zentrale Problem einer Zentrumsentwicklung in Buttisholz
61	-	Die Haltung der Bevölkerung als Unbekannte
62	-	Ansätze zu einer langfristigen Entwicklungsstrategie
65	-	Abschliessende Bemerkungen

Einleitende Bemerkungen

Die Überprüfung des Entwicklungspotentials für das Zentrum der Gemeinde Buttisholz erfolgt zu einem Zeitpunkt, zu welchem bezüglich der übergeordneten Rahmenbedingungen vergleichsweise grosse Unsicherheiten bestehen.

- Die Kapitalzinsen befinden sich nunmehr schon seit Jahren auf tiefstem Niveau und die Kapitalerträge nähern sich in einzelnen Kategorien dem Nullpunkt.
- In einzelnen Immobilienkategorien ergibt sich ein ausgeprägter Angebotsüberhang und einigermaßen kostendeckende Erträge aus der Immobilienbewirtschaftung ergeben sich primär bei Wohnflächen.
- Bei den Wohnflächen spaltet sich der Markt immer deutlicher in die Kategorien Stockwerkeigentum und Mietwohnungen.
- Aufgrund der veränderten Lebensumstände und eines veränderten Konsumverhaltens ergeben sich Verschiebungen bei der Nachfrage nach einzelnen Wohnungstypen.
- Im Bereich des Detailhandels sind Umstrukturierungen im Gange: die national operierenden Anbieter bereinigen ihre Filialketten, auch Grossverteiler sehen sich nach Jahrzehnten des kontinuierlichen Umsatzwachstums mit Stagnation oder sogar Einbussen konfrontiert und ausländische Anbieter erringen rasch grosse Marktanteile, nicht zuletzt dank guter Qualität.
- Die Anziehungskraft der grossstädtischen urbanen Verdichtungsgebiete – insbesondere von Zürich – nimmt laufend zu. Dies nicht zuletzt im Zusammenhang mit den zur Verfügung stehenden Infrastrukturen.

Bei dieser Ausgangslage stellt sich die Frage nach der Zukunft der kleineren Ortszentren so deutlich wie nie. An einer Tagung der Curem¹⁾ im Herbst 2015 wurde der These, dass im Laufe der nächsten 20 Jahre etwa ein Drittel der Ortszentren in der Schweiz verschwinden werde, nicht widersprochen.

Selbst wenn sich die vorstehend erwähnte These bewahrheiten sollte, bedeutet dies nicht, dass es einfach zu einer Selektion nach Grösse der einzelnen Ortschaften kommen muss. Auch wenn es Ortszentren in kleineren Siedlungen schwerer haben dürften, werden doch qualitative Aspekte von erheblicher Bedeutung sein. Ein Ortszentrum, welches für die Bewohner einer Siedlung bequem zu benutzen und gepflegt ist, wird sich besser behaupten können als zentrale Strukturen, die kaum ablesbar sind und die weniger Einkaufserlebnis bringen als ein mittelprächtiger Supermarkt.

¹⁾ Forum Raumwissenschaften 2015. Träger sind die ETH, die Universität Zürich, der SIA und die Hochschule Luzern.

A. Grundlagen und Rahmenbedingungen

Der Kanton Luzern als Umfeld

Bei Überlegungen zum Entwicklungspotential einer Gemeinde muss dieses immer auch innerhalb des übergeordneten Rahmens gesehen werden. Die Kennzahlen für eine Gemeinde mögen im CH-Vergleich nicht besonders vorteilhaft erscheinen. Berücksichtigt man aber das relevante Umfeld, kann dies völlig anders aussehen.

Unter den Schweizer Kantonen nimmt der Kt. Luzern in einigen Bereichen eine Sonderstellung ein, weil sich z.T. erhebliche Abweichungen von den CH-Durchschnittswerten ergeben. Nachstehend wird auf einige Punkte näher eingetreten.

Bevölkerungswachstum: 2009 – 2014	Kein Unterschied: mit + 5.8 % wird genau der CH-Durchschnitt erreicht.
Nettoerwerbsquote:	Der Kt. Luzern liegt mit 83 % leicht über dem CH-Durchschnitt.
Arbeitslosenquote:	Der Kt. Luzern liegt mit 1.9 % deutlich unter dem CH-Durchschnitt (3.2 %).
BIP pro Kopf:	Mit nur Fr. 62'337 liegt Luzern deutlich unter dem CH-Durchschnitt (Fr. 74'703). Im Vergleich zum Ausland liegt das BIP/Kopf gemessen an der Kaufkraft (KKS) etwa im Bereich von Süddeutschland oder der Lombardei, aber z.B. rund 25 % unter Oberbayern.
Wirtschaftsstruktur:	Der 1. und 2. Sektor sind im Kt. Luzern stärker, der 3. Sektor weniger stark vertreten als im CH-Durchschnitt.
Wohnen:	Die Wohneigentumsquote liegt im Kt. Luzern mit 34 % unter dem CH-Durchschnitt (38 %), ebenso die Leerstandsquote (0.93 %). Die monatliche Nettomiete für eine 4-Zimmer-Wohnung (Medianwert) liegt in Luzern mit Fr. 1400.—rund 5 % unter dem CH-Durchschnitt.

Bezüglich der demographischen Rahmenbedingungen sind die Unterschiede im Vergleich zur übrigen Schweiz nicht allzu gross. Ins Gewicht fallen sie aber bezüglich der wirtschaftlichen Situation. Dort fallen sie insofern besonders auf, als z.B. das BIP / Kopf in den grossen Nachbarkantonen durchwegs und z.T. erheblich höher liegt.

Für die Entwicklung von Buttisholz bedeuten die erwähnten Rahmenbedingungen, dass die Messlatte nicht zu hoch gelegt werden darf. Die Bezugs- und Vergleichsdaten müssen immer auch im regionalen Kontext gesehen werden. Eine bessere Situation mag im nationalen Vergleich kaum auffallen, kann aber regional überdurchschnittlich sein.

Buttisholz als Teil der Region Sursee-Mittelland

Die Region Sursee-Mittelland umfasst 17 Gemeinden, welche um den Sempachersee verteilt liegen. Die ständige Wohnbevölkerung hat mittlerweile die 60'000 Einwohner-Grenze erreicht und übertroffen. Im Vergleich zur Entwicklung in der ganzen Region ergeben sich bezüglich der Gemeinde Buttisholz folgende Feststellungen:

Bevölkerungswachstum:	Die Einwohnerzahl hat in den letzten zehn Jahren in Buttisholz (+ 17.2 %) stärker zugenommen als in der Region (16.2 %).
Ausländeranteil:	Der Ausländeranteil in der Gemeinde Buttisholz beträgt 12.1 %, in der Region 13.6 %.
1-Personen-Haushalte:	Der Anteil der 1-Personen-Haushalte liegt in Buttisholz mit 21.7 % unter demjenigen in der Region (+ 26.0 %).
Beschäftigung:	In Buttisholz entfallen 0.48 Beschäftigte auf einen Einwohner, in der Region sind es 0.61 B / E.

Wirtschaftsstruktur: Der Anteil der einzelnen Sektoren ergibt sich wie folgt:

	Buttisholz	Region S.-M.
1. Sektor	13.5 %	6.9 %
2. Sektor	46.2 %	34.1 %
3. Sektor	40.3 %	58.9 %

Wohnflächen: Der Anteil einzelner Wohnungstypen ergibt sich wie folgt:

	Buttisholz	Region
1-2 ZW	11.8 %	11.5 %
3-4 ZW	39.1 %	48.8 %
5+ ZW	49.1 %	39.8 %
EFH	30.8 %	24.2 %

Steuerkraft: Die relative Steuerkraft je Einwohner liegt in Buttisholz bei Fr. 1024.-- gegenüber Fr. 1359.-- in der ganzen Region. Die Nettoschuldenlast / Einwohner ist in Buttisholz knapp 50 % höher als in der ganzen Region.

Im Vergleich zu den regionalen Durchschnittswerten ist – unter dem Gesichtspunkt der dauernd anwesenden Bevölkerung = Einwohner - die Situation etwas weniger urban als in der Region, sicher aber nicht in entscheidendem Masse. Eher grössere Unterschiede ergeben sich bezüglich der Standortqualität unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten. Produktion und Dienstleistung sind nicht nur in Buttisholz weniger stark vertreten als im regionalen Durchschnitt, sondern weisen auch andere Strukturmerkmale auf.

Situation und Entwicklung der Gemeinde Buttisholz: Demographische und sozioökonomische Faktoren

Bezüglich der Wohnbevölkerung von Buttisholz und den Lebensumständen ergeben sich folgende Feststellungen:

a) Wohnbevölkerung

Buttisholz gehört zu jenen Gemeinden im Kt. Luzern, in welchen die Wohnbevölkerung seit 1900 kontinuierlich und relativ gleichmässig ansteigt:

1900	1394
1960	1542
1980	2058
2000	2680
2010	3125
2015*	3272

*1. Jan.

Das Bevölkerungswachstum in den letzten zehn Jahren lag unter demjenigen in vielen Nachbargemeinden.

b) Altersstruktur der Wohnbevölkerung

Die Altersstruktur der Wohnbevölkerung beeinflusst das Konsumverhalten in diversen Bereichen. In Buttisholz ergibt sich folgende Situation:

0 – 19 Jahre	26.9 %
20 – 64 Jahre	60.2 %
65 – 79 Jahre	9.0 %
80 und mehr	3.9 %

Im Vergleich zu den Nachbargemeinden sind Kinder und Jugendliche stärker, die erwerbstätigen Jahrgänge (20 – 64 Jahre) aber schwächer vertreten als in den Nachbargemeinden.

c) Ausländeranteil

Der ebenfalls nicht ohne Einfluss auf die Konsumgewohnheiten bleibende Ausländeranteil liegt in Buttisholz mit 12.1 % über dem regionalen Durchschnitt. Für Portugiesen, Italiener und Deutsche ergeben sich Anteile von leicht über 18 %.

d) Haushaltungen

Buttisholz weist 1149 Privathaushaltungen auf. Der Anteil der 1-Personen-Haushaltungen ist ein recht zuverlässiger Gradmesser für die Urbanität und damit auch für die Konsumgewohnheiten.

<i>Gebiet</i>	<i>Anteil 1 P-H</i>
Gemeinde Buttisholz	21.7 %
Reg. Sursee Mittelland	26.0 %
Kt. Luzern	33.1 %

Der Anteil in Buttisholz deutet auf eher konservative, aber auch stabile Konsumgewohnheiten hin.

e) Wirtschaftliche Situation der Haushaltungen

Die wirtschaftliche Situation der Haushaltungen lässt sich relativ zuverlässig aufgrund des Anteils der Steuerpflichtigen mit einem bestimmten Reineinkommen beurteilen.

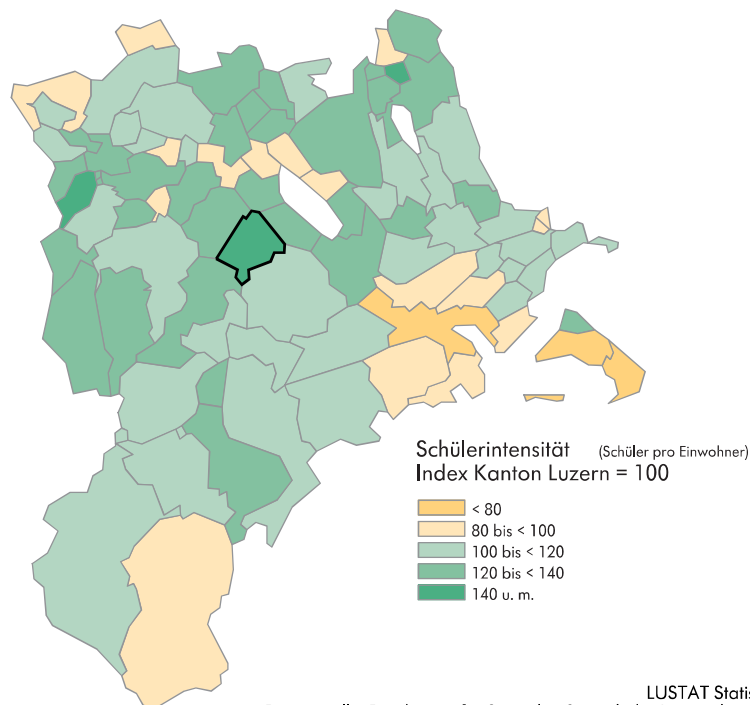
<i>Reineinkommen</i>	<i>Gde. Buttisholz</i>	<i>Kt. Luzern</i>
Fr. 0	2.7 %	4.8 %
Fr. 100 – 19'900	14.9 %	13.7 %
Fr. 20'000 – 39'000	20.6 %	20.8 %
Fr. 40'000 – 59'900	26.3 %	24.3 %
Fr. 60'000 – 99'900	24.7 %	24.2 %
<u>Fr. 100'000 und mehr</u>	<u>10.8 %</u>	<u>12.2 %</u>
Total	100.0 %	100.0 %

Die Einkommenssituation der Wohnbevölkerung unterscheidet sich nicht wesentlich von derjenigen im ganzen Kt. Luzern. Sie kann somit auch nicht die Ursache für ein allfällig unterschiedliches Konsumverhalten sein.

f) Bildung / Ausbildung

Buttisholz ist eine der drei Gemeinden im Kt. Luzern, in welcher das Verhältnis Schüler : Einwohner einen Maximalwert erreicht!

Schülerintensität (Index Kanton Luzern=100) 2014/2015



LUSTAT Statistik Luzern
Datenquelle: Bundesamt für Statistik – Statistik der Lernenden, STATPOP

In Kindergarten, Primarstufe und Sekundarschule wurden im Schuljahr 2014/15 insgesamt 482 Schüler erfasst.

Situation und Entwicklung der Gemeinde Buttisholz: Wirtschaft und Beschäftigung

Für die Entwicklung und den Erfolg eines Ortszentrums spielt es immer auch eine wesentliche Rolle, wie die lokale Wirtschaft strukturiert ist und wie sie sich behauptet.

Die Auswertung der seit nunmehr fünf Jahren zur Verfügung stehenden STATENT-Daten – welche die früheren Betriebszählungen abgelöst haben – zeigt folgendes:

1. Die Zahl der Arbeitsstätten, der Beschäftigten und der VZÄ hat leicht zugenommen.

2. Von gegenwärtig 96 klassierten Branchen sind in Buttisholz deren 44 vertreten. Insgesamt werden 1620 Beschäftigte und 1265,7 VZÄ gezählt.

3. Nur in sieben Branchen werden mehr als 100 Beschäftigte gezählt:

01	Landwirtschaft	239
16	Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb und Korkwaren	170
25	Herstellung von Metallereugnissen	102
41	Hochbau	151
43	Vorbereitende Baustellenarbeiten und Ausbaugewerbe	113
49	Landverkehr, Transporte	129
85	Erziehung und Unterricht	100

4. Bei den belegten Branchen ergibt sich für den Zeitraum 2011 – 2013 folgende Situation:

Zunahme der Beschäftigung	24 Branchen
Gleichbleibende Beschäftigung	10 Branchen
Abnahme der Beschäftigung	10 Branchen

Die Entwicklung kann somit als günstig bezeichnet werden. Dies gilt aber nicht unbedingt für die wichtigen Branchen mit mehr als 100 Beschäftigten: in der Landwirtschaft, beim Ausbaugewerbe und beim Landverkehr ist die Beschäftigung zurückgegangen.

Per saldo ergibt sich somit eine durchaus erfreuliche Entwicklung der Wirtschaft in der Gemeinde Buttisholz. Dabei dürfen allerdings zwei Punkte nicht übersehen werden:

- Die Zahl der potentiell erwerbstätigen Einwohner in Buttisholz beträgt rund 2600 und diese haben ihren Arbeitsplatz mehrheitlich ausserhalb der Gemeinde. Ein erheblicher Teil der relevanten Kaufkraft der Haushaltungen wird also „importiert“.
- Ganz generell darf nicht übersehen werden, dass nicht mit „grossen Zahlen“ gerechnet werden kann. Dies zwingt zu massgerechten Lösungen bei Entwicklungsvorhaben.

	STATISTIK 2011 def.		STATISTIK 2012 def.		STATISTIK 2013 prov.		Veränderung 2011-2013		VZÄ
	Arbeitsstätten	Beschäftigte	Arbeitsstätten	Beschäftigte	Arbeitsstätten	Beschäftigte	Arbeitsstätten	Beschäftigte	
01 Landwirtschaft, Jagd und damit verbundene Tätigkeiten	87	232	86	249	89	239	2	-13	-6,4
02 Forstwirtschaft und Holzgewinnung	1	0	0	0	0	0	0	0	0,0
03 Fischerei und Aquakultur	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
04 Gewinnung von Erdöl und Erdgas	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
05 Gewinnung von Steinen und Erden	2	2	2	2	2	2	0	0	0,0
06 Gewinnung von Steinen und Erden, sonstiger Bergbau	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
07 Gewinnung von Dienstleistungen für den Bergbau und für die Gewinnung von Steinen und Erden	3	23	3	25	3	31	0	8	0,0
08 Gewinnung von Nahrungsmitteln und Futtermitteln	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
09 Getreideherstellung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
10 Tabakverarbeitung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
11 Herstellung von Textilien	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
12 Herstellung von Bekleidung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
13 Herstellung von Leder-, Lederwaren und Schuhen	6	167	6	172	6	170	0	3	0,0
14 Herstellung von Holz-, Flecht-, Korb- und Korkwaren (ohne Möbel)	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
15 Herstellung von Papier, Pappe und Waren daraus	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
16 Herstellung von Druckereizugmaschinen; Vervielfältigung von beschrifteten Ton-, Bild- und Datenträgern	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
17 Herstellung von Metallverarbeitungsmaschinen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
18 Herstellung von Metallverarbeitungsmaschinen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
19 Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	1	1	1	1	1	1	0	0	0,0
20 Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
21 Herstellung von Glas und Glaswaren, Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
22 Metallherstellung und -bearbeitung	6	85	7	86	7	102	1	17	16,4
23 Herstellung von Metallherstellungsmaschinen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
24 Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
25 Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	3	50	3	46	3	52	0	2	3,7
26 Maschinenbau	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
27 Herstellung von Automobilen und Automobilteilen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
28 Sonstiger Fahrzeugbau	2	24	2	25	2	25	0	0	0,0
29 Herstellung von sonstigen Waren	1	1	1	1	1	1	0	0	0,0
30 Reparatur von sonstigen Waren	3	22	3	24	3	26	0	2	2,4
31 Reparatur von Maschinen und Ausrüstungen	1	6	1	5	1	5	0	0	0,0
32 Energieversorgung	1	0	1	0	1	0	0	0	0,0
33 Abwasserentsorgung	1	0	1	0	1	0	0	0	0,0
34 Sammlung, Behandlung und Beseitigung von Abfällen; Rückgewinnung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
35 Beseitigung von Umweltschmutzungen und sonstige Entsorgung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
36 Bauwesen	2	148	2	142	2	142	0	3	3,0
37 Hochbau	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
38 Tiefbau	17	127	17	107	15	113	-2	-14	-10,4
39 Vorbereitende Baustellenarbeiten, Baustation und sonstiges Ausbaugeschäft	45	29	6	25	7	20	0	0	-6,5
40 Handel mit Motorfahrzeugen; Instandhaltung und Reparatur von Motorfahrzeugen	6	23,8	6	20,7	6	20,7	0	4	2,8
41 Großhandel (ohne Handel mit Motorfahrzeugen)	50	52	50	56	50	56	0	0	0,0
42 Detailhandel (ohne Handel mit Motorfahrzeugen)	13	30,6	13	34,1	13	32,2	0	1	1,6
43 Landverkehr und Transport in Rohrleitungen	7	132	7	130	7	129	0	-3	-1,4
44 Schifffahrt	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
45 Luftfahrt	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
46 Lagererei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr	3	1,6	3	1,5	3	1,7	0	0	0,0
47 Post-, Kurier- und Expressdienste	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
48 Beherrschung	3	16	3	16	3	16	0	0	0,0
49 Verlagswesen	16	78	16	43	16	42	0	26	24,5
50 Verlagswesen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
51 Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen; Kinos; Tonstudios und Verlegen von Musik	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
52 Rundfunkveranstalter	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
53 Telekommunikation	1	2	1	2	1	2	0	0	0,0
54 Erbringung von Dienstleistungen der Informationstechnologie	5	17	3	25	3	27	-2	10	9,0
55 Informationsdienstleistungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
56 Erbringung von Finanzdienstleistungen	2	17	2	17	2	17	0	-1	-8,5
57 Versicherungen, Rückversicherungen und Pensionskassen (ohne Sozialversicherung)	2	2	2	2	2	2	0	0	0,0
58 Mit Finanz- und Versicherungsdienstleistungen verbundene Tätigkeiten	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
59 Grundstücks- und Wohnungswesen	5	6	5	6	5	6	0	0	0,0
60 Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung	15	15	15	15	15	15	0	0	0,0
61 Verwaltung und Führung von Unternehmen und Betrieben; Unternehmensberatung	2	1,6	2	1,6	2	1,6	0	0	-0,9
62 Architektur- und ingenieurtechnische, technische, physikalische und chemische Untersuchung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
63 Werbung und Marktforschung	1	0,9	1	0,9	1	0,9	0	-1	-0,9
64 Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten	1	0,3	2	2	3	2,5	2	3	2,5
65 Veterinärwesen	1	5	1	5	1	5	0	0	0,0
66 Vermietung von beweglichen Sachen	1	1,0	1	1,0	1	1,0	0	0	0,0
67 Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
68 Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen	1	2	1	2	1	2	0	-1	-0,3
69 Wach- und Sicherheitsdienste sowie Detektiven	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
70 Gebäudebetreuung; Garten- und Landschaftsbau	5	13	6	14	6	15	1	2	2,4
71 Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen für Unternehmen und Privatpersonen a. n. g.	1	1,0	1	1,0	1	1,0	0	0	0,0
72 Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung	11	9,6	2	12	2	9	0	-2	-1,9
73 Erziehung und Unterricht	100	55,1	13	98	11	100	0	-3	1,6
74 Gesundheitswesen	14	23,2	13	26,6	12	26,1	0	1	2,9
75 Heime (ohne Erholungs- und Ferienheime)	2	37	1	35	1	40	0	1	1,6
76 Soziale Dienstleistungen und unterstützende Tätigkeiten	4	5,7	4	5,5	4	5,6	0	0	0,0
77 Bibliothek, Kunstarchiv, Natur-, botanische und zoologische Gärten	6	4	6	4	6	4	0	0	0,0
78 Spiel-, Wett- und Lotteriewesen	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
79 Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
80 Interessensvertretungen sowie kirchliche und sonstige religiöse Vereinigungen (ohne Sozialwesen und Sport)	3	5	2	4	2	5	-1	0	-1,4
81 Reparatur von Datenverarbeitungsgeräten und Verbrauchsgütern	5	21	5	31	5	33	0	12	6,7
82 Erbringung von sonstigen überwiegend persönlichen Dienstleistungen	9	13	11	16	13	18	4	5	2,8
TOTAL	272	1544	275	1565	277	1620	5	76	70,5

Lageklassen in Buttisholz

Die Lageklassenmethode wurde von W. Nägeli nach dem 2. Weltkrieg entwickelt bzw. der entsprechende Zusammenhang nachgewiesen. Sie besagt nichts anderes, als dass bei gleichen Rahmenbedingungen bei einer Immobilie das Verhältnis zwischen Landwert und Bauwert immer gleich ausfalle. In den letzten Jahrzehnten wurde der Zusammenhang bei über 100'000 Objekten überprüft und hat sich bestätigt.

Die Methode kann auch umgekehrt angewendet werden, d.h. die genaue Überprüfung der Rahmenbedingungen gestattet es, Rückschlüsse auf das Verhältnis von Bauwert zu Landwert zu ziehen.

Auf den Standort Buttisholz angewendet und dort bezogen auf eine Zentrumzone ergibt sich folgende Klassierung.

A. Allgemeine Situation

2.0

- 1** Landwirtschaftsgebiete, weit entfernt von grösseren Ortschaften und Verkehrssträngen. Dörfer ohne Fremdenverkehr in den Alpen und im Jura.
- 2** Baugebiete kleinerer und mittlerer Dörfer des Mittellandes, Randzonen von Kleinstädten.
- 3** Wohnlagen von Kleinstädten, Ortschaften mit Ferienhäusern und Fremdenverkehr. Ortskern mittelgrosser Dörfer. Wohnlagen in den Vororten mit längerer Fahrzeit zur Grossstadt.

B. Verkehrsrelation

1.5

- 1** Grundstücke in abgelegener, ausgesprochen ungünstiger Verkehrslage. Erschliessung durch Nebenstrassen ohne besonderen Ausbau. Fahrzeit zur Grossstadt in der Grössenordnung von einer Stunde und mehr. Öffentliche Verkehrsmittel mit vernünftiger Fahrfrequenz (mind. halbstündiger Rhythmus in den Hauptverkehrszeiten) nur motorisiert erreichbar.
- 2** Bauerndörfer oder kleinere Siedlungen mit Bahnanschluss oder Autobahnnähe, im Mittelland oder Voralpen. Objekte am Rande der grossstädtischen Agglomerationsgebiete. City für Berufspendler gerade noch erreichbar.

C. Ausbaustandard, Gestaltung

3.0

- 3** Einfamilienhäuser mit durchschnittlichem Ausbau, übliche Miethäuser, drei bis vier Geschosse, Zwei- und Dreispännertyp. Wohnhäuser mit gewerblichen Lokalen, einfache gastgewerbliche Betriebe, industrielle und gewerbliche Bauten mit den üblichen, für die Fabrikation notwendigen technischen Installationen, Warenlifte, Ventilatoren etc., mit bescheidener Gestaltung.

D. Wohnsektor

3.0

- 3** Gebäudetypus: Mittlere bis grössere, übliche Mehrfamilienhäuser, Einfamilienhäuser und Eigentumswohnungen mit etwas gehobenerem Angebot.
- Lage: Grössere Dörfer, sowie Kleinstädte mit Primar- und Sekundarschule am Ort. Einkaufsmöglichkeiten mit breitem Warenangebot, Ansätze kultureller Möglichkeiten.
- Attraktivität der Umgebung: Übliche Wohnlagen mit wenig Aussicht, jedoch Aussicht ins Grüne, durchschnittliche Besonnung. Keine nennenswerten (Verkehrs)Immissionen. Individuell gestaltete Gartenanlagen.

E. Handels- und Dienstleistungssektor

3.0

- 3** Lager und Ausstellungen von Grossisten und Vertretungen, Parkhäuser, Garagen-Reparaturwerkstätten. Ausflurestaurants, einfache, mittlere gastgewerbliche Betriebe, Geschäfte des Food- und Non-Foodsektors, landwirtschaftliche Genossenschaften, kleine Einmann-Dienstleistungsbetriebe.

F. Industrie

2.0

- 2** Lagerplätze mit Bahnanschluss oder guter Strassenzufahrt in Industrie-Entwicklungsgebieten, Lagerhallen, Fabrikanlagen, technisch weitgehend veraltet, ausserhalb des Nahbereichs von Grossstädten. Ein- und mehrgeschossige Bauten. Mangelhafte Arrondierung des Grundstücks.

G. Steigerungsfaktoren**keine****H. Reduktionsfaktoren****- 0.1**

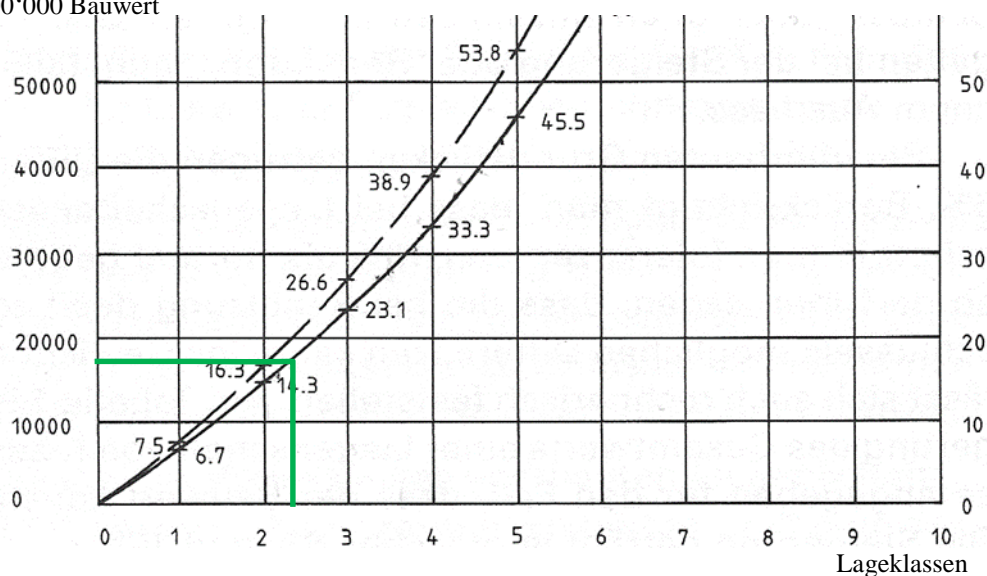
ÖV-Erschliessung unterdurchschnittlich.

Zusammenstellung

A. Allgemeine Situation		2.0
B. Verkehrsrelation		1.5
C. Ausbaustandard		3.0
D. Wohnsektor		3.0
E. Handels- und Dienstleistungssektor		3.0
F. <u>Industrie</u>		<u>2.0</u>
Total		14.5
Durchschnitt		2.4
G. Steigerungsfaktoren	+	--
H. <u>Reduktionsfaktoren</u>	-	<u>0.1</u>
= Lageklasse		2.3

Bei Lageklasse 2.3 ergibt sich je Fr. 100'000.-- Bauwert ein Landwert von Fr. 17'000.-- bzw. der Landanteil am Total = Anlagesumme erreicht rund 15 %.

Landwert bei Fr.
100'000 Bauwert



Die Lageklassenmethode gestattet es auch, direkt von einem möglichen Mietertrag bei der Annahme eines bestimmten Zinssatzes auf den Landwert zu schliessen.

Beispiel:

Ein Gebäude steht auf einem Grundstück mit einer Fläche von 1000 m². Die zulässige Ausnutzungsziffer (AZ) = 1.5. Der Anteil der Nettonutzfläche = ertragswirksame Fläche beträgt 72 %. Der mögliche Mietertrag beträgt Fr. 220.-- / m²

Mögliche BGF	1500 m ²
Ertragswirksame Fläche	1080 m ²
Ertrag p.a.	Fr. 237'600.--
Berücksichtigter Zinssatz	5 %

Die nachstehende Tabelle ermöglicht es, den Landwert direkt aus Lageklasse (2.3) und Zinssatz (5.0 %) abzuleiten. Es ergibt sich ein Multiplikator von 3.22, welcher auf den Ertrag anzuwenden ist. Bei einem Landwert von 0.765 Mio. ergibt sich ein Quadratmeterpreis von Fr. 765.--(baureif).

Die vorstehende Berechnung ist schematischer Art. In der Realität kann ein Grundstück oft nicht ganz optimal ausgenutzt werden, andererseits ergeben sich aber auch grössere Erträge aus Flächen, welche nicht zur Ausnutzung zählen. Unter Umständen wird die Wirtschaftlichkeit auch durch kostenwirksame Auflagen der Behörden beeinflusst.

Multiplikatoren für Berechnung Landwert aus Mietertrag bei Unterschiedlichem Kapitalisierungssatz

Lageklasse	1	2	3	4	5	6	7	8
Landanteil	7	14	21	28	35	42	49	56
Kapitalisierungssatz								
4.0 %	1.75	3.50	5.25	7.00	8.75	10.50	12.25	14.00
4.5 %	1.55	3.11	4.67	6.22	7.78	9.33	10.89	12.44
5.0 %	1.40	2.80	4.20	5.60	7.00	8.40	9.80	11.20
5.5 %	1.27	2.55	3.82	5.09	6.36	7.64	8.91	10.18
6.0 %	1.17	2.33	3.50	4.67	5.83	7.00	8.17	9.33
6.5 %	1.08	2.15	3.23	4.31	5.38	6.46	7.54	8.62
7.0 %	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00
7.5 %	0.93	1.87	2.80	3.73	4.67	5.60	6.53	7.47
8.0 %	0.87	1.75	2.62	3.50	4.37	5.25	6.12	7.00
8.5 %	0.82	1.65	2.47	3.29	4.12	4.94	5.76	6.59
9.0 %	0.78	1.56	2.33	3.11	3.89	4.67	5.44	6.22
9.5 %	0.74	1.47	2.21	2.95	3.68	4.42	5.16	5.89
10.0 %	0.70	1.40	2.10	2.80	3.50	4.20	4.90	5.60
11.0 %	0.64	1.27	1.91	2.55	3.18	3.82	4.45	5.09

Da eine Zentrumsentwicklung – welche bewusst angeschoben wird bzw. angeschoben werden muss – immer von günstigen Rahmenbedingungen ausgehen muss, spielt der Landwert eine nicht zu unterschätzende Rolle. Die Überprüfung der Lageklasse in Buttisholz zeigt, dass zumindest ein mit marktüblichen Rahmenbedingungen kalkulierter Landwert kein Hindernis bilden sollte. Bei einer Lageklasse von 2,3 brauchen publikumsorientierte Flächen an zentraler Lage nicht quersubventioniert zu werden. Voraussetzung ist natürlich, dass solche Flächen von der konkreten Marktsituation her gesehen überhaupt existenzfähig sind.

Wohnflächen in Buttisholz

Die Überprüfung der Situation auf dem Wohnflächenmarkt ist insofern sinnvoll, als ungewöhnliche Entwicklungen unter Umständen auch eine Zentrumsentwicklung behindern oder sogar verunmöglichen können.

a) Bestand und Entwicklung

Die Gemeinde Buttisholz weist knapp 1300 Wohneinheiten auf, darunter rund 31 % Einfamilienhäuser. Auf einzelne Wohnungstypen entfallen folgende Anteile:

1 – 2 Zimmer	11.8 %
3 – 4 Zimmer	39.1 %
5+ Zimmer	49.1 %

Die Wohnfläche / Einwohner ist überdurchschnittlich hoch, als Folge des hohen Anteils der Einfamilienhäuser.

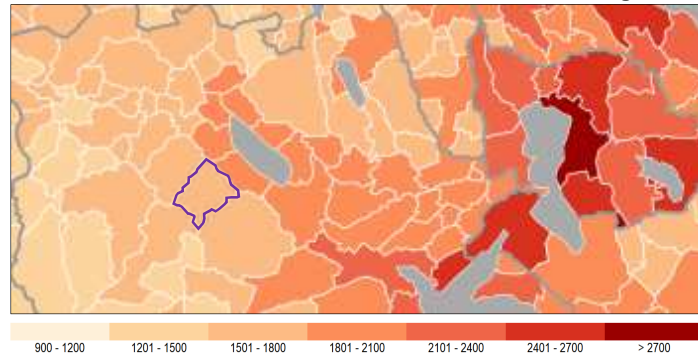
b) Mietwohnungen

Das aktuelle Angebot (per.23.5.2016) an Mietwohnungen in Buttisholz ist bescheiden:

Adresse	PLZ	Brutto	Netto	NK	Zimme	Flaeche	CHF / m2 p.a.
Arigstrasse 19b	6018 Buttisholz	CHF 1'821	CHF 1'641	CHF 180	4.5	114 m ²	173
Bösgass 3	6018 Buttisholz	CHF 1'300	CHF 1'030	CHF 270	4.5	96 m ²	129
Bösgass 3	6018 Buttisholz	CHF 1'260	CHF 1'010	CHF 250	3.5	86 m ²	141
Arigstrasse 15	6018 Buttisholz	CHF 1'170	CHF 990	CHF 180	2.5	56 m ²	212
Banschimatt 9	6018 Buttisholz	CHF 1'750			5.5	125 m ²	168
Allmend 5	6018 Buttisholz	CHF 1'470	CHF 1'300	CHF 170	3.5	95 m ²	164
Oberdorf 1	6018 Buttisholz	CHF 1'900	CHF 1'650	CHF 250	6	150 m ²	132
Mühlefeld 7	6018 Buttisholz	CHF 910	CHF 790	CHF 120	2.5		
Mülacher 52	6018 Buttisholz	CHF 850			2	45 m ²	227
Arigstrasse 15	6018 Buttisholz	CHF 2'150	CHF 1'900	CHF 250	5	136 m ²	168
						Durchschnitt	168
						Median	168

Die nebenstehende Graphik zeigt, dass sich Buttisholz auf dem gleichen Niveau bewegt wie seine Nachbargemeinden in der Analyseregion Umland Sursee/ Sempachersee.

Monatsmiete in Franken für eine mittlere 4-Zimmer-Wohnung /2015



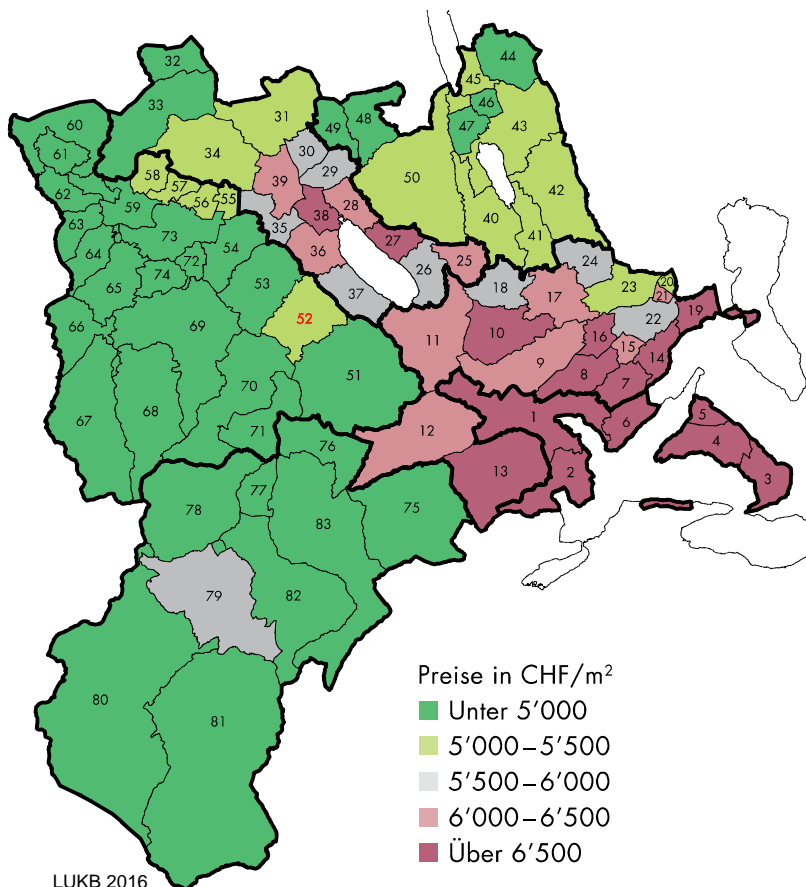
c) Wohneigentum

Eigentumswohnungen / Kaufpreise

Die Nachfrage nach Stockwerkeigentum in der Umgebung des Sempachersees ist nach wie vor ungebrochen. Das Angebot wird der Nachfrage zwar in etwa angepasst, aber die Preise zeigen eine steigende Tendenz.

Die nachstehende Graphik zeigt, dass Buttisholz gegenüber den meisten seiner Nachbargemeinden ein etwas höheres Preisniveau aufweist. Es profitiert offensichtlich von der Nähe zu Sursee und wahrscheinlich auch zu Nottwil.

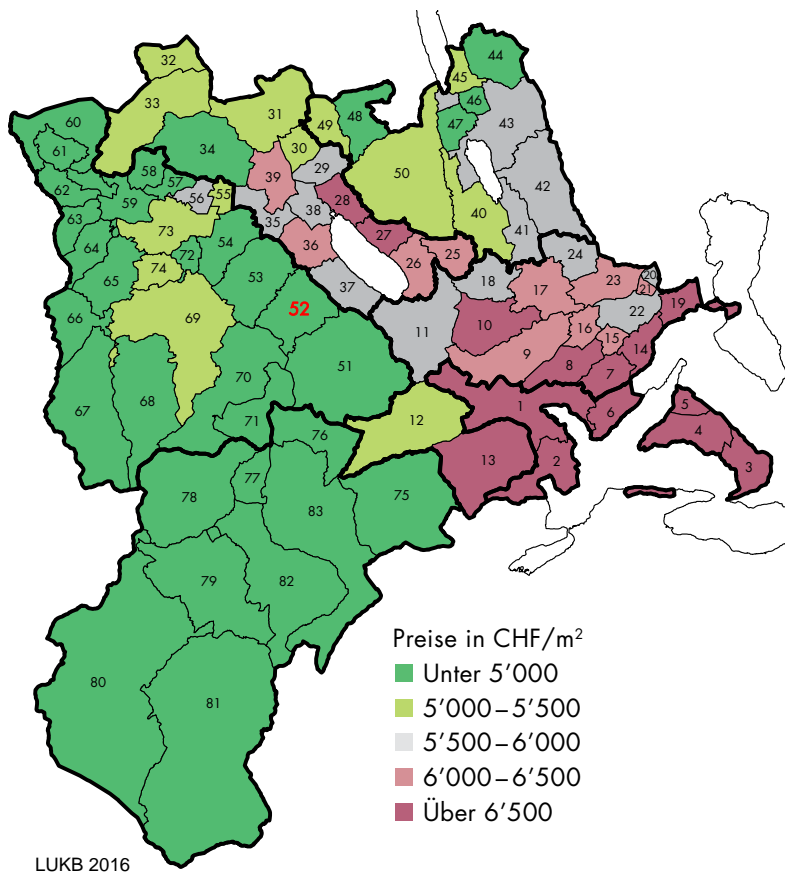
Preise für Eigentumswohnungen im Kanton Luzern



Einfamilienhäuser / Kaufpreise

Bezüglich der Einfamilienhäuser ist von einem stabilen Preisniveau auszugehen und Buttisholz vermag keine Sonderstellung zu behaupten.

Preise für Einfamilienhäuser im Kanton Luzern



Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das absolute Preisniveau sowohl für Stockwerkeigentum als auch für Einfamilienhäuser relativ tief ist. Preise von Fr. 5000.-- / m² Wohnfläche bedeuten, dass sich bei einer kalkulatorischen Bruttorendite von 4.5 % eine Belastung durch Miete in der Grössenordnung von Fr. 225.-- / m² ergeben würde. Die effektiv verlangten Mieten im Untersuchungsgebiet liegen darunter. Die in vielen anderen Regionen zu beobachtende Tendenz, das investierte Eigenkapital – welches meistens ca. 25 % - 30 % des Kaufpreises ausmacht – unverzinst zu lassen, also in etwa stattfindet. Daraus lässt sich zumindest nicht auf eine angespannte Situation auf dem Immobilienmarkt schliessen. Die beiden Märkte – Miet und Eigentum – üben keinen gegenseitigen Druck aufeinander aus.

d) Leerwohnungsziffer

Eine statistisch relevante Leerwohnungsziffer wird für Buttisholz nicht ausgewiesen.

e) Zukünftige Entwicklung

In Buttisholz sind verschiedene Projekte mit Miet- und Eigentumswohnungen "in der Pipeline". Teilweise sind Beschwerden hängig oder die Erschliessung nicht gewährleistet. Ein Studienauftrag für 30 Mietwohnungen der Korporationsgemeinde Buttisholz im Bünträtteli ist abgeschlossen. Daneben sieht die Isenschmid Schnyder Stiftung einen Neubau für die schulischen Dienste und einen Kindergarten vor und zusätzlich 4 Wohnungen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass durch die vorhandenen und möglichen Projekte im Laufe der nächsten Jahre die weitere Zunahme der Wohnbevölkerung im bisherigen Rahmen sichergestellt sein dürfte. Damit würde zumindest von der Entwicklung des Kaufkraftpotentials am Ort eine Zentrumsentwicklung nicht in Frage gestellt.

Überlegungen zu zentrumsaffinen Modulen

Ein Zentrum ist praktisch immer eine Verdichtungszone publikumsorientierter Aktivitäten, jedoch oft auch mit einer ganzen Reihe anderer Module bestückt. Nachstehend sind die Voraussetzungen für eine Auswahl möglicher ergänzender Module dargestellt:

a) Verpflegungsbetriebe

Buttisholz verfügt aktuell noch über zwei Verpflegungsbetriebe. Im Vergleich zur Wohnbevölkerung und zur Beschäftigtenzahl ist der Ort fast hoffnungslos unterdotiert. Es fehlen;

- mindestens ein (gutbürgerliches) Speiselokal (Zentrum)
- eine attraktive Cafeteria als Treffpunkt mit Aufenthaltsqualität (Zentrum)
- eine themenorientiertes Restaurant (Zentrum)
- ev. Systemorientierte Schnellverpflegung (Standort Spar/Landi)

Voraussetzung für einen erfolgreichen Betrieb ist ein ausreichendes PP-Angebot im Nahbereich und nicht in einer Unterniveaugarage.

b) Alters- und Pflegeheime

Im Kt. Luzern kann (aufgerundet) von 5000 Plätzen in Alters- und Pflegeheimen ausgegangen werden. Die insgesamt 63 Institutionen sind zu 96.8 % ausgelastet.

Die insgesamt 4771 Bewohner/Innen entsprechen rund 1.22 % der Wohnbevölkerung des ganzen Kantons Luzern. Pro 1000 Einwohner mit 65+ Jahren entspricht dies 7.2 %.

Würde man die vorstehenden Durchschnittswerte auf Buttisholz umlegen, ergäbe sich folgendes:

- Rund 12.9 % der Wohnbevölkerung sind älter als 65 Jahre. Dies entspricht 422 Personen.
- Der durchschnittliche Anteil von 7.2 % an der vorstehend erwähnten Personengruppe entspricht rund 30 Individuen.

Abgesehen von individuellen Abweichungen lässt sich festhalten, dass sich in dieser Grössenordnung (neben der bestehenden Pflegewohngruppe Buttisholz) weder ein Alters- noch ein Pflegeheim als selbständige Wohneinheit rechnen würden.

c) Gesundheitsstrukturen

Die Ärztedichte¹⁾ in der Zentralschweiz liegt mit 156 / 100'000 Einwohner rund ein Viertel unter dem CH-Durchschnitt und der Kt. Luzern bildet keine Ausnahme.

Buttisholz verfügt über ein Gesundheitszentrum mit zwei praktizierenden Ärzten, eine Naturheilpraxis und eine Therapiestation. Ebenfalls vorhanden ist eine Zahnarztpraxis und eine örtliche Spitex-Organisation.

Per saldo ist damit Buttisholz in etwa ähnlicher Masse versorgt wie andere Gemeinden ähnlicher Grösse. Wächst die Bevölkerung allerdings weiter, wäre dies mittelfristig dann wohl nicht mehr der Fall.

¹⁾ Ärzte mit Praxistätigkeit.

d) Sonderwohnformen

Sonderwohnformen werden von Personen benötigt, bei welchen bestimmte Bedürfnisse von üblich auf dem freien Markt angebotenen Wohnflächen nicht oder bei weitem nicht optimal abgedeckt werden können. Die Gründe dafür sind recht unterschiedlich und vielfältig. In Frage kommen z.B.

- Alter der Personen
- Einkommensverhältnisse
- Gesundheitszustand
- Soziale Situation
- usw.

Zu unterscheiden ist zwischen Sonderwohnformen, welche nur bestimmte Merkmale aufweisen und solchen, welche kombiniert werden mit zusätzlichen Dienstleistungen, z.B. Serviceleistungen, Pflege, usw.

Sonderwohnformen bestehen in der Regel aus einer Anzahl Einheiten, welche zu einem „betriebsähnlichen“ Ganzen zusammengefasst sind. Dabei können allenfalls dann auch mehrere solcher Einrichtungen zusammengefasst werden. Relativ häufig ist dies der Fall bei Altersheimen, welche noch Serviceleistungen anbieten und so bestimmte Einrichtungen besser auslasten (Beispiel: Mahlzeitendienst für Alterswohnungen, Reinigungsdienst, usw.).

Die Erfahrung der letzten Jahrzehnte hat gezeigt, dass das Bedürfnis nach Sonderwohnformen in einem bestimmten Verhältnis zur Wohnbevölkerung steht, zumindest innerhalb einer gewissen Bandbreite. Die Einkommenssituation der Haushaltungen entscheidet dann oft darüber, ob entsprechende Bedürfnisse im Rahmen von privaten, gewinnstrebigen Unternehmen abgedeckt werden können oder ob die Finanzierung ganz oder teilweise durch die öffentliche Hand erfolgen muss. Ergibt sich das Bedürfnis bezüglich Sonderwohnformen nur bei wenigen Personen (weil die Einwohnerzahlen gering sind), dann ist es oft nicht möglich, entsprechend selbständige Einheiten zu realisieren. Ein Ausweg kann dann das Zusammengehen mit einer Gemeinde in einer ähnlichen Situation sein oder aber das „Auslagern“ der betreffenden Personen in weiter entfernte Einrichtungen mit entsprechenden Reserven.

Bei der heutigen Einwohnerzahl sind Sonderwohnformen in grösserem Umfang in Buttisholz wohl kaum realisierbar. Dies schliesst aber nicht aus, dass kleine Einheiten auch auf halbprivater Basis realisiert werden können. Deren Integration in eine Zentrumsüberbauung wäre in jedem Fall zu begrüssen. Einerseits kann dadurch die Nutzung von Obergeschossen sichergestellt werden und andererseits werden Dienstleistungen abgerufen und Frequenzen erhöht.

B. Marktorientierte Überprüfungen

Die Situation im CH-Detailhandel als Rahmenbedingung

Für die Entwicklung eines Ortszentrums sind der Detailhandel und die einfachen Dienstleistungen von zentraler Bedeutung. Sie induzieren jene Publikumsfrequenzen, welche für die Attraktivität zentraler Zonen von entscheidender Bedeutung sind.

Im CH-Detailhandel sind gegenwärtig eine Reihe von Veränderungen im Gange, welche alles Dagewesene überschreiten. Dazu gehören u.a.

- Einkaufstourismus über die Grenze führt zu Umsatzrückgängen nicht nur in der Grenzregion.
- Zunehmende Bedeutung des Internethandels mit einem raschen Anstieg entsprechender Marktanteile.
- Grossverteiler sehen sich nach jahrzehntelang anhaltendem Wachstum erstmals mit stagnierenden Umsätzen konfrontiert.
- Ausländische Food-Discounter erreichen in kurzer Zeit erstaunliche Marktanteile und überraschen durch vergleichsweise gute Qualität.
- Umsätze vieler national operierender Filialisten gehen zurück und beschleunigen die Bereinigung der Filialnetze.

Die vorstehend beschriebenen gegenwärtig ablaufenden Prozesse tangieren auch die Entwicklung von Ortszentren und zwar primär in zweierlei Hinsicht:

1. Die Zahl der Ortszentren wird gesamtschweizerisch massiv, d.h. im Laufe einer Generation wohl um ca. 20 % - 30 % zurückgehen.
2. Auch dort wo Ortszentren existenzfähig bleiben, wird es zunehmend schwieriger, diese mit einem attraktiven Branchenmix zu bestücken.

Der guten Ordnung halber ist festzuhalten, dass viele Ortszentren nicht an externen und kaum beeinflussbaren Rahmenbedingungen scheitern werden, sondern auch am eigenen Unvermögen. Die Ansprüche des Publikums bzw. der Kunden haben sich verändert und die hohe Mobilität der Haushaltungen erleichtert Vergleiche und nötigenfalls auch den Abfluss der Kaufkraft.

Credit Suisse hat unlängst das Ergebnis einer Erhebung bei den CH-Detailhändlern wie folgt publiziert:

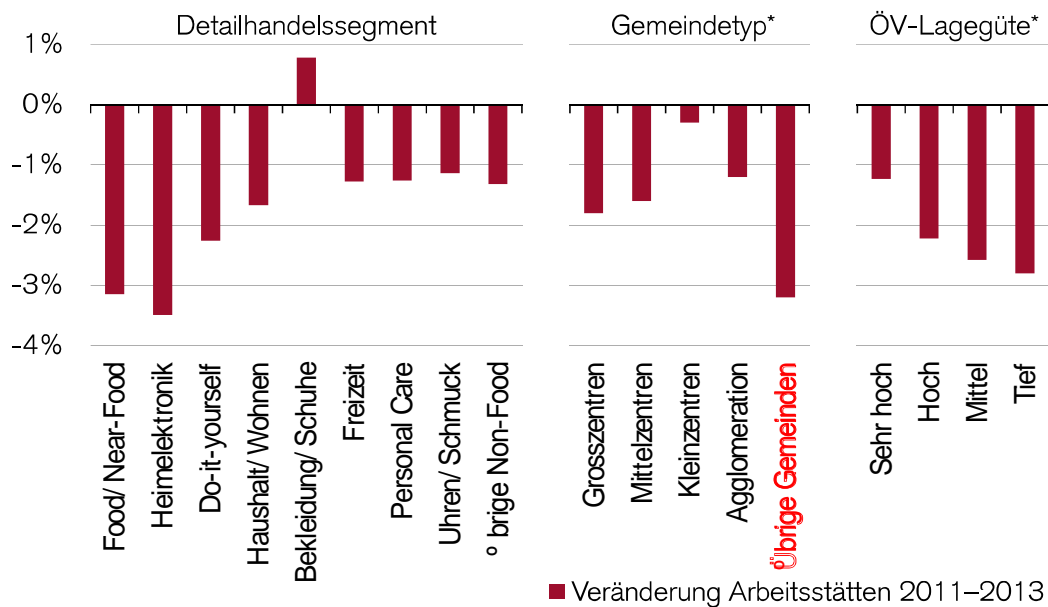
- Es planen mehr als 50 % aller Retailer keine Ausdehnung ihrer Verkaufsflächen.
- Es sind 70 % der Anbieter von Lebensmitteln auf der Suche nach zusätzlichen grösseren Verkaufsflächen.

- Es sehen 53 % der Retailer im Bereich Near-/Non-Food ihre Zukunft mit den bestehenden oder kleineren Verkaufsflächen.

Tatsache ist, dass die Zahl der Arbeitsstätten im CH-Detailhandel laufend abnimmt. Die nachstehende Graphik zeigt die Veränderungen im Zeitraum 2011 – 2013 nach Branche, Gemeindetyp und ÖV-Lagegüte. Für Buttisholz als „Übrige Gemeinde“ mit tiefer ÖV-Lagegüte sind die Voraussetzungen eher ungünstig.

Veränderung Retailstruktur 2011–2013

Veränderung der Arbeitsstätten 2011–2013, * gesamter Detailhandel



Quelle: Bundesamt für Statistik, Bundesamt für Raumentwicklung, Credit Suisse

Die Detailhandelslandschaft im Umfeld als Rahmenbedingung

Die Detailhandelslandschaft im Umfeld von Buttisholz bestimmt, in welchem Ausmass dort ein Kaufkraftabfluss oder Kaufkraftzufluss stattfindet. Indirekt ist sie somit ein wesentlicher Bestimmungsfaktor für eine mögliche Zen-

trumsentwicklung in Buttisholz. Generell gilt, dass sich die Detailhandelslandschaft kaum gezielt verändern lässt bzw. sich im Regelfall¹⁾ auch nur relativ träge verändert.

a) Allgemeine Situation

Buttisholz ist umgeben von Gemeinden, welche entweder eine ähnliche Einwohnerzahl aufweisen (Nottwil, Menznau, Grosswangen) oder aber wesentlich grösser sind (Ruswil, Sursee). Sursee hält als Regionalzentrum ein Angebot an Gütern und Dienstleistungen bereit, welches durchaus demjenigen vieler Kleinstädte ebenbürtig ist.

Von einiger Bedeutung ist immer, wo in der Detailhandelslandschaft die beiden Grossverteiler Migros und Coop sowie die Discounter Aldi, Lidl und Denner ihre Filialen betreiben. Diesbezüglich ergibt sich folgendes.

Ort	Migros	Coop	Aldi	Lidl	Denner
Sursee	✓	✓	✓	✓	✓
Menznau	--	--	--	--	✓
Ruswil	✓	✓	--	--	✓
Sempach	--	✓	--	--	--
Willisau	✓	✓	✓	✓	--
Nottwil	--	--	--	--	✓

Mittelfristig ist damit zu rechnen, dass mindestens ein grosser Food-Discounter einen weiteren Standort belegt.

b) Überprüfung Kaufkraftzufluss in Buttisholz

Naturgemäss wären Kenntnisse über den Verlauf der Kaufkraftströme in einer Region von grossem Interesse. Entsprechende Daten lassen sich aber nur bedingt und mit sehr hohem Aufwand beschaffen. Im vorliegenden Fall interessiert aber primär, ob mit einem Zustrom an Kaufkraft in Buttisholz gerechnet werden kann. In diesem Zusammenhang wurden die Halterdomicile von 200 Fahrzeugen erfasst, welche im Bereich von Spar-Supermarkt und Landi-Markt abgestellt waren. Es ergab sich folgende Situation:

1) Eine Ausnahme bildet z.B. die bevorstehende Schliessung des M-Parcs in Ebikon und die Verlegung der heute dort operierenden Fachmärkte in die Mall of Switzerland. Dadurch dürfte die Detailhandelslandschaft primär in Ebikon, aber auch einigen Nachbargemeinden einige Veränderungen erfahren.

<i>Halterdomizil in ...</i>	<i>Anzahl</i>	<i>Anteil</i>
Buttisholz	81	40.5 %
Nottwil, Grosswangen, Oberkirch Sempach, Sursee, Menznau Ruswil, Neuenkirch	95	47.5 %
Übrige Gemeinden Kt. Luzern	17	8.5 %
Andere Kantone	5	2.5 %
Ausland	2	1,0 %
Total	200	100.0 %

Aufgrund der Ergebnisse ist davon auszugehen, dass die Haushaltungen in Buttisholz mehr am Standort Spar / Landi ausgeben als im Zentrum von Buttisholz. Es ist auch wenig wahrscheinlich, dass von umliegenden Gemeinden ein grösserer Kaufkraftzufluss ins Zentrum von Buttisholz erfolgt. Punktuelle Ausnahmen können die Regel bestätigen.

Detailhandel und publikumsorientierte Dienstleistungsbetriebe in Buttisholz

Buttisholz weist 13 Detailhandelsbetriebe mit 51 Beschäftigten bzw. 32.2 VZÄ auf und 2 Gastronomiebetriebe. Die Beschäftigungssituation im Detailhandel war in den letzten Jahren einigermassen stabil.







Hinsichtlich der Angebotsstruktur sind folgende Merkmale wichtig:

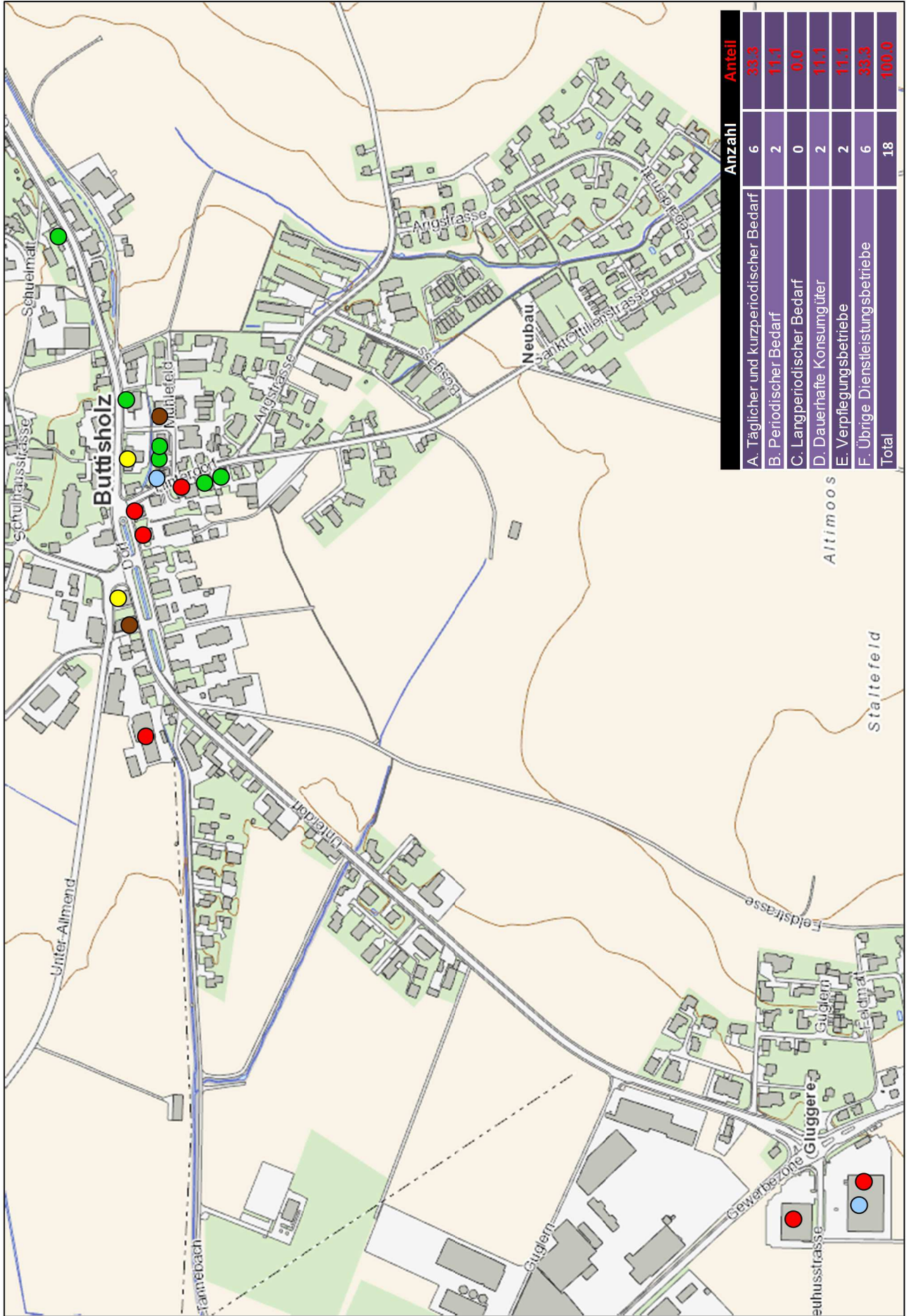
1. Die beiden Grossverteiler Migros und Coop sind nicht vertreten.

2. Die drei wichtigsten Food-Discounter Denner, Aldi und Lidl sind nicht vertreten.
3. Mit Spar und dem Landmarkt sind zwei national operierende Filialisten mit Gütern des täglichen und beschränkt auch des periodischen Bedarfs vertreten.
4. Ein knappes Dutzend Fachgeschäfte in allen Bedarfsgruppen deckt punktuelle Bedürfnisse ab.
5. Rund ein Dutzend Betriebe bieten publikumsorientierte Dienstleistungen innerhalb eines Spektrums an, welches einen Schwerpunkt im Bereich Coiffure / Kosmetik / Körperpflege aufweist.

Aufgrund der Beschäftigtenzahl und der Strukturmerkmale ist davon auszugehen, dass im Bereich Detailhandel ein Umsatz in der Größenordnung von ca. 14 – 15 Mio. / Jahr erzielt wird.

Eine Bestandesaufnahme im Frühjahr 2016 berücksichtigte folgenden Erhebungsraster:

<p>A. <i>Täglicher und kurzperiodischer Bedarf:</i></p> 	<p>U.a. frische und verpackte Nahrungsmittel, Zeitungen, Zeitschriften, Raucherwaren, Drogerieartikel, Souvenirs, usw.</p>
<p>B. <i>Periodischer Bedarf:</i></p> 	<p>U.a. Bekleidung (ohne Luxusbekleidung wie Pelze, usw.), Schuhe, Spielwaren, Parfümerien, Babybedarf, Schallplatten / Kassetten, Videobänder, Arzneimittel.</p>
<p>C. <i>Langperiodischer Bedarf:</i></p> 	<p>U.a. Uhren, Schmuck, Sportartikel, Luxusbekleidung, Optik, Radio/TV (Geräte), Photogeschäfte.</p>
<p>D. <i>Dauerhafte Konsumgüter:</i></p> 	<p>Einrichtungs- und Kunstgegenstände, Haushaltsmaschinen, Heimtextilien Teppiche, Kunst (ohne Kunstgewerbe) Briefmarken und Münzen, Velo/Motos.</p>
<p>E. <i>Verpflegung:</i></p> 	<p>Cafeterias, Restaurant, Snack-Bars, Wurstbratereien, usw. (keine Einzelklassierung, wenn gleiche Infrastruktur).</p>
<p>F. <i>Übrige Dienstleistungen:</i></p> 	<p>Banken, Wechselstuben, PTT, Reisebüros, Chem.Reinigungen, Schuhflickereien, Wäschereien, Spielsalons, Coiffeurbetriebe</p>



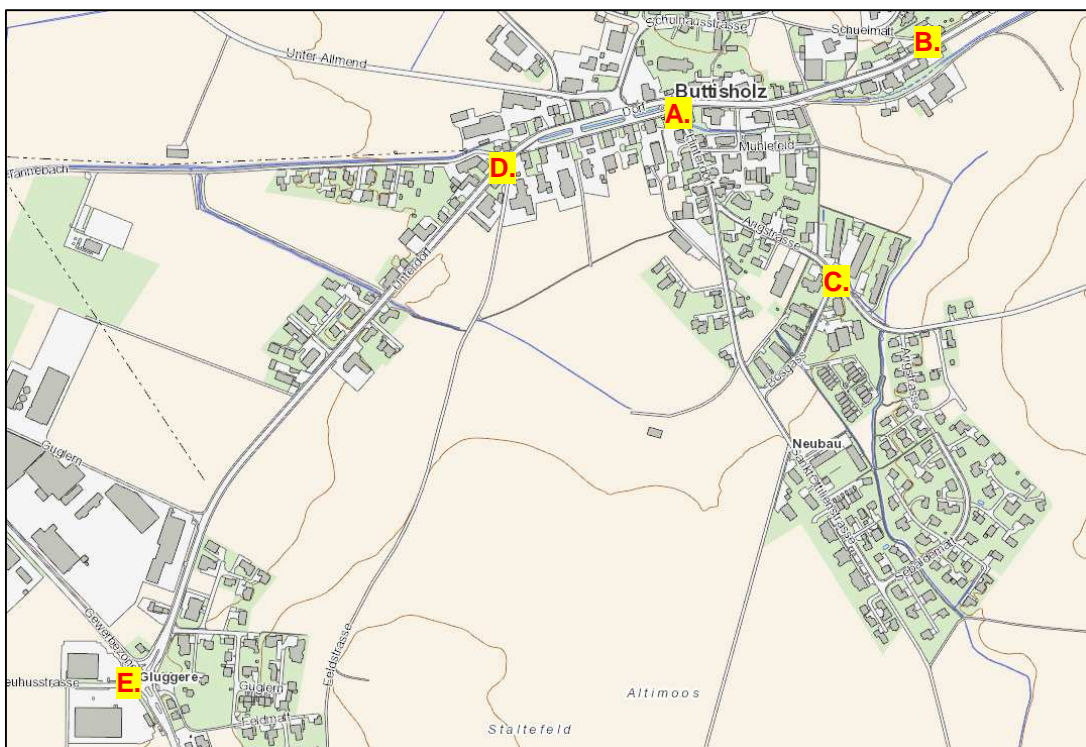
Die Publikumsfrequenzen im Zentrum von Buttisholz als Rahmenbedingung

Eine Zentrumszone entwickelt dann ein (gewünschtes) Eigenleben, wenn sie minimale Publikumsfrequenzen aufweist und neben Zielpublikum auch Laufpublikum vorhanden ist. Wichtig sind immer auch die Strukturmerkmale des Publikums, also die Geschlechterproportion und der Anteil einzelner Altersklassen.

Die langjährigen Erfahrungen haben gezeigt, dass Schlussfolgerungen bezüglich der Standortqualität aus den Publikumsfrequenzen nur dann einigermaßen zuverlässig sind, wenn im Zeitraum zwischen 07.00 Uhr – 19.00 Uhr rund mehr als 1000 Personen erfasst werden können. Unter diesen Voraussetzungen können Frequenzspitzen von 200+ Personen / Std. erreicht werden.

In Buttisholz wurde an verschiedenen Wochentagen und zu verschiedenen Tageszeiten eine Reihe von Stichproben genommen. Die Messpunkte waren wie folgt verteilt:

- A. Dorf, Höhe Einmündung Hinterdorf
- B. Oberdorf, Höhe Einmündung Schuelmatt
- C. Arigstrasse, Höhe Einmündung Bösgass
- D. Unterdorf, Höhe Einmündung Feldstrasse
- E. Gluggere, Raum Spar – Landi



Eine statistisch relevante Anzahl von Passanten konnte bei keinem Messpunkt nachgewiesen werden!

Aufgrund der Stichproben ergibt sich klar,

dass im Bereich des zusammenhängenden Siedlungsgebietes von Buttis-
holz die für eine Auswertung erforderliche Minimalfrequenz nie bzw.
bei keinem Messpunkt erreicht wird;

dass im Raum „Gluggere“ die Minimalfrequenz gelegentlich, d.h. an einzel-
nen Samstagen bzw. vor Feiertagen erreicht und leicht übertroffen
wird. ¹⁾

Die Stichproben lassen mit einer gewissen Vorsicht noch folgende Interpre-
tationen zu:

1. Das Publikum im Zentrum ist älter als im Gebiet „Gluggere“.
2. Die Publikumsfrequenzen weisen erhebliche Schwankungen auf, welche
sich primär aus dem Fahrplan des ÖV ergeben.
3. Standortbedingt ist motorisiertes Publikum primär im Raum „Gluggere“
und Fussgänger primär im historischen Zentrum anzutreffen.

Die Voraussetzungen für ein attraktives Zentrum sind zumindest von den
frequenzmässigen Voraussetzungen her nicht günstig, da eine
kontinuierliche Bepflung fehlt. Oder umgekehrt: ein funktionierendes
Ortszentrum wäre auf einen eigenen Publikumsmagnaten angewiesen,
welcher die Frequenz garantiert.

1) Hinweis: Dies bedeutet nicht, dass der Fahrzeugverkehr entsprechende Werte
erreicht. Viele Fahrzeuge sind doppelt oder sogar dreifach besetzt.

Ausgaben der Haushaltungen in Buttisholz

Das Ausgabenvolumen der Haushaltungen in Buttisholz ist insofern nicht ganz einfach zu bestimmen, als der Anteil von Haushaltungen, welche selbst noch Nahrungsmittel produzieren, vergleichsweise hoch ist.

Unter Berücksichtigung der Einkommenssituation und der Haushaltstruktur können die auf einzelne Positionen entfallenden Ausgaben vorsichtig wie folgt eingeschätzt werden:

<i>Position</i>	<i>in Mio. CHF</i>
Nahrungsmittel aller Art	8.0
Alkoholfreie Getränke	0.8
Alkoholische Getränke	1.1
Tabakwaren	0.5
Auswärtsverpflegung aller Art ¹⁾	6.0
Herrenbekleidung	0.8
Damenbekleidung	1.3
Kinderbekleidung	0.3
Übrige Bekleidung	0.2
Schuhe	0.7
Wohnungseinrichtung	1.5
Haushaltwäsche, Heimtextilien	0.3
Haushalt- und Küchengeräte	0.9
Werkzeuge für Haus und Garten	0.6
Laufende Haushaltungsführung, incl. häusliche Dienste	0.7
Pharmaprodukte, Sanitätsmaterial, med. Geräte	1.0
Motorräder, Mofa, Velo (nur Kauf)	0.3
Audiovisuelle Geräte, Photo, EDV, Bild- und Tonträger	1.2
Sportartikel, Spielzeug, Camping, Freizeit, Pflanzen, Haustiere, usw. (nur Kauf)	1.8
Sport, Freizeit, Kultur, usw. (nur Dienstleistungen)	2.7
Presseerzeugnisse, Bücher, Papeteriewaren	0.8
Coiffeur, Körperpflege	1.7
Persönliche Ausstattung	0.6
Gemachte Geschenke und Einladungen	2.3

1) Dies schliesst z.B. auch die Auswärtsverpflegung von Pendlern ein, die ihren Arbeitsplatz ausserhalb der Gemeinde haben.

Gesamthaft ergeben sich Ausgaben für Güter des Detailhandels und publikumsorientierte Dienstleistungen in der Grössenordnung von rund 36 Mio. Dies entspricht etwa der Hälfte der gesamten Konsumausgaben der Haushaltungen.

Die vorstehend festgehaltenen Daten sind in zweierlei Hinsicht interessant:

1. Aufgrund der Zahl der Beschäftigten im Detailhandel und im Bereich der einfachen Dienstleistungen ist davon auszugehen, dass rund 50 % der Kaufkraft der Haushaltungen in Richtung externer Anbieter abfliessen.
2. Es zeigt sich deutlich, dass die Ausgaben der Haushaltungen in Buttisholz nur in ganz wenigen Branchen für einen existenzfähigen Anbieter ausreichen. Entweder müssen mehrere Angebote kombiniert werden oder aber es müsste Kaufkraft von auswärts zufließen.

Im Rahmen der weiteren Überlegungen zur Entwicklung wird zu prüfen sein, ob sich an den vorstehend festgehaltenen Sachverhalten etwas ändern lässt. Primär müsste es wohl darum gehen, dem Zentrum zusätzliche Kaufkraft zuzuführen. Dies kann entweder auf Kosten externer Anbieter (z.B. in Sursee) oder aber auf Kosten interner, an der Peripherie gelegenen Anbieter (z.B. Spar / Landi) geschehen. Voraussetzung für das Gelingen wäre, dass im Zentrum ein Angebot bereitgestellt werden kann, welches sowohl von der Qualität als auch vom Preis und bis zu einem gewissen Grad auch vom Umsatz her konkurrenzfähig ist. Dem entgegen steht allenfalls, dass in Buttisholz das entsprechende Kaufkraftpotential, welches einem entsprechenden Anbieter existenzsichernde Umsätze ermöglicht, gar nicht vorhanden ist.

B. Empirische Überprüfungen

Zweck der empirischen Überprüfungen

Die empirischen Überprüfungen haben den Zweck, einerseits gewisse Erkenntnisse zu vertiefen und andererseits einzelne Sachverhalte sowohl von der Angebots- wie von der Nachfragerseite her zu beleuchten. Zu diesem Zweck wurde eine grössere Zahl von Haushaltungen mittels Fragebogen kontaktiert und mit Exponenten des lokalen Gewerbes eine Reihe von Interviews durchgeführt. Ohne den Ergebnissen vorausgreifen zu wollen, kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass sich keine Widersprüche zu den Ergebnissen der theoretischen Überprüfungen ergeben, aber eine Reihe von wertvollen Hinweisen zu möglichen Entwicklungsvorhaben.

Anlage der Befragung von Haushaltungen

Insgesamt wurden 200 Fragebogen an Haushaltungen in der Gemeinde Buttisholz versandt. Die Haushaltungen wurden nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Der Versand erfolgte ab dem 2. Mai 2016 und der Rücklauf setzte in der gleichen Woche ein.

Aus den rücklaufenden Fragebogen wurde eine Stichprobe gezogen, deren Zusammensetzung bezüglich Haushaltstyp derjenigen der Haushaltungen in der Gemeinde Buttisholz entsprach. Damit ergab sich folgende Situation per 27. Mai 2016.

Fragebogen versandt	200
Rücklauf	77
./.. nicht zustellbar	--
./.. ungültig	1
<hr/>	
= Gültige Fragebogen	76
./.. überzählige Fragebogen	4
<hr/>	
= in die Auswertung einbezogen	72

Bezüglich der gültigen Fragebogen ergibt sich eine Rücklaufquote von 38 %. Diese ist zwar ausreichend, im Verhältnis zu derjenigen bei Befragungen mit ähnlicher Ausrichtung in anderen Gemeinden im Kt. Luzern eher tiefer. Je nach Belieben kann man daraus schliessen, dass die Materie nicht

allzu sehr interessiert bzw. dass man mit der aktuellen Versorgungssituation im Prinzip zufrieden ist.

Eher ungewöhnlich war im Übrigen die Tatsache, dass rund 8 % der Fragebogen von den antwortenden Haushaltungen abgeändert wurden. Unter Berücksichtigung der Anliegen des Datenschutzes wurden die Fragebogen vor der Auswertung anonymisiert und nach der Auswertung vernichtet.

Ergebnisse der Auswertung

Die Auswertung der Fragebogen gestaltete sich weitgehend problemlos. Verglichen mit Befragungen in ähnlichem Umfeld war die Anzahl der zusätzlich angebrachten Randbemerkungen eher gering. Wie andernorts in kleinen Gemeinden war auch in Buttisholz die Frist zwischen Versand der Fragebogen und Rücklauf eher lang.

Bei der nachfolgenden Auswertung ist zu beachten, dass 100 % der Antworten nicht immer der gleichen Anzahl ausgewerteter Fragebogen entsprechen, da die befragten Haushaltungen nicht immer alle Fragen beantworten konnten oder wollten.

Das Spektrum der antwortenden Haushaltungen war erfreulich breit und umfasste alle Haushaltstypen. Das Schwergewicht lag bei Eltern-Haushaltungen mit Kindern. Dies ist insofern günstig, als dieser Haushaltstyp relativ stark konsumorientiert ist und eine breite Bedürfnisskala aufweist. Damit waren gute Voraussetzungen für die Beantwortung der Fragen gegeben. Bei den Einzelperson-Haushaltungen wurden solche mit und ohne Erwerbstätigkeit erfasst.

Bei veränderten Fragebogen¹⁾ wurde – soweit dies möglich war – eine Richtigstellung vorgenommen. Andernfalls blieb eine Antwort unberücksichtigt. Rückfragen bei den antwortenden Haushaltungen waren nicht erforderlich, was für die gute Qualität der Antworten spricht.

¹⁾ Abänderungen bezogen sich vor allem auf ausgetauschte Einkaufsorte oder auf Unternehmensbezeichnungen anstelle von Standorten.

1. Einkaufen

Die nachstehenden Antworten beziehen sich auf das allgemeine Einkaufsverhalten, welches für Ihre Haushaltung zutrifft.

1.1 Einkaufsorte

Wie oft kaufen Sie regelmässig, d.h. an den aufgeführten Orten ein? (mehrere Antworten möglich)

Es ergab sich für die einzelnen Standorte folgende Anzahl Nennungen.

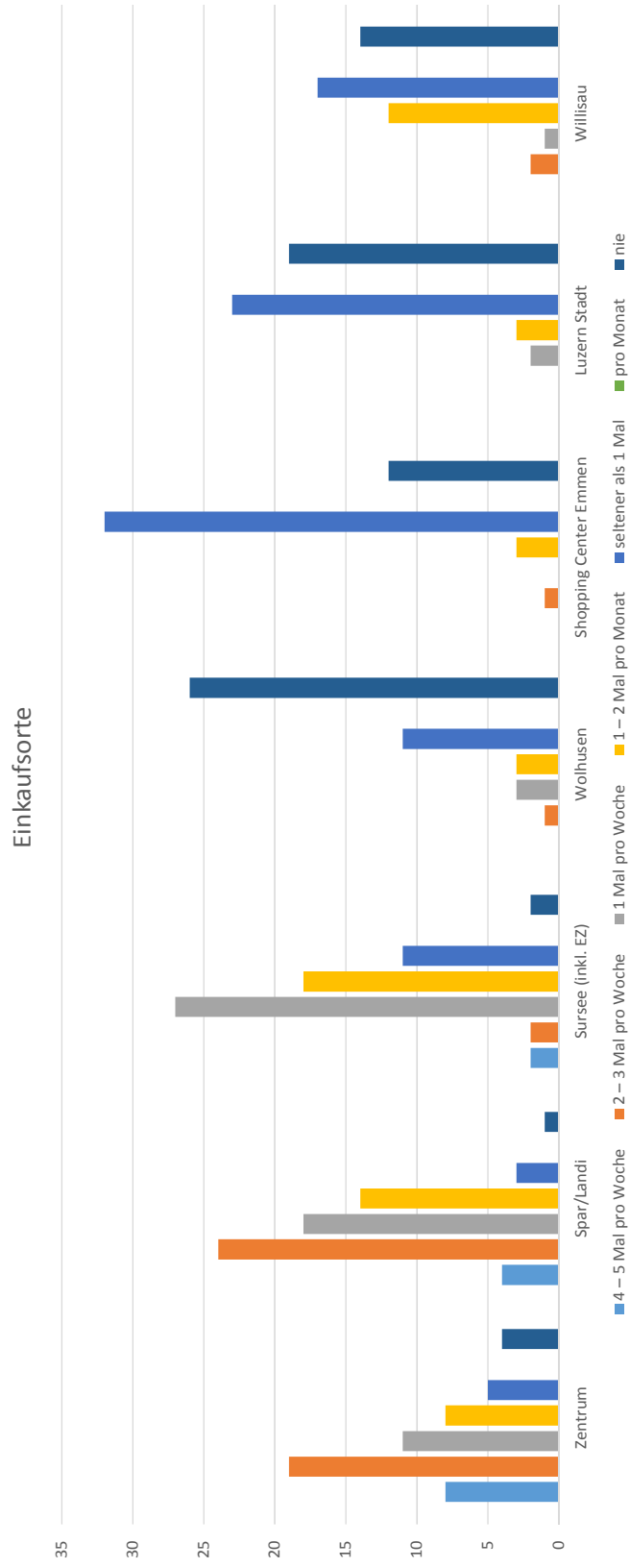
	In meiner Wohngemeinde		Sursee (inkl. Einkaufszentren)	Wolhusen	Shopping Center Emmen	Luzern Stadt	Willisau
	Zentrum	Spar/Landi					
4 – 5 Mal pro Woche	8	4	2	--	--	--	--
2 – 3 Mal pro Woche	19	24	2	1	1	--	2
1 Mal pro Woche	11	18	27	3	--	2	1
1 – 2 Mal pro Monat	8	14	18	3	3	3	12
seltener als 1 Mal pro Monat	5	3	11	11	32	23	17
nie	4	1	2	26	12	19	14

Kommentar:

Die starke Marktstellung von Spar / Landi in Buttisholz ist unübersehbar. Zentrale Bedeutung für die Versorgung hat aber Sursee mit seinen Einkaufszentren. Dort tätigen viele Haushaltungen ihre Wocheneinkäufe. Bezüglich der Einkäufe in anderen Gemeinden der Region ergibt sich folgende Anzahl Nennungen:

Ruswil	25 x
Rüdiswil	14 x
Grosswangen	5 x
Nottwil	5 x
Neuenkirch	3 x

Ausserhalb der Region wurden Schenkon (4 x) und Reiden (1 x) als Einkaufsorte erwähnt.



1.2 Einkaufsort und Produktgruppen

Wo kaufen Sie die folgenden Produktgruppen am häufigsten ein und wo beanspruchen Sie wichtige Dienstleistungen?
(mehrere Antworten möglich)

Nachstehend ist festgehalten, wie oft einzelne Einkaufsdestinationen genannt wurden (Anzahl Nennungen)

	In meiner Wohngemeinde		Sursee (inkl. Einkaufs- zentren)	Wolhusen	Shopping Center Emmen	Luzern Stadt	Willisau
	Zentrum	Spar/Landi					
Kioskartikel	6	22	27	--	3	--	--
Lebensmittel/Getränke	28	39	25	2	--	--	8
Reinigungsmittel	12	29	33	2	--	--	6
Apotheke / Drogerie	--	--	36	5	3	2	8
Haushaltartikel	24	30	32	2	--	--	9
Blumen / Pflanzen	45	37	15	1	5	2	6
Bekleidung / Schuhe	2	6	45	3	27	18	8
Geschenkartikel	27	15	39	--	11	11	16
Papeterie	3	6	44	3	8	2	7
Sport / Freizeit	--	1	47	2	19	6	12
U-Elektronik	1	--	48	1	15	3	3
Restaurant	32	--	35	--	5	12	3
Bank	37	3	27	--	1	2	--
Coiffeur	24	--	15	--	--	1	5
Post	48	--	7	--	1	3	--

Kommentar:

Bezüglich der Versorgung mit Gütern hat das Zentrum klar eine geringere Bedeutung als der Standort Spar / Landi. Das Zentrum kann sich im Prinzip nur (noch?) halten, weil dort massiv Dienstleistungen beansprucht werden. Hervorragend ist die Marktposition von Sursee inkl. Einkaufszentren, weil dort Grossverteiler und Billiganbieter zu finden sind. Dass das Shopping Center Emmen öfter genannt wird als die Stadt Luzern, ist nicht weiter verwunderlich: im Gegensatz zur Kantonshauptstadt stehen dort genügend Parkplätze zur Verfügung.

1.3 Einkaufsort und Verkehrsmittel

Wenn Sie an den nachstehenden Orten einkaufen: wie tun Sie das in der Regel?

Für die einzelnen Möglichkeiten ergaben sich folgende Anteile:

	In meiner Wohngemeinde		Sursee (inkl. Einkaufs- zentren)	Wolhusen	Shopping Center Emmen	Luzern Stadt	Willisau
	Zentrum	Spar/Landi					
Mit dem Auto	24.6 %	57.4 %	89.8 %	100.0 %	84.8 %	68.6 %	96.1 %
Mit dem Velo	27.7 %	18.5 %	2.0 %	--	--	--	3.9 %
Mit dem ÖV	--	--	8.2 %	--	15.2 %	31.4 %	--
Zu Fuss	47.7 %	24.1 %	--	--	--	--	--
T o t a l	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Kommentar:

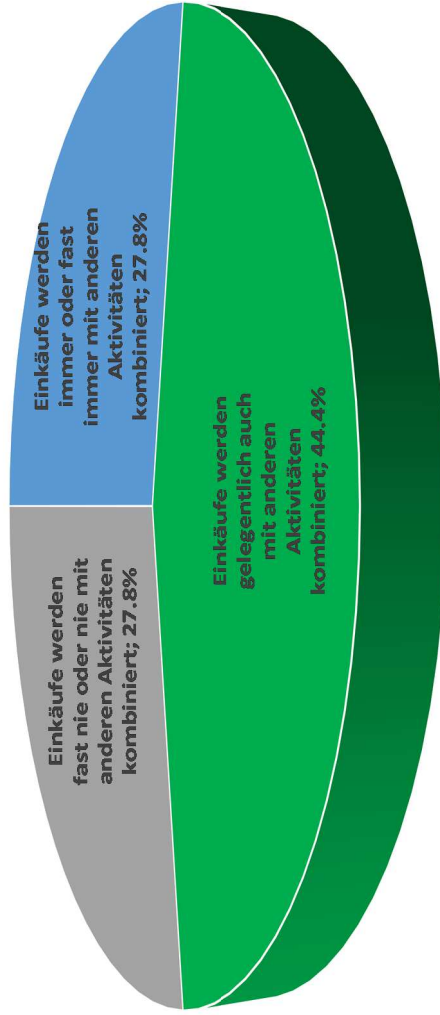
Viele Haushaltungen kaufen auch dann mit dem Auto ein, wenn die Einkaufsorte noch innerhalb der üblichen Fussgängerdistanz liegen. Einerseits dürfte dies mit den Einkaufsmengen zusammenhängen, andererseits ergibt sich aus der Beantwortung von Frage 1.4 ein Hinweis.

1.4 Einkaufsverhalten

Was gilt bei Ihren Einkäufen in der Regel?

Für einzelne Alternativen ergaben sich folgende Anteile:

Einkäufe werden immer oder fast immer mit anderen Aktivitäten kombiniert	27.8 %
Einkäufe werden gelegentlich auch mit anderen Aktivitäten kombiniert	44.4 %
<u>Einkäufe werden fast nie oder nie mit anderen Aktivitäten kombiniert</u>	<u>27.8 %</u>
Total	100.0 %



Kommentar:

Die gelegentliche oder häufige Kombination des Einkaufens mit anderen Aktivitäten ergibt sich u.a. im Zusammenhang mit dem relativ bescheidenen Dienstleistungsangebot bzw. Infrastrukturen in Buttisholz. Wenn keine Kombination erfolgt, bezieht sich dies zumeist auf ältere Haushaltungen.

1.5 Wünschbare Veränderungen

Welche der nachstehenden Anliegen bezüglich des Einkaufens sind für Sie besonders wichtig, und zwar unabhängig vom Ort des Einkaufs?

Soweit ein Anliegen sehr wichtig war, wurde es mit 2 Punkten berücksichtigt, wichtige Anliegen mit 1 Punkt und nicht wichtige Anliegen mit 0 Punkten.

Auf einzelne Anliegen entfiel total folgende Punktzahl:

Es sollte generell mehr Fachgeschäfte haben	54 Punkte
Es sollte generell mehr Grossverteiler haben	27 Punkte
Es sollte mehr Discountgeschäfte haben	28 Punkte
Die Ladenöffnungszeiten sollten länger sein	29 Punkte
Der Hauslieferdienst sollte ausgebaut werden	18 Punkte
Mehr Selbstbedienungsgeschäfte, damit es rascher geht	17 Punkte
Mehr Anlässe und Veranstaltungen	21 Punkte
Kinderhütendienst, damit Einkauf in Ruhe möglich ist	18 Punkte

Bezüglich weiteren wünschbaren Veränderungen (unter Ausklammerung des Angebots) wurden bessere Parkierungsmöglichkeiten bei den Ladengeschäften im Zentrum genannt.

Kommentar:

Wenn man vom Wunsch nach mehr Fachgeschäften einmal absieht, ergeben sich zwar keine Schwerpunkte bei den Antworten, aber doch klare Hinweise:

- Das Angebot sollte preisgünstiger sein (Grossverteiler, Discounter)
- Die Ladenöffnungszeiten sollten länger sein.

Als Reaktion auf unerfüllte Wünsche ergibt sich in der Regel ein (zunehmender) Kaufkraftabfluss.

1.6 E-Commerce / Online Handel

Viele Haushaltungen kaufen heute auch über das Internet ein und lassen sich die Einkäufe nach Hause liefern. Was gilt für Ihre Haushaltung?

Wir tun dies selten oder nie	62.5 %
Wir tun dies gelegentlich	30.6 %
<u>Wir tun dies ziemlich oft</u>	<u>6.9 %</u>
T o t a l	100.0 %

Kommentar:

Es werden die im ländlichen Raum üblichen Werte erreicht.

Soweit über Internet eingekauft wird, wurden folgende Artikel genannt:

Bekleidung	18 x
Elektronik	15 x
Nahrungsmittel, Getränke	10 x
Haushaltgeräte	7 x
Schuhe	6 x
Bücher	5 x
Sportartikel	4 x
Reisen	4 x
Büromaterial	3 x
Spielwaren	3 x
Diverses	11 x

Kommentar:

Die Struktur der Internet-Einkäufe weicht nicht wesentlich von derjenigen im urbanen Bereich ab, ausser in einem Punkt: in den Städten werden Tickets für Veranstaltungen, Kino, usw. oft über Internet eingekauft.

2. Einkaufen in Ihrer Wohngemeinde

Die nachstehenden Fragen beziehen sich alle nur auf das Angebot in Ihrer Wohngemeinde Buttisholz.

2.1 Detailhandelsangebot

Wie gut ist Ihrer Meinung nach das Angebot bei den nachstehenden Produktgruppen?

Für einzelne Angebote in Buttisholz ergab sich folgende Bewertung.

	nicht vorhanden	schlecht	unbefriedigend	durchschnittlich	gut	sehr gut
Kioskartikel	6	2	3	22	18	11
Nahrungsmittel	--	--	3	12	24	33
Getränke	--	--	--	8	27	37
Haushalt / Eisenwaren	--	--	--	8	27	37
Blumen / Pflanzen	--	--	2	2	39	31
Bekleidung	47	11	9	3	1	--
Schuhe	48	9	9	4	5	--
Papeterie	14	12	21	11	12	2
Geschenkartikel	--	5	19	20	9	3
Kosmetik	3	5	16	25	9	6
Coiffeur	--	--	2	9	36	22
Bank	--	--	1	10	37	20
Post	--	--	5	15	30	22

Kommentar:

Wie praktisch immer bei solchen Befragungen ist der Wissensstand bezüglich des effektiv vorhandenen Angebots leicht unterschiedlich. Das Resultat lässt sich auf einen einfachen Nenner bringen: was vorhanden ist, wird als gut oder sogar sehr gut bewertet. Die hohen Punktzahlen bei Haushalt/Eisenwaren und Blumen/Pflanzen zeigen, dass die Kunden besonderes Fachwissen honorieren.

2.2 Einkäufen: Früher und heute

Was trifft bezüglich Ihrer Einkäufe in Ihrer Wohngemeinde Buttisholz im Verlauf der letzten fünf Jahre am ehesten zu?

Für einzelne Alternativen ergaben sich folgende Anteile:

Einkäufe sind deutlich grösser geworden	15.5 %
Einkäufe sind etwas grösser geworden	29.6 %
Einkäufe sind gleich geblieben	38.0 %
Einkäufe sind leicht zurückgegangen	14.1 %
<u>Einkäufe sind deutlich zurückgegangen</u>	<u>2.8 %</u>
T o t a l	100.0 %

Falls Einkäufe deutlich zurückgegangen sind, weshalb

Dies hat im weitesten Sinne mit der veränderten Situation unserer Haushaltung zu tun (z.B. Wegzug der Kinder)	44.4 %
Dies hat mit dem unbefriedigenden Angebot zu tun (fehlende Artikel, usw.)	22.2 %
<u>Dies hat andere Gründe (z.B. anderer Arbeitsort)</u>	<u>33.4 %</u>
T o t a l	100.0 %

Kommentar:

Das Marktvolumen in der Gemeinde Buttisholz dürfte in den letzten Jahren zugenommen haben und damit hätte sich im Prinzip die Existenzgrundlage für einige Anbieter verbessert. Es muss davon ausgegangen werden, dass davon primär Landi und Spar profitiert haben.
Was die Gründe für den allenfalls deutlichen Rückgang der Einkäufe bei einigen Haushaltungen angeht, fällt auf, dass das unbefriedigende Angebot keine allzu grosse Rolle gespielt hat. Dies deckt sich auch mit den Antworten auf andere Fragen.

2.3 Fehlende Angebote in Ihrer Wohngemeinde

Welche wichtigen Angebote fehlen Ihrer Ansicht nach in Ihrer Wohngemeinde am meisten?

Bezüglich fehlender Angebote im Zentrum wurde folgendes genannt:

Drogerie	20 x
Apotheke	12 x
Cafeteria	11 x
Restaurant*	11 x
Bekleidung	9 x
Schuhe	8 x
Papeterie	5 x
Grossverteiler	3 x
Kosmetik, Körperpflege	2 x
Spielwaren	2 x
Optik	1 x
Regionale Produkte	1 x
Metzgerei	1 x

* Alle Typen, von Speiserestaurant über Pizzeria bis China-Restaurant.

Kommentar:

Dieses Resultat war auch aufgrund der Bestandsaufnahme zu erwarten. Die Drogerie ist der kleinstmögliche Anbieter von Non-Food-Artikeln im Bereich täglicher/kurzperiodischer Bedarf. Eine Apotheke würde die steigende Nachfrage im Gesundheitsbereich abdecken und eine Cafeteria hätte eine Treffpunktfunktion.

Bezüglich fehlender Angebote im Bereich Landi / Spar wurde folgendes genannt:

Bekleidung	5 x
Papeterie	3 x
Haushaltartikel	2 x
Apotheke	2 x
Drogerie	2 x
Bäckerei	1 x
Tierbedarf	1 x
Elektronik	1 x
Geschenkartikel	1 x
Schuhe	1 x
Regionale Produkte	1 x
Kino	1 x
Weinhandel	1 x
Bastelshop	1 x
Bio-Produkte	1 x
Haushaltgeräte	1 x
Take Away	1 x

Kommentar:

Die Zahlen sprechen für sich selbst. Die Ergänzungswünsche sind von der Anzahl her bescheiden und wenn überhaupt ist ein Schwerpunkt nur bei Bekleidung erkennbar. Unter einem anderen Gesichtspunkt kann man das Ergebnis auch dahin interpretieren, dass das vorhandene Angebot am Standort Landi/Spar grossmehrheitlich als zufriedenstellend angesehen wird.

2.4 Wünsche:

Was wäre bezüglich des Angebots an Gütern und Dienstleistungen in Ihrer Wohngemeinde auch noch wünschbar?

Auf die drei Alternativen entfielen folgende Anteile:

Das Angebot sollte stärker konzentriert sein, damit das Einkaufen bequemer wird	29.3 %
Das Angebot sollte preisgünstiger sein	48.8 %
<u>Die Auswahl sollte grösser sein</u>	<u>21.9 %</u>
T o t a l	100.0 %



Kommentar:

Eine stärkere Konzentration wäre im Rahmen eines funktionierenden Zentrums möglich. Gravierender ist die Feststellung von rund der Hälfte der Haushaltungen, dass das Einkaufen in Buttisholz zu teuer sei, insbesondere im Zentrum. Diese Meinung drückt sich auch in diversen Randbemerkungen aus wie „das Zentrum ist nichts für kleine Portemonnaies“. Die Auswahl wird aber nicht allzu stark bemängelt.

2.5 Störfaktoren

Welche Störfaktoren, ungünstigen Entwicklungen, usw. in Ihrer Wohngemeinde stören Sie beim Einkaufen in Ihrer Wohngemeinde am meisten?

Bei theoretisch möglichen 72 Nennungen bezüglich einzelner Störfaktoren ergab sich folgendes:

	Nennungen
zu viel Verkehr, zu viele Baustellen	5 x
Angebot zu wenig konzentriert	18 x
zu wenig Ordnung und Sauberkeit	2 x
zu wenig Sicherheit	2 x

Weitere Störfaktoren wurden wie folgt genannt:

Verkehrsregime (Vortrittsregelungen, gefährliche Bushaltestellen, fehlende Fussgängerstreifen, usw.)	8 x
Behinderungen durch Schüler vor Läden	2 x

Kommentar:

Die Zahl der Nennungen ist gering im Vergleich zu anderen Gemeinden. Die zu geringe Konzentration des Angebots weist auf das fehlende Zentrum des Ortes hin.

3. Verpflegung in Ihrer Wohngemeinde (Gastrobetriebe)

3.1 Was gilt bezüglich der Verpflegung in Ihrer Wohngemeinde?

Auf einzelne Verhaltensweisen entfallen folgende Anteile:

Wir suchen regelmässig Verpflegungsbetriebe auf	15.2 %
Wir suchen unregelmässig Verpflegungsbetriebe auf	41.7 %
<u>Wir suchen fast nie oder nie Verpflegungsbetriebe auf</u>	<u>43.1 %</u>
T o t a l	100.0 %

Kommentar:

Die Anteile sind typisch für den ländlichen Raum. Auswärtsverpflegung im Zusammenhang mit der Berufsausübung erfolgt weniger oft.

3.2 Wie beurteilen Sie das Verpflegungsangebot in Ihrer Wohngemeinde?

Auf einzelne Alternativen entfielen folgende Anteile:

Verpflegungsangebot ist umfassend und gut	19.4 %
Verpflegungsangebot ist gut, weist aber Lücken auf	50.0 %
Verpflegungsangebot weist teilweise ungenügende Qualität auf	18.1 %
<u>Verpflegungsangebot ist zu teuer</u>	<u>12.5 %</u>
T o t a l	100.0 %

An Lücken im Angebot wurde folgendes genannt:

Gutes Speiserestaurant	11 x
Cafeteria	11 x
Spezialitätenrestaurant (asiatisch, italienisch, usw.)	6 x
Gehobene Gastronomie	2 x
Diverses	4 x

Das vorhandene Angebot wurde gelegentlich auch als zu teuer bezeichnet.

4. Weitere Entwicklung Ihrer Wohngemeinde

4.1 *Welcher Weg soll bezüglich der weiteren Entwicklung – insbesondere was die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen anbetrifft – in Zukunft eingeschlagen werden?*

Für die einzelnen Alternativen ergaben sich folgende Anteile:

Es soll alles so bleiben wie es ist	54.2 %
Das Angebot soll verbessert / vergrössert werden	40.3 %
Die Verkehrsverbindungen (ÖV) sollen ausgebaut werden, damit wir <u>andernorts rascher und besser einkaufen können</u>	<u>5.5 %</u>
T o t a l	100.0 %

Kommentar:

Die Frage wurde bewusst am Ende des Fragebogens platziert. Sie sollte beantwortet werden, nachdem sich die Haushaltungen durch die Beantwortung der vorstehenden Fragen in das Thema „eingelese“ haben.

Das Ergebnis ist eindeutig und sicher muss ernsthaft die Frage gestellt werden, ob unter diesen Voraussetzungen eine Zentrumsentwicklung sinnvoll ist. Es scheint, dass sich die Haushaltungen mit dem „status quo“ abgefunden haben. Dies dürfte sich auch in den Antworten auf Frage 4.2 bestätigen.

4.2 Zusätzliche Angebote und Einrichtungen

Ein Zentrum besteht nicht nur aus den Ladengeschäften und Verpflegungsbetrieben. Welche der nachstehend erwähnten Einrichtungen sollten in Ihrer Wohngemeinde vermehrt zu finden sein?

Bei theoretisch möglichen 72 Nennungen für jede der nachstehenden Einrichtungen ergab sich folgendes:

<i>Einrichtungen</i>	<i>Nennungen</i>
Gesundheitseinrichtungen (Arztpraxen, Therapieeinrichtungen, usw.)	8 x
Freizeiteinrichtungen aller Art	10 x
Bildungseinrichtungen	6 x
Vergnügungseinrichtungen	11 x
Kultureinrichtungen	11 x
Soziale Einrichtungen	6 x
Sportstätten aller Art	5 x

Kommentar:

Das Interesse an jenen Einrichtungen, welche neben Detailhandel und Verpflegungseinrichtungen ein lebendiges Zentrum ausmachen, ist ziemlich bescheiden. Üblicherweise werden 20 % - 25 % der theoretisch möglichen Nennungen erreicht.

Zusammenfassende Beurteilung

Die Beurteilung der aktuellen Versorgungssituation in Buttisholz durch die befragten Haushaltungen kann wie folgt zusammengefasst werden:

1. Ein Grossteil der Haushaltungen hat sich an den „status quo“ gewöhnt. Man würde zwar ein besseres Angebot im Zentrum von Buttisholz durchaus begrüessen, aber wohl nur sporadisch benutzen und sich im Prinzip weiterhin auf die heute relevanten externen Anbieter abstützen.
2. Das Einkaufen an der Peripherie bei Landi und Spar dürfte für die wenigsten Haushaltungen ein Problem darstellen.
3. Nicht zu übersehen ist die Feststellung der befragten Haushaltungen, dass das Einkaufen zumindest im Zentrum von Buttisholz eher teuer sei.
4. Soweit in Buttisholz Angebote verfügbar sind, wurden sie relativ gut bewertet.
5. Eine erhebliche Bedeutung für das Funktionieren der noch vorhandenen Strukturen haben die angebotenen Dienstleistungen. Würden die Post oder die Bank wegfallen, wäre ein Domino-Effekt nicht auszuschliessen.

Bezüglich der weiteren Entwicklung des Zentrums von Buttisholz ergibt sich ein verhältnismässig klares Bild: mehrheitlich wird eine solche nicht unbedingt als dringend angesehen. Wahrscheinlich würde sich dafür aber eine knappe Mehrheit finden lassen, wenn es gelingen würde, einen der beiden Grossverteiler oder allenfalls einen national operierenden Discounter an zentraler Lage und mit einem ausreichenden Parkplatzangebot zu realisieren.

Das Ergebnis der Befragung der Haushaltungen bestätigt im Übrigen das Resultat der theoretischen Analyse der Situation auf der Basis der relevanten Datenbanken. Soweit eine Zentrumsentwicklung auf Detailhandelsstrukturen abgestützt werden soll, sind die Möglichkeiten stark eingeschränkt. Dies ist einerseits auf die Entwicklung in Buttisholz selbst zurückzuführen, andererseits auf die Detailhandelslandschaft im Umfeld.

Interviews mit Exponenten des Gewerbes

Flankierend zur Befragung der Haushaltungen wurde auch eine Reihe von Interviews mit Exponenten des örtlichen publikumsorientierten Gewerbes durchgeführt. Die Fragen betrafen die aktuelle Situation unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet sowie Aspekte der zukünftigen Entwicklung.

Fragenblock 1: Aktuelle Situation

- Sind die Kunden in Buttisholz anspruchsvoll?
- Kommen die Kunden regelmässig in Ihr Geschäft?
- Sind Landi / Spar eine grosse Konkurrenz?
- Sind Sie mit der aktuellen Parkplatzsituation zufrieden?
- Glauben Sie, dass der heute von Ihnen belegte Standort optimal ist?
- Wie schätzen Sie die Kompetenz der übrigen Anbieter in Buttisholz ein?
- Was sagen Sie zur Feststellung der Haushaltungen, dass das Einkaufen in Buttisholz relativ teuer ist?

Fragenblock 2: Zukünftige Entwicklung

- Wird es Ihr Geschäft in fünf Jahren noch geben?
- Tragen Sie sich mit Umbau-/Ausbauplänen?
- Wer müsste im Zentrum von Buttisholz ein Geschäft eröffnen, damit auch Ihre Umsätze zunehmen?
- Gibt es einfache, rasch umsetzbare Massnahmen, welche vorteilhaft für Ihr Geschäft wären?
- Welche nicht mit dem Detailhandel verbundenen Aktivitäten müssten bei einer Zentrumsentwicklung berücksichtigt werden?
- Was wäre im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung für Sie das schlimmstmögliche Szenario?

Die Interviews wurden einzeln durchgeführt. Nach Rücksprache mit der Auftraggeberin wurden einzelne Aussagen einerseits im Wortlaut wiedergegeben, andererseits aber anonymisiert. Letzteres geschah aus der Überlegung heraus, dass nur auf diese Weise ein unverfälschtes Bild der Situation zu erreichen ist.

Fragenblock 1: Aktuelle Situation

- Sind die Kunden in Buttisholz anspruchsvoll?

Mehrheitlich wir die Ansicht vertreten, dass die Kundschaft anspruchsvoll ist (Sortiment, Qualität)

- Kommen die Kunden regelmässig in Ihr Geschäft?

Sehr hoher Anteil an Stammkunden, sehr selten Gelegenheitskunden

- Sind Landi / Spar eine grosse Konkurrenz?

Unterschiedliche Beurteilung. Teilweise ist man der Ansicht, dass diese dem Zentrum sehr geschadet haben.

Auch der Shop (Landi), welcher längere Öffnungszeiten hat, wird als Konkurrenz empfunden.

- Sind Sie mit der aktuellen Parkplatzsituation zufrieden?

Durchwegs ist man eher unzufrieden mit der Parkplatzsituation. Es wird zwar oft angegeben, dass man selbst genügend Parkplätze hat, diese aber nicht – wie gewünscht – direkt vor dem Geschäft sind. Ausserdem wird die Verkehrsführung bemängelt.

- Glauben Sie, dass der heute von Ihnen belegte Standort optimal ist?

Nicht unbedingt bei allen Geschäften. Falls sich mehrere Anbieter an einem Standort unter einem Dach zusammentun, wäre dies interessant.

- Wie schätzen Sie die Kompetenz der übrigen Anbieter in Buttisholz ein?

Es sind nicht alle Geschäfte auf dem gleichen Niveau. Unterschiede sind feststellbar. Teilweise wird die Kundenfreundlichkeit bemängelt.

- Was sagen Sie zur Feststellung der Haushaltungen, dass das Einkaufen in Buttisholz relativ teuer ist?

Es wird die Ansicht vertreten, dass dies nicht der Fall ist. Es wird vermutet, dass der Kunde sich durch gezielte Werbung der Grossanbieter (Aktionen, Lockvogelangebote) täuschen lässt.

Fragenblock 2: Zukünftige Entwicklung

- Wird es Ihr Geschäft in fünf Jahren noch geben?

Mehrheitlich ja, ev. aber in einer anderen Form.

Geschäftsaufgabe/Verkauf wurde vereinzelt angedacht.

- Tragen Sie sich mit Umbau-/Ausbauplänen?

Nur vereinzelt, aber kaum flächenmässig. Sortiments- Erweiterung / Veränderung ist teilweise denkbar.

- Wer müsste im Zentrum von Buttisholz ein Geschäft eröffnen, damit auch Ihre Umsätze zunehmen?

Teilweise wird - wie bei den Haushaltungen gewünscht - auch an eine Drogerie gedacht.

- Gibt es einfache, rasch umsetzbare Massnahmen, welche vorteilhaft für Ihr Geschäft wären?

Gemeinsame Aktionen sind denkbar, deren Organisation aber bedingt durch die bestehende hohe Arbeitsbelastung extern erfolgen sollte.

- Welche nicht mit dem Detailhandel verbundenen Aktivitäten müssten bei einer Zentrumsentwicklung berücksichtigt werden?

Keine gemeinsamen besonderen Vorstellungen.

Einzelnennungen: - Physiotherapieangebot.

- gute Cafeteria / Pizzeria.

- Verkehrssituation müsste verbessert werden.

- Was wäre im Zusammenhang mit der zukünftigen Entwicklung für Sie das schlimmstmögliche Szenario?

Kein besonderes Szenario denkbar.

Einzelnennungen: - übergeordnete Entwicklungen (Wirtschaftskrise).

- Schliessung des Dorfladens (de frisch Egge).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass dem Gewerbe die eigene Situation durchaus bewusst ist. Grossmehrheitlich wird davon ausgegangen, dass gewisse Veränderungen wohl unumgänglich sind und zwar nicht nur wegen der speziellen Situation in Buttisholz, sondern weil sich die ganze Branche im Umbruch befindet. Zu einzelnen Problemkreisen können die geäusserten Meinungen – immer beurteilt aufgrund der mehrheitlich vertretenen Meinungsäusserungen wie folgt festgehalten werden:

1. Die Zahl der Anbieter von Gütern und Dienstleistungen im Zentrum könnte bestenfalls gleich bleiben, wobei nicht alle in der heutigen Form erhalten bleiben dürften.
2. Konkrete Meinungen bezüglich Aufwertung des Zentrums sind nicht vorhanden.
3. Gemeinsame Werbung / Aktionen wären nach Meinung der Befragten sinnvoll, doch ist man eher skeptisch, ob man sich in Buttisholz auf so etwas einigen könnte. Das "Gärtchendenken" scheint zu blockieren.
4. Bezüglich möglicher Aktivitäten der öffentlichen Hand sind die Befragten eher skeptisch. Originalton: *"Wie sollen die etwas von unseren Problemen verstehen, wenn sie alles auswärts einkaufen"*.
5. Der Standort Landi / Spar hat ohne Zweifel noch ein gewisses Entwicklungspotential.
6. Ziemlich klar ist wohl allen Beteiligten, dass ein zusätzlicher Anbieter im Zentrum von Buttisholz de facto nicht möglich ist. Je nach dessen Gewicht würden dann heute noch vorhandene Anbieter auf der Strecke bleiben.
7. Die meisten Befragten ist die kritische Grösse der Gemeinde Buttisholz bewusst. Es wurde mehr als einmal auf die entsprechende Bedeutung von Zusatzgeschäften hingewiesen als Voraussetzung für die Aufrechterhaltung eines guten Angebotes im Zentrum von Buttisholz.

Sowohl aufgrund der Äusserungen der befragten Gewerbetreibenden als auch weiteren Informationen gehen wir davon aus, dass es in der Gemeinde Buttisholz kurz bis mittelfristig zu Veränderungen in der Angebotssituation kommen wird. Dies braucht nicht zwingend mit Geschäftsaufgaben verbunden zu sein, denkbar sind auch Sortimentsverschiebungen.

D. Ergebnisse, Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Allgemeine Erkenntnisse aus den Überprüfungen

Zusammenfassend zeigen die vorstehenden Ausführungen, dass der sich aus den wichtigsten Rahmenbedingungen ergebende Spielraum für die Zentrumsentwicklung in Buttisholz relativ bescheiden ist. Dies darf aber nicht falsch interpretiert werden, denn Gleiches gilt auch für Hunderte anderer Gemeinden in der Schweiz. Trotzdem kommt es immer wieder zu bemerkenswerten Zentrumsentwicklungen. In der Regel gelingt dies dann, wenn ganz bewusst auf Qualitätsmerkmale gesetzt wird. In diesem Zusammenhang ergeben sich folgende Feststellungen.

1. Der Schlüssel zum Erfolg ist meistens eine starke Verdichtung im Ortszentrum. Je mehr Einwohner, Arbeitsplätze, Verkaufs- und Dienstleistungsflächen, aber auch Infrastrukturen auf kleinstem Raum konzentriert werden, ein desto höheres Niveau erreichen dort die Publikumsfrequenzen. Dies wiederum ist oft eine unabdingbare Voraussetzung für die Verbesserung des Angebots. Dabei bedeutet dies nicht zwingend den Zuzug eines weiteren Anbieters, sondern oft die Vergrößerung des Angebots eines bereits ansässigen Anbieters. Dies wiederum kann sektorell zu einer ersten Reduktion des Kaufkraftabflusses führen und durch den Domino-Effekt können dann auch andere Branchen davon profitieren.
2. Bei Zentrumsentwicklungen wird oft primär an Nutzungen gedacht, welche vorwiegend die Erdgeschossflächen betreffen (Ladengeschäfte, Verpflegung, publikumsorientierte Dienstleistungen, usw.). Genauso wichtig ist aber die Nutzung der Obergeschosse, deren Fläche meistens wesentlich grösser ist. Entsprechend sollte auch darauf geachtet werden, dass alle Wohnflächen, welche sich für Verdichtung eignen, an zentraler Lage vorgesehen werden. Insbesondere betrifft dies natürlich alle Sonderwohnformen wie z.B. Alterswohnen, begleitetes Wohnen, Wohnen mit Service-Leistungen, usw. Aber auch Arbeitsflächen, von welchen nicht allzu grosse Immissionen ausgehen, sollten in Entwicklungsüberlegungen einbezogen werden.
3. In ländlichen Gebieten ausserhalb des Agglomerationsperimeters grosser urbaner Verdichtungsräume kommt der individuellen Mobilität eine entscheidende Bedeutung zu. Dem motorisierten Kunden ist das Gefühl zu vermitteln, dass er willkommen ist und nicht nur gerade noch geduldet. Gute Zufahrtsmöglichkeiten in die Zentrumszone und ausreichende Parkierungsflächen sind unabdingbar.
4. Der Wandel zu einer immer komplexeren Dienstleistungsgesellschaft macht auch vor Orten wie Buttisholz nicht halt. In vielen grossen Einkaufszentren – welches ja moderne Konkurrenten der Ortszentren

sind – wurde dies erkannt. In einzelnen Zentren wurden bereits Millionen in Kinderzonen investiert, damit Eltern für eine gewisse Zeit ungestört den Einkäufen oder der Verpflegung nachgehen können. Auch kleine Gemeinden könnten hier im Rahmen ihrer Möglichkeiten aktiv werden und z.B. eine Kita anbieten, um die Standortgunst und die Wohnqualität wenigstens temporär zu steigern.

5. Wesentlich für die Standortgunst eines Ortes ist oft auch, dass er sich von Standortkonkurrenten abheben kann. Eine Möglichkeit dazu sind Events aller Art. Diese müssen wenn immer möglich in der Zentrumszone stattfinden. Wichtig ist, dass solche Veranstaltungen nicht zufällig stattfinden, sondern in einem der Bevölkerung bekannten Rhythmus.
6. Nicht selten wird bei einem Entwicklungskonzept für ein Zentrum auf etwas Bestimmtes gesetzt. Dies kann z.B. ein Objekt sein, welches vom Publikum als schön, angenehm, beliebt, usw. empfunden wird. Ein gutes Beispiel dafür ist die Brunnenkultur, bei welcher der Phantasie kaum Grenzen gesetzt sind.

Grundsätzliche Feststellungen bezüglich des Entwicklungspotentials für die Zentrumszone in Buttisholz

Das Entwicklungspotential einer Zentrumszone wird primär von vier Rahmenbedingungen beeinflusst:

1. Kaufkraftpotential der Haushaltungen am Ort.
2. Wirtschaftliche Aktivitäten am Ort durch ansässige Gewerbebetriebe.
3. Kaufkraftzustrom von ausserhalb des Orts, induziert durch das örtliche Angebot an Gütern und Dienstleistungen.
4. Örtliche Gegebenheiten, insbesondere vorhandene Siedlungsstruktur, Verkehrserschliessung, usw.

Neben diesen vier primären Rahmenbedingungen wird das Entwicklungspotential durchaus durch eine Reihe weiterer Faktoren beeinflusst, allerdings von untergeordneter Bedeutung. Dazu gehören die Haushalteinkommen ebenso wie die Altersstruktur der Bevölkerung oder die Mobilität.

Bezogen auf Buttisholz ergeben sich bezüglich der vier primären Rahmenbedingungen folgende Feststellungen:

1. Eine weitere Zunahme der Wohnbevölkerung etwa im bisherigen Ausmass darf angenommen werden. In absehbarer Zeit, d.h. im Laufe einer Generation, wird dies aber nicht dazu führen, dass Buttisholz den Siedlungstyp ändert. Konkret bedeutet dies, dass sich für eine Reihe von Anbietern immer noch keine existenzsichernden Umsätze werden nachweisen lassen, also nicht auf einen Zuzug in das Zentrum gehofft werden kann.
2. Zusätzliche wirtschaftliche Aktivitäten am Ort würden primär dem Dienstleistungsgewerbe zugutekommen (Verpflegungsbetriebe, Post, Bank, usw.). Diese Einrichtungen sind am Ort vorhanden und würden durch erhöhte wirtschaftliche Aktivitäten wohl besser ausgelastet. Zusätzliche Einrichtungen sind kaum zwingend erforderlich und falls doch noch am ehesten im Verpflegungsbereich, jedoch nicht zwingend im Zentrum.
3. Die regionale Detailhandelslandschaft macht einen spontanen Kaufkraftzustrom nach Buttisholz wenig wahrscheinlich. Letzteres würde voraussetzen, dass entweder einer der grösseren vorhandenen Anbieter (Spar, Landi) sein Angebot erweitert oder aber einer der heute nicht vertretenen Anbieter neu zuzieht.
4. Örtliche Gegebenheiten erhöhen dann das Entwicklungspotential für ein Ortszentrum, wenn sie zu einer stärkeren Konzentration des Angebots führen. In dieser Hinsicht ist die aktuelle Situation in Buttisholz ungünstig.

Zusammenfassend kann somit festgehalten werden, dass die vier wichtigsten Rahmenbedingungen für eine auf publikumsorientierte Aktivitäten ausgerichtete Zentrumsentwicklung eher ungünstig sind. Zu überprüfen ist somit, ob sich aus der konkreten Situation am Ort allenfalls andere Schlussfolgerungen ergeben und ob sich allenfalls aus übrigen Rahmenbedingungen bessere Voraussetzungen für die Zentrumsentwicklung ergeben.

Das zentrale Problem einer Zentrumsentwicklung in Buttisholz

Das Ortszentrum von Buttisholz ist relativ schwach dotiert, was Anzahl und Gewicht der Detailhandels- und publikumsorientierten Dienstleistungsbetriebe angeht. Primär liegt dies daran, dass kein Publikumsmagnet vorhanden ist, welcher für minimale Publikumsfrequenzen in der Zentrumszone besorgt ist.

Rückblickend ist festzuhalten, dass die Ansiedlung von gleich zwei vergleichsweise grossflächigen Anbietern im Raum „Gluggere“ ohne Zweifel zu einer schwierigen Situation geführt hat. Die Märkte von Spar und Landi ergänzen sich fast optimal und beim Einkaufen brauchen die Kunden ihre Fahrzeuge nicht einmal umzuparkieren. Teile des Angebots von Landi konkurrieren im Übrigen die im Zentrum liegende Eisenwarenhandlung, welche ihrerseits eine gewisse Sortimentsverlagerung in Richtung Haushaltswaren und „Boutiqueartikel“ vorgenommen hat.

Man braucht kein Prophet zu sein, um feststellen zu können, dass das Entwicklungspotential für das Zentrum von Buttisholz limitiert ist, solange dort kein grossflächiger Anbieter mit einem Kernsortiment im Bereich der Güter des täglichen Bedarfs vorhanden ist. Dieser würde den heute vorhandenen Anbietern einen Rückhalt geben und es ev. auch möglich machen, noch zusätzliche Angebote dort anzusiedeln.

Die quantitativen Überlegungen zeigen rasch, dass die Ansiedlung eines weiteren grossflächigen Anbieters (VF = 500 – 800 m²) in Buttisholz kaum möglich ist, weil schlicht das Marktvolumen dafür nicht ausreicht. Die dafür in Frage kommenden Filialisten eröffnen heute in der Regel keine neuen Filialen mehr, bei welchen mittelfristig nicht ein Umsatz von 5 – 6 Mio. erreicht werden kann, später auch mehr. Unter diesem Gesichtspunkt würde die einzige Chance für eine Aufwertung des Zentrums von Buttisholz darin bestehen, einen der beiden Anbieter im Raum „Gluggere“ bewegen zu können, seinen bisherigen Standort aufzugeben und einen neuen im Zentrum zu belegen. Selbstverständlich müsste er dort über mindestens die gleiche Anzahl offener Kundenparkplätze verfügen können.

Die Haltung der Bevölkerung als Unbekannte

Die Befragung der Haushaltungen hat klar ergeben, dass mehrheitlich eine Beibehaltung des bisherigen Zustandes gewünscht wird, in dem Sinne, dass das Angebot nicht vergrössert werden sollte. Man hat auch nicht unbedingt dringliche Wünsche bezüglich einer Ausweitung des Branchenmix.

Es stellt sich die Frage, welche Veränderungen die Antworten erfahren würden, wenn eine konkrete, ins Gewicht fallende Veränderung des Angebots angekündigt würde. Nach Lage der Dinge könnte es sich dabei nur um die Eröffnung einer Filiale eines national operierenden Anbieters handeln. Es sind zweierlei Reaktionen denkbar.

1. Das Vorhaben wird begrüssst, weil dann eine Reihe von Einkäufen statt in Sursee, Rüediswil, Ruswil, usw. zumindest gelegentlich auch quasi vor der eigenen Haustüre stattfinden können.
2. Das Vorhaben wird abgelehnt aus der Erkenntnis heraus, dass damit vermutlich bisher geschätzte Anbieter in Schwierigkeiten geraten und aufgeben müssten.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist eine Prognose schwierig. Es ist aber aufgefallen, dass in einigen Fragebogen im Rahmen von Randbemerkungen eine klare Abneigung gegen bestimmte national vertretene Filialisten geäussert wurde (dabei handelt es sich z.T. um Discount-Anbieter). Gerade preisgünstige Angebote werden jedoch von einer ganzen Reihe von Haushaltungen in Buttisholz ja durchaus auch gesucht bzw. gewünscht. In dieser Situation dürfte es wesentlich darauf ankommen, welche Qualitäten ein neues zusätzliches Angebot in Buttisholz hätte. Die Umfrageergebnisse lassen keinen Zweifel daran offen, dass die Bevölkerung ein konzentriertes Angebot und gute Zufahrts- und Parkierungsmöglichkeiten schätzen würde.

Ansätze zu einer langfristigen Entwicklungsstrategie

Auch wenn die aktuelle Situation in Buttisholz eher komplex erscheint, sollten im Hinblick auf die längerfristige Situation mögliche Strategien für die Zentrumsentwicklung angedacht werden. Nachstehend sind einige Alternativen beschrieben, welche zumindest nicht von vorherein ausgeschlossen werden müssen. Die Stossrichtung ist dabei sehr unterschiedlich.

Variante "Zentrum light"

An zentraler Lage in Buttisholz wird ein Verkaufspavillon mit einer Verkaufsfläche von ca. 1'000 m² und zusätzliche Nebenräume in Leichtbauweise erstellt. Ein national vertretener Filialist belegt darin eine vF = 500 m². Die übrigen Flächen werden von ansässigen Geschäften belegt. Der eingeschossige Verkaufspavillon ist relativ frei einteilbar. Dem Publikum stehen mindestens 50 – 60 offen Parkplätze zur Verfügung. Die Anlage wird für eine Lebensdauer von ca. 20 Jahren angelegt. Alle Räume können nur gemietet werden.

Fragen:

Wo ist ein geeignetes Areal (ca. 3'500 m²) vorhanden?

Wer ist ein möglicher Investor?

Wer ist ein möglicher Ankermieter?

Sind ortsansässige Geschäfte zu einem Standortwechsel bereit?

Hinweis: Entsprechende Verkaufspavillons wurden von Aldi / Lidl in den letzten Jahren in der Schweiz zu Hunderten erstellt und die Kostenkalkulation ist bekannt.

Variante "Roter Teppich"

Die Befragung der Haushaltungen hat ergeben, dass am meisten eine Drogerie vermisst wird. Dies ist insofern verständlich, als ein solcher Anbieter ein breites Nachfragespektrum abdecken kann.

In vielen grösseren Orten wurden Drogerien durch grosse Supermärkte verdrängt, welche ähnliche Angebote führen. In Buttisholz ist solches kaum zu befürchten.

Es wird alles daran gesetzt, eine Drogerie nach Buttisholz zu bringen und dafür quasi der "rote Teppich" ausgerollt.

Fragen:

Wo kann an zentraler Lage ein Fläche von ca. 200 m² "organisiert" werden mit ca. 3 – 5 PP davor.

Wie kann der Ausbau der Flächen (teil-) finanziert werden?

Wie können für den Start günstige Mietkonditionen fixiert bzw. finanziert werden?

Hinweis: Immer mehr Gemeinden müssen ähnliche Überlegungen im Zusammenhang mit der Ansiedelung von Arztpraxen anstellen.

Variante “Statt einsam gemeinsam“

Die im Zentrum vorhandenen Anbieter treten gegenüber potentiellen Kunden gemeinsam auf. Benötigt wird dafür ein Informationsträger noch zu definierender Art und der Wille, periodische Aktionen durchzuführen.

Da die einzelnen Betriebe eine arbeitsmässige Mehrbelastung kaum tragen können, muss ein entsprechendes Mandat an einen Marketing-Fachmann vergeben werden.

Der Vorteil eines marketing-orientierten Vorgehens ist, dass keine grosse Einmalinvestition getätigt werden muss.

Fragen:

Kann sich der ansässige Detailhandel ein gemeinsames Vorgehen vorstellen?

Wer hilft, ein solches Mandat zu finanzieren?

Wer übernimmt ein solches Mandat?

Variante “Service-Center“

Die angestellten Untersuchungen haben gezeigt, dass ein Zentrumskonzept, welches primär auf den Verkauf von Gütern abstützt, aufgrund der gegebenen und allenfalls unveränderbaren Rahmenbedingungen schwierig zu realisieren ist. Ein alternativer Ansatz könnte darin bestehen, an zentraler Lage in einem Objekt eine massive Verdichtung von Dienstleistungen vorzunehmen. Soweit diese publikumsorientiert sind, werden sie im Erdgeschoss angeordnet, alle übrigen in den Obergeschossen. Das Spektrum könnte relativ breit definiert werden und folgendes umfassen:

- Cafeteria mit Kiosk-Artikel
- Praxisräume
- Coiffeur / Körperpflege
- Bank / Finanzdienstleistungen
- Büroflächen
- Spezialwohnflächen
- Ev. Konventionelle Mietwohnungen

Fragen:

Wo steht ein geeigneter Standort zur Verfügung?

Wer könnte als Investor auftreten?

Die vorstehenden Überlegungen zeigen, dass es allenfalls Wege gibt, die gegenwärtig kaum befriedigende Situation in mehr oder minder grossem Ausmass zu korrigieren. Entscheidend ist aber natürlich wie dringend dies ist und welches Engagement – auch von Seiten der öffentlichen Hand - möglich ist.

Abschliessende Bemerkungen

Als Ergebnis der durchgeführten Untersuchungen ergibt sich, dass eine Zentrumsentwicklung in Buttisholz, welche sich an üblichen und erprobten Konzepten orientiert, zumindest zum gegenwärtigen Zeitpunkt kaum möglich ist. Entsprechende Möglichkeiten lassen sich weder über die quantitative Analyse nachweisen noch wird seitens der Haushaltungen ein dringendes Bedürfnis signalisiert. Selbst wenn beides gegeben wäre, würde die Bereitstellung eines geeigneten Areals an zentraler Lage nicht einfach sein. Und selbst wenn dies gelingen würde, müsste noch ein attraktiver Publikumsmagnet gefunden werden.

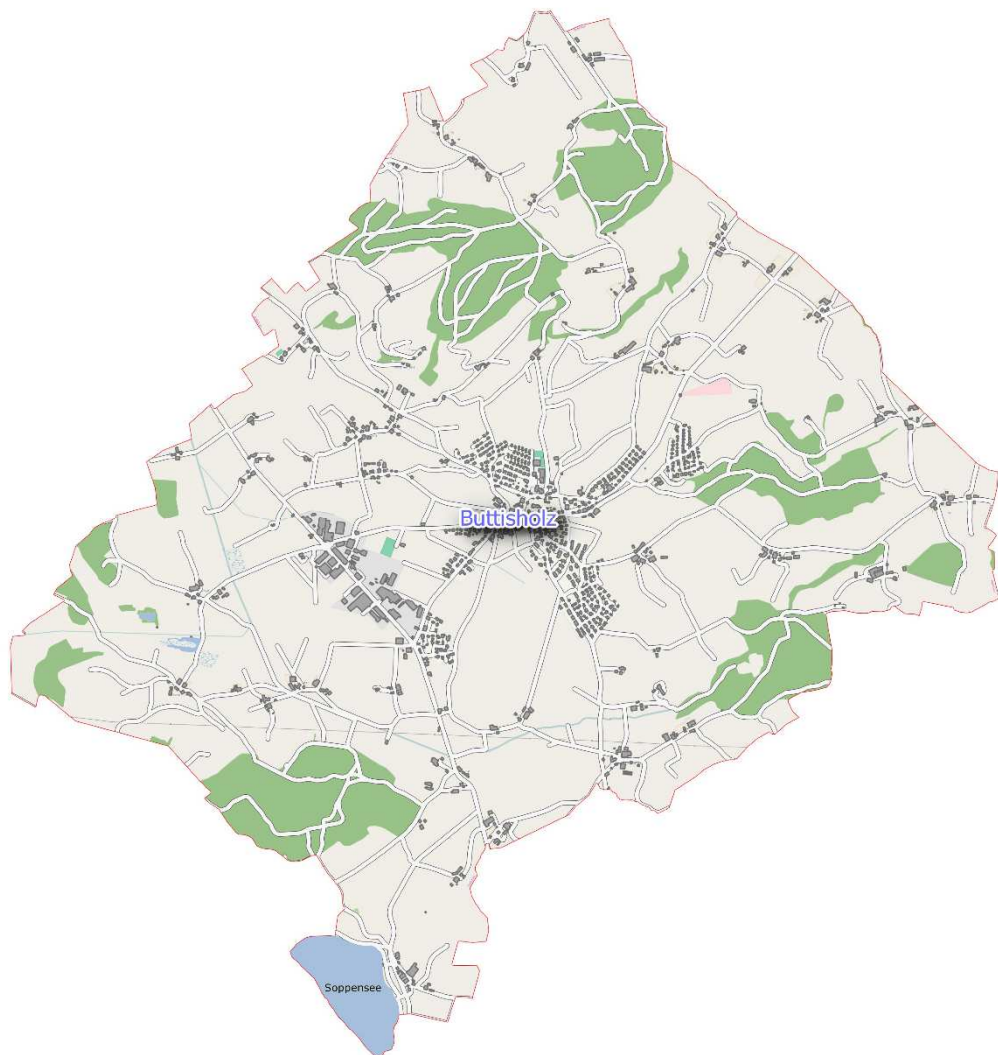
Nach Lage der Dinge muss – wenn die Angelegenheit weiter verfolgt werden soll – wohl umgekehrt vorgegangen werden. Zuerst muss ein Publikumsmagnet gefunden werden, welcher sich für den Standort Buttisholz-Zentrum interessiert. Dessen Profil erlaubt dann eine Antwort auf die Frage, ob dieser anstelle vorhandener Anbieter tritt oder ob ein Nebeneinander möglich ist. Erst wenn diesbezüglich Klarheit herrscht, können quantitative Überlegungen angestellt und ein Standort gesucht werden. Ob dannzumal ein definitives Zentrumskonzept realisierbar ist oder eine Übergangslösung, kann zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht gesagt werden.

*

Gemeinde Buttisholz LU

Marktanalysen im Zusammenhang mit der
Zentrumsentwicklung

Nachführung Befragung Haushaltungen



GSP

Gesellschaft für Standortanalysen
und Planungen AG

Forchstrasse 60, 8008 Zürich

Telefon 044 422 06 11

Fax 044 422 07 01

E-Mail gsp.naef@bluewin.ch

Gemeinde Buttisholz

Marktanalysen im Zusammenhang mit der Zentrumsentwicklung

Nachführung Befragung Haushaltungen

Die GSP AG wurde im Frühjahr 2016 beauftragt, im Zusammenhang mit der weiteren Zentrumsentwicklung von Buttisholz eine Reihe von Marktanalysen durchzuführen. Dazu gehörte auch eine Befragung von 200 Haushaltungen, welche am 27. Mai 2016 abgeschlossen wurde. Nach diesem Datum gingen noch 41 weitere Fragebogen ein, womit eine Rücklaufquote von sehr guten 58 % erreicht wurde.

Nach Rücksprache mit der Gemeindeverwaltung wurden auch diese Fragebogen noch ausgewertet, allerdings nur bezüglich einigen Schlüsselfragen. Die Ergebnisse wurden anschliessend mit denjenigen der früheren Auswertung verglichen.

Zürich, im Juni 2016

G S P A G

Dr. H. Naef / Lic. iur. A. Naef

Zusätzlich eingegangene Fragebogen (bis 8. Juni 2016)

Bezüglich der zusätzlich eingegangenen Fragebogen ergibt sich folgende Situation:

Eingang	41
ungültig	--
gültig	41
<u>überzählig</u>	<u>2</u>
in Auswertung einbezogen	39

Auch die zusätzlich eingegangenen Fragebogen waren von guter Qualität. Bezüglich der Auswertung wurden die gleichen Kriterien berücksichtigt wie bei der ursprünglichen Beurteilung.

Ausgewertete Antworten

Wie bereits erwähnt wurden bei den nach dem 27. Mai eingegangenen Fragebogen nur noch die Antworten auf einige Schlüsselfragen bei der Auswertung berücksichtigt.

Es sind dies:

- 1.1 Einkaufsorte
- 1.5 Wünschbare Veränderungen
- 2.2 Einkaufen: früher und heute
- 2.3 Fehlende Angebote in Ihrer Wohngemeinde
- 2.4 Wünsche
- 4.1 Weitere Entwicklung Ihrer Wohngemeinde
- 4.2 Zusätzliche Angebote und Einrichtungen

Ergebnisse der Auswertung der zusätzlich berücksichtigten Fragebogen

Soweit Prozentzahlen angegeben werden, entsprechen 100 % den zusätzlichen Fragebogen, welche Antworten enthielten (39 oder weniger).

Allgemeiner Eindruck

Die zusätzlich ausgewerteten Fragebogen stammen von Haushaltungen, welche insgesamt etwas konservativere Einkaufsgewohnheiten aufweisen dürften. Dies ergibt sich sowohl aus konkreten Stellungnahmen, nicht beantworteten Fragen als auch aus Randbemerkungen.

Antworten auf einzelne Fragen: vgl. nachstehende Seiten.

Einkaufsorte

Wie oft kaufen Sie regelmässig, d.h. an den aufgeführten Orten ein? (mehrere Antworten möglich)

Es ergab sich für die einzelnen Standorte folgende Anzahl Nennungen.

	In meiner Wohngemeinde		Sursee (inkl. Einkaufs- zentren)	Wolhusen	Shopping Center Emmen	Luzern Stadt	Willisau
	Zentrum	Spar/Landi					
4 – 5 Mal pro Woche	4	1	--	--	1	--	--
2 – 3 Mal pro Woche	8	10	1	--	--	--	--
1 Mal pro Woche	5	7	11	1	--	1	--
1 – 2 Mal pro Monat	6	7	9	1	3	2	4
seltener als 1 Mal pro Monat	3	2	5	4	9	18	6
nie	1	2	3	20	12	10	11

Kommentar und Vergleich:

Die Antworten sind ohne Zweifel beeinflusst durch den Umstand, dass die Haushaltungen nicht nur etwas konservativer eingestellt sind, sondern wahrscheinlich auch älter und weniger motorisiert. Das Verhältnis der Nennungen zwischen den Hauptversorgungsorten Zentrum, Landi / Spar und Sursee bleibt aber in etwa gleich.

1.5 Wünschbare Veränderungen

Welche der nachstehenden Anliegen bezüglich des Einkaufens sind für Sie besonders wichtig, und zwar unabhängig vom Ort des Einkaufs?

Soweit ein Anliegen sehr wichtig war, wurde es mit 2 Punkten berücksichtigt, wichtige Anliegen mit 1 Punkt und nicht wichtige Anliegen mit 0 Punkten.

Auf einzelne Anliegen entfiel total folgende Punktzahl:

Es sollte generell mehr Fachgeschäfte haben	30 Punkte	(54 Punkte)
Es sollte generell mehr Grossverteiler haben	12 Punkte	(27 Punkte)
Es sollte mehr Discountgeschäfte haben	10 Punkte	(28 Punkte)
Die Ladenöffnungszeiten sollten länger sein	14 Punkte	(29 Punkte)
Der Hauslieferdienst sollte ausgebaut werden	10 Punkte	(18 Punkte)
Mehr Selbstbedienungsgeschäfte, damit es rascher geht	10 Punkte	(17 Punkte)
Mehr Anlässe und Veranstaltungen	8 Punkte	(21 Punkte)
Kinderhütendienst, damit Einkauf in Ruhe möglich ist	6 Punkte	(18 Punkte)

Kommentar und Vergleich:

An der Spitze steht erwartungsgemäss das Bedürfnis nach mehr Fachgeschäften. Die übrigen Antworten erreichen vergleichsweise ähnliche Punktzahlen wie bisher. Erkennbar ist aber eine etwas konservativere Haltung und die Vermutung geht auch dahin, dass es sich um etwas ältere Haushaltungen handelt (z.B. wegen vergleichsweise geringem Interesse am Kinderhütendienst).

2.2 Einkäufen: Früher und heute

Was trifft bezüglich Ihrer Einkäufe in Ihrer Wohngemeinde Buttisholz im Verlauf der letzten fünf Jahre am ehesten zu?

Für einzelne Alternativen ergaben sich folgende Anteile:

Einkäufe sind deutlich grösser geworden	15.4 %	(15.5 %)
Einkäufe sind etwas grösser geworden	28.2 %	(29.6 %)
Einkäufe sind gleich geblieben	41.0 %	(38.0 %)
Einkäufe sind leicht zurückgegangen	12.8 %	(14.1 %)
<u>Einkäufe sind deutlich zurückgegangen</u>	<u>2.6 %</u>	<u>(2.8 %)</u>
T o t a l	100.0 %	(100.0 %)

Falls Einkäufe deutlich zurückgegangen sind, weshalb

Dies hat im weitesten Sinne mit der veränderten Situation unserer Haushaltung zu tun (z.B. Wegzug der Kinder)

53.8 % (44.4 %)

Dies hat mit dem unbefriedigenden Angebot zu tun (fehlende Artikel, usw.)

15.5 % (22.2 %)

Dies hat andere Gründe (z.B. anderer Arbeitsort)

30.7 % (33.4 %)

T o t a l

100.0 % (100.0 %)

Kommentar und Vergleich:

Die frühere Aussage, dass die Einkäufe etwas grösser geworden sind, bestätigt sich. Bei der Begründung des Rückgangs ergeben sich Verschiebungen, welche wahrscheinlich zufällig sind und mit der geringen Anzahl Antworten zusammenhängen.

2.3 Fehlende Angebote in Ihrer Wohngemeinde / Zentrum

Welche wichtigen Angebote fehlen Ihrer Ansicht nach in Ihrer Wohngemeinde am meisten?

Bezüglich fehlender Angebote im Zentrum wurde folgendes genannt:

Drogerie	13 x	(20 x)
Apotheke	6 x	(12 x)
Cafeteria	4 x	(11 x)
Restaurant*	5 x	(11 x)
Bekleidung	5 x	(9 x)
Schuhe	4 x	(8 x)
Papeterie	6 x	(5 x)
Grossverteiler	2 x	(3 x)
Kosmetik, Körperpflege	1 x	(2 x)
Spielwaren	--	(2 x)
Optik	--	(1 x)
Regionale Produkte	1 x	(1 x)
Metzgerei	1 x	(1 x)
Fitness-Club	1 x	(--)
Aldi oder Lidl	1 x	(--)
Geschenkartikel	3 x	(--)
Bäckerei	1 x	(--)

Kommentar und Vergleich:

Das „dringende Bedürfnis“ bezüglich einer Drogerie bestätigt sich klar. Interessant ist, dass auch die Reihenfolge der gewünschten zusätzlichen Angebote (gemessen an der Anzahl Nennungen) fast gleich bleibt.

2.4 Wünsche:

Was wäre bezüglich des Angebots an Gütern und Dienstleistungen in Ihrer Wohngemeinde auch noch wünschbar?

Auf die drei Alternativen entfielen folgende Anteile:

Das Angebot sollte stärker konzentriert sein, damit das Einkaufen bequemer wird	20.8 %	(29.3 %)
Das Angebot sollte preisgünstiger sein	45.8 %	(48.8 %)
<u>Die Auswahl sollte grösser sein</u>	<u>33.4 %</u>	<u>(21.9 %)</u>
T o t a l	100.0 %	(100.0 %)

Kommentar und Vergleich:

Es ergeben sich gewisse Verschiebungen, indem die Grösse der Auswahl stärker betont wird als das bequeme Einkaufen. Interessanterweise steht aber nach wie vor ein preisgünstiges Angebot an erster Stelle.

4. Weitere Entwicklung Ihrer Wohngemeinde

4.1 Welcher Weg soll bezüglich der weiteren Entwicklung – insbesondere was die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen anbetrifft – in Zukunft eingeschlagen werden? (in Klammer: Ergebnisse früherer Auswertung)

Es soll alles so bleiben wie es ist	56.4 %	(54.2 %)
Das Angebot soll verbessert / vergrössert werden	38.4 %	(40.3 %)
Die Verkehrsverbindungen (ÖV) sollen ausgebaut werden, damit wir andernorts rascher und besser einkaufen können	5.2 %	(5.5 %)
T o t a l	100.0 %	(100.0 %)

Kommentar und Vergleich:

Die Auswertung der zusätzlichen Fragebogen bestätigt die frühere Auswertung in jeder Beziehung: es soll alles so bleiben wie es ist!

4.2 Zusätzliche Angebote und Einrichtungen

Ein Zentrum besteht nicht nur aus den Ladengeschäften und Verpflegungsbetrieben. Welche der nachstehend erwähnten Einrichtungen sollten in Ihrer Wohngemeinde vermehrt zu finden sein?

Bei theoretisch möglichen 35 Nennungen für jede der nachstehenden Einrichtungen ergab sich folgendes:

<i>Einrichtungen</i>	<i>Nennungen</i>
Gesundheitseinrichtungen (Arztpraxen, Therapieeinrichtungen, usw.)	3 x (8 x)
Freizeiteinrichtungen aller Art	7 x (10 x)
Bildungseinrichtungen	3 x (6 x)
Vergnügungseinrichtungen	4 x (11 x)
Kultureinrichtungen	8 x (11 x)
Soziale Einrichtungen	3 x (6 x)
Sportstätten aller Art	5 x (5 x)

Kommentar und Vergleich:

Das Interesse an zusätzlichen Einrichtungen ist wiederum sehr gering. Zwei von drei Spitzenrängen werden wiederum von Kultur und Freizeiteinrichtungen belegt, der dritte Rang durch Sportstätten statt Vergnügungseinrichtungen.

Abschliessende Bemerkungen

Die Auswertung der weiteren eingegangenen Fragebogen bestätigt die Ergebnisse der ersten Auswertung bzw. schärft diese in einigen Punkten sogar noch. Stichproben bei den nicht mehr ausgewerteten Fragen bestätigen auch die übrigen Ergebnisse, darunter die starke Marktstellung von Landi / Spar in Buttisholz und von Sursee im regionalen Umfeld. Auch bezüglich benutzter Verkehrsmittel, Beurteilung des Detailhandelsangebots ergeben sich keine neuen Erkenntnisse.

Aufgrund der Ergebnisse der zusätzlichen Überprüfungen ergeben sich auch keine neuen Schlussfolgerungen bezüglich möglicher Strategien oder Massnahmen.

*

Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung

Zusammenfassung Einkauf / Detailhandel

Einleitfrage:

Muss man auch in Zukunft im Dorfkern Waren des täglichen Gebrauchs einkaufen können?

22	Ja	25	Ja
0	Nein	2	Nein

Gründe:

- Kein Auto nötig
- Aus Buttisholz für Buttisholz
- Regionale Produkte
- ökologisch
- Dorfleben bunter
- persönlicher

Weitere Inputs

- Es kommt auf das Wohnquartier an (z. Guglern)
- Ziel: Selbsttragend ohne Gemeindebeitrag

Hauptfragen:

Welche Voraussetzungen müssen vorhanden sein, damit die Attraktivität des Detailhandels im Dorfkern zunimmt?

- Sehr Zentral
- Ideale Parkierung
- Gemeinsame Lösung
- Qualität der Produkte / Bio / Dorfmarkt
- Preispolitik
- Attraktive Öffnungszeiten
- Grösse Frisch Egge genügend oder leicht grösser
- Begegnungsort/Kontaktförderung/Aktivierung Dorfkern
- Auch Detaillisten müssen sich bewegen
- geeignet für ältere Menschen (Zunahme)
- Gute Beratung und frische Produkte
- Ladenflächen subventionieren, Gemeinde soll in irgendeiner Form unterstützen
- Regionale Produkte anbieten
- Grössere Auswahl von Produkten wäre wünschenswert
- Grössere Ladenfläche
- Drogerieartikel

- Erneuerung der Läden
- Genügend Parkplätze (park and ride)
- Zu- und Wegfahrt muss gut sein

Was ist hinderlich

- Zu teuer
- Parkplätze
- Fifafo u. Landi sehr nahe, der Markt bestimmt, Online-Markt
- Fehlende Einkaufstreue der Bevölkerung

Allgemein

- Marketing soll gemeinsam gemacht werden, gemeinsame Aktionen nicht nötig
- Bus bringt Frequenzen, Bus-Situation klären
- an Dorfbach verweilen, in Dorfallée parkieren
- In 5-10 Jahren haben sich die Einkaufsgewohnheiten so verändert, dass es keine Läden mehr braucht (Online-Handel usw.)
- Grosser Detaillist wie Migros oder Coop im Dorfzentrum nicht von Interesse
- Verkaufsläden sollen an Haupterschliessung sein

An welchem Standort im Dorfkern sollen inskünftig Waren des täglichen Gebrauchs angeboten werden?

Dorf-Süd

9 Personen 14 Personen

Gass

6 Personen 10 Personen

An mehreren Standorten (Situation heute)

10 Personen nicht angefragt

Weitere Inputs

- Neuenkirch (Spar) wird als Negativbeispiel erwähnt
- Angebot für Buttisholzer als Ziel
- Gemeinsame Synergien nutzen
- Einzigartigkeit hervorheben

Zusammenfassung Wohnen/öffentliche Bedürfnisse

1. Soll das Wohnen im Dorfkern aktiv gefördert werden?

Die meisten Personen sind grundsätzlich dafür, dass das Wohnen im Kern gefördert werden muss, davon plädieren viele für ein moderates Wachstum. Die anderen Personen (ca 20) finden man soll den schönen Kern so behalten, ihn aber so gestalten, dass mehr Leben stattfinden kann.

2. Welches Wohnungsangebot ist in Zukunft gefragt?

Folgende Wohnungstypen sind gefragt:

Diese Antworten wurden überdurchschnittlich häufig an allen Tischen genannt:

2 ½ (für Junge), 3 ½ bis 4 ½ zahlbare Wohnungen (auch für Familien) im Mietverhältnis

Wohnungen für ältere Personen (Senioren, die ihre Häuser verkaufen könnten und in die Dorfmitte ziehen würden. Demografie beachten

Man möchte eine gute Durchmischung aller Wohnungstypen, denn

- Einkauf wird gestärkt
- Soziales Miteinander
- Kern wird belebt

Diese Antworten wurden häufig genannt:

Dorfsüd vorantreiben mit guter Erschliessung/Verkehr regeln

Allgemeine muss beim Planen die Erschliessung gut geregelt und das Verkehrsaufkommen beachtet werden.

Neue Wohnformen, geselliges Wohnen beachten und fördern; Wohnen mit flexiblen Gemeinschaftsräumen

Jetzigen Wohnraum ausnützen: An- Ausbau; Aufstockung

Verdichtetes Wohnen mit genügend Grünzonen

Wohnen mit Freiraum (Grünzonen)

Einzelne Meinungen: Eigentumswohnungen, damit gute Steuerzahler kommen

Diese Antworten wurden mehrmals genannt:

Wohnen und Gewerbe beibehalten

Wohnen und Detaillisten fördern

ÖV Anbindung wichtig zum Wohnen

Aussagen, die nur an einzelnen Tischen/Gruppen genannt wurden:

Tisch Claudia: Gemeinde muss Grundlagen schaffen, dass gebaut werden kann, Steine aus dem Weg schaffen

Ausnützung optimieren, Spielraum ausnützen, Anreize schaffen, Organisationen motivieren

Flexibilität, Markt spielen lassen

Reibungsfläche Landwirtschaft

Tisch Flavio: Keine Konkurrenz zu Baugenossenschaft, Kooperation: mehrmals

Erschliessung Reithalle – Sagerhof: Einzelmeinung

Erschliessung mit Querstrasse und Land einzonen/Süd: Gruppenmeinung

Tisch Nadia: Erschliessung Dorf Süd ab Kreisel Gugglern: Einzelmeinung

Allee belassen nicht mehr Wohnungen sondern mehr Leben: mehrmals genannt

Nicht mehr Wohnraum aber Lebensqualität: mehrmals (siehe oben)

3. Bestehen aktuelle oder zukünftige öffentliche Bedürfnisse im Dorfkern?

Diese Antworten wurden überdurchschnittlich häufig an allen Tischen genannt:

Gute Gastronomie im Kern

Treffpunkt, Begegnungsort, (Cafe, Jugendlokal, attraktiver Dorfplatz, für Festivitäten...)

Diese Antworten wurden häufig (nicht an allen Tischen) genannt:

Bussituation und Verkehr optimal regeln (gute Anbindung behalten)

Genügend Parkplätze,

Diese Antworten wurden 1 bis 2 Mal an jedem Tisch genannt:

KITA oder wenigstens Mittagstisch

Aussagen, die an einzelnen Tischen/Gruppen genannt wurden

Tisch Anita: WC (mehrmals), Pub, Kinderspielplatz, Ludothek, grössere Entsorgungsstelle

Tisch Claudia: Dorf Süd: Parkplatz unterirdisch

Dorf Nord in 15 bis 30 Jahren anpacken: Cafe, Drogerie, Jugend; (Investoren suchen)

Tisch Flavio: Kulturraum: mehrmals

Kleingewerbe (siehe Rosalie): mehrmals

Dorfsüd Gebäudekomplex mit grossem Angebot und unterird. P: Gruppenmeinung

Hirschen: Hat Gemeinde eigene Bedürfnisse (Verwaltung, Büros): mehrere Nennungen

Tisch Nadia: Verkaufsort für lokale Produkte: mehrmals

Tiefgarage im Gebiet Gass: mehrmals

Dorfallee beleben: mehrmals

Öffentliche Veranstaltung (worldcafé) vom 2.11.2016

Zusammenfassung zum Thema Verkehr und freie Räume

Frage 1

"Soll sich die Bushaltestelle auch in Zukunft auf der Chäsistrasse im Dorfzentrum befinden?"

Wenn nein, wo könnten mögliche Alternativstandorte sein?

Ist die Bevölkerung bereit, diese hohen Kosten zu tragen?"

14 Punkte: Bus soll an anderen Ort: "Entflechtung Verkehr Ausfahrten Romano+Christen und Bus"

9 Punkte: Bus soll an anderen Ort: „Chäsistrasse kann aufgewertet werden“

8 Punkte: Bus soll an anderen Ort: „zu eng auf der Chäsistrasse“
Bus soll an anderen Ort: "Es soll keinen Mehrverkehr auf Chäsistrasse geben."

6 Punkte: Bus soll bleiben: "Es braucht keinen neuen Platz, keine neuen Strassen d.h. keine Investitionen man kann damit leben"

5 Punkte: Bus soll bleiben: „Ideal für aktuelle Detaillisten“
Bus soll an anderen Ort: „Bus behindert Einkauf“
Bus soll an anderen Ort: „Haltestellen getrennt nach Achsen“

Wo könnte ein neuer Busstandort sein?

Antworten nach Häufigkeit

10 Punkte: Busbuchten bei Kreuzscheune

5 Punkte: "entflechten z.B. Bus Nr. 61 bei Kreuz Bus Nr. 62 auf Chäsistrasse"

"Ist die Bevölkerung bereit die Kosten zu tragen?"

12 Punkte: wenn gutes Konzept da ist ja

10 Punkte: ja

3 Punkte: nein

Frage 2

Gehören der Dorfplatz und der Einkauf zusammen?

13 Punkte: nein

6 Punkte: ja

Wo soll sich der Dorfplatz befinden?

11 Punkte: "Wie im Siedlungskonzept zum Richtplan. Dorfplatzgestaltung beim Hirschen."

Frage 3

Sind wir bereit für eine attraktive Dorfplatzgestaltung Geld zu sprechen?

7 Punkte: JA mit Konzept

7 Punkte: "Wenn ein Bauvolumen realisiert wird, dann Dorfplatzgestaltung auch realisieren, und dafür Geld sprechen."

3 Punkte: NEIN

Frage 4

"Wo liegen die Knackpunkte in der heutigen Verkehrsführung?"

12 Punkte: Belastung der Chäsistrasse

11 Punkte: Rechtsvortritt

6 Punkte: Fussgängerstreifen Standorte

Gibt es Lösungsansätze?

13 Punkte: Rechtsvortritt beibehalten

6 Punkte: "kein Kreisel verschandelt Dorfbild"

6 Punkte: "Neue Standorte der Fussgängerstreifen prüfen"

5 Punkte: Tempo durch das Dorf reduzieren

Bemerkungen zu Parkplätzen

5 Punkte: "Parkplätze bei Detaillisten Oberirdisch vor der Ladentür"

5 Punkte: "Chäsistrasse als Kurzparkplatz wenn Bus auf anderer Seite"

Vorgehensvorschlag zur Weiterentwicklung des Dorfkerns Buttisholz



Inhalt

- Ausgangslage und Ziele
- Der 1 + 4 Phasen-Plan
- Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)
- Die Dorfanalyse
- Die Dorfidee
- Die Nutzungs-Strategie
- Die Umsetzung
- Weitere Schritte
- Zusammenfassung und Übersicht
- Fragen und Diskussion

Ausgangslage und Ziele

Eine Vielzahl der Ortskerne, wie wir sie kennen, werden verschwinden.

Ausgangslage und Ziele

Die Schweiz befinde sich in einem **Strukturwandel**, bei dem u.a. die Ortskerne als lebendiges Zentrum zusehends grossen Spannungen ausgesetzt sind und sich verändern.

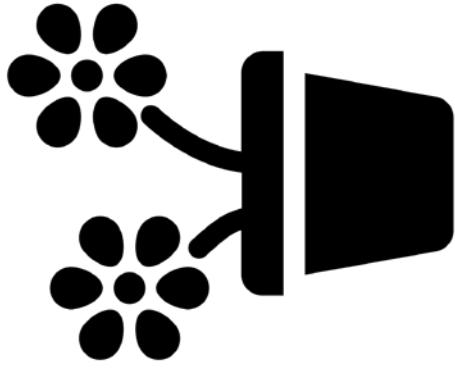
Trotz allem Wissen kann die Lösung dieser schwierigen Aufgabe der **Transformation nicht technisch** angegangen werden, **sondern gesellschaftlich**. Jede Gemeinde muss dabei den Weg selber gehen.

- Die Gemeindeführung übernimmt Verantwortung bei der aktiven Gestaltung der Zukunft der Gemeinde.
- Sie stellt dazu optimale Grundlagen zur Verfügung und erarbeitet die dazugehörige Strategie.
- Sie steuert aktiv den Entwicklungsprozess unter Berücksichtigung aller beteiligten Akteure und zum Wohle der Bevölkerung.

Ausgangslage und Ziele

Unterschiedliche Interessen prägen den Prozess :

Jede Neupositionierung als Suche nach einem **Gleichgewicht dieser Interessen** «Wie es sein sollte» schwingt mit. Im Fokus steht dabei fast immer das Bild des Einkaufens im Dorf.



Begegnungsplätze, kleine Läden und Cafés und verkennen, dass sie selber nicht zu Kunden dieser Strukturen gehören.

Dorf-Romantiker



Mehr Parkplätze um das Dorf möglichst dem heutigen Trend des automatisierten Kunden Anzupassen und verkennen, dass sie damit ihren Hauptkonkurrenten nacheifern, welche sie kaum einholen können.

Dorf-Pragmatiker

Ausgangslage und Ziele

Revitalisierung und Belebung

Oft nehmen diese Bestrebungen Bezug zu Bildern des Ortskerns, in dem sie die damit verbundene Lebendigkeit am **Detailhandel** und den **Restaurants** fest. Mit allzu starren und unrealistischen Vorstellungen wird ein Revitalisierungsprozess kaum gelingen. Es braucht eine Öffnung des Zielsystems.

Wofür steht der Ortskern?

- Realistische Zielvorstellungen entwickeln, und daraus ein abgestimmtes Set an Massnahmen kreieren, und den unkontrollierten Wandel in Bahnen zu lenken und da und dort eine neue Entwicklung anzustossen.
- Darüber hinaus stehen der Gemeinde raumplanerische Instrumente zur Verfügung, um in Zukunft die Ansiedlung zentrumsrelevanter Nutzungen ausserhalb des Dorfkerns zu lenken. (Bsp. Kanton St. Gallen)

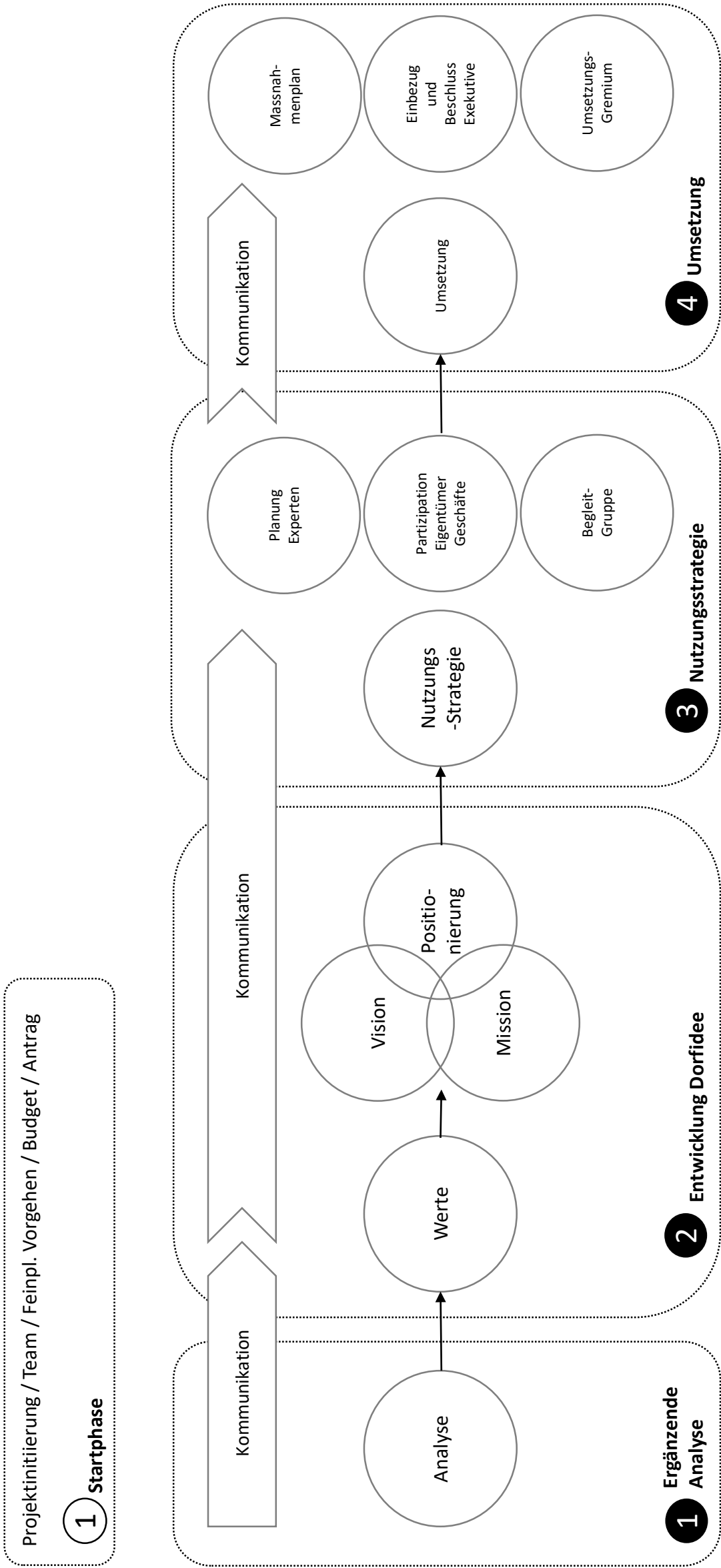
Ausgangslage und Ziele

Welches sind die übergeordneten Ziele

- Die guten vorhandenen Grundlagede zu einem Gesamtheitlichen Ansatz ergänzen
- Die Bevölkerung vom Vorgehens überzeugen und gewinnen
- Die Vision des Dorfkerns mit Nutzungsstrategie entwickeln
- Die Rahmenbedingungen zur etappenweisen Umsetzung der Massnahmen zur Weiterentwicklung des Dorfkerns schaffen



Der 1 + 4 Phasen-Plan



Der 1 + 4 Phasen-Plan

Die erarbeiteten Dokumente sind wichtige Bestandteile des Entwicklungsprozesses und werden im nachfolgend skizzierten Vorgehensvorschlag integriert.

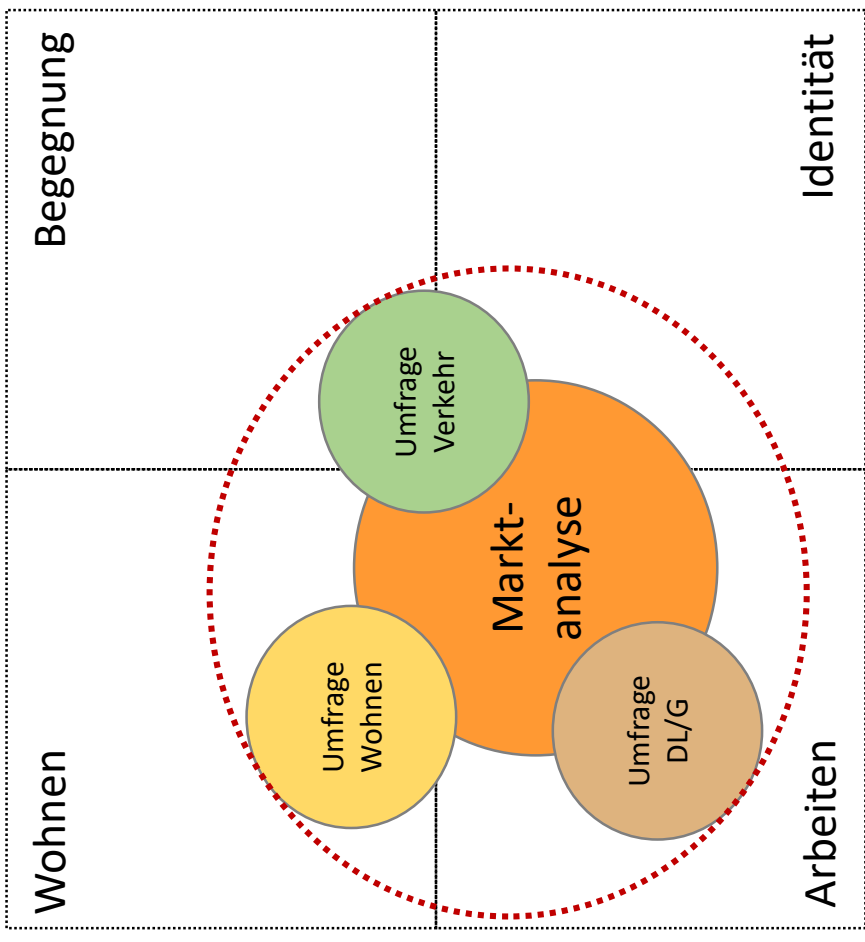
Die Arbeitsgruppe Zentrumsentwicklung hat im Rahmen ihrer Möglichkeiten wertvolle Arbeit geleistet.

Nun gilt es diese Puzzleteile zu einem Gesamtbild zu ergänzen, auf dessen gesamtheitlicher Erfassung der Ausgangslage eine gezielte und angemessene Entwicklung des Ortskerns ermöglicht wird.



Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)

Systematik zur Komplettierung einer gesamtheitlichen Sicht:
Die vier Funktionen als Koordinatensystem des Ortskerns

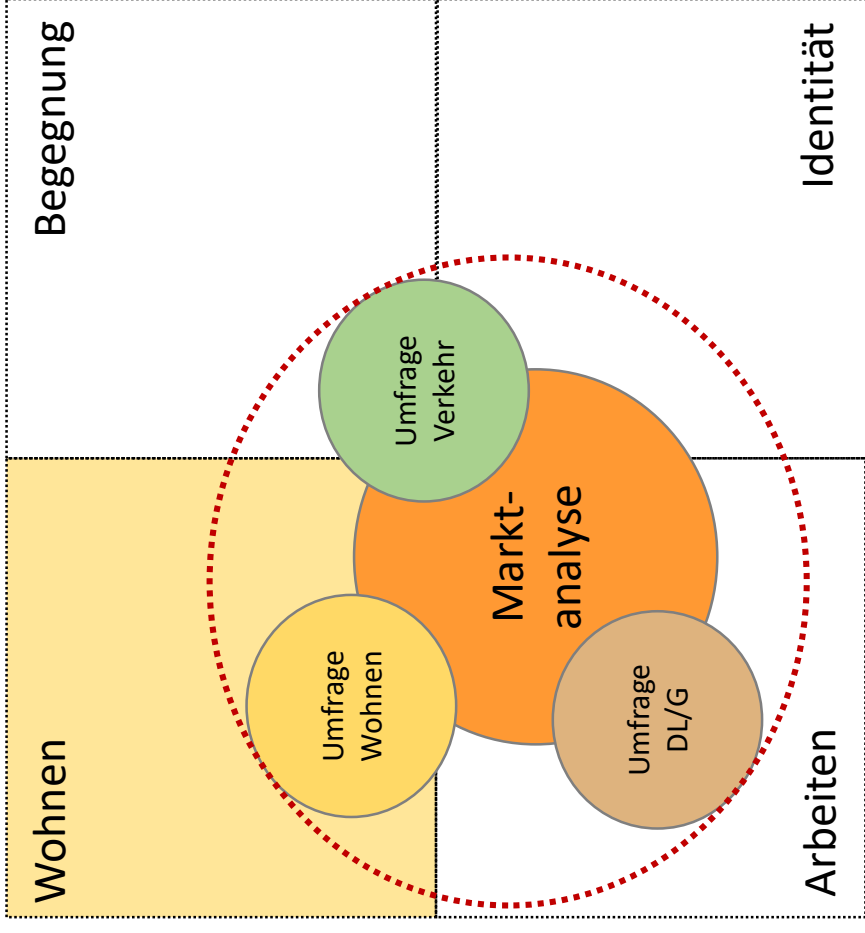


Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)

Systematik zur Komplettierung einer gesamtheitlichen Sicht:
Die vier Funktionen als Koordinatensystem des Ortskerns

Das Wohnen bildet die wichtigste Funktion im Ortskern.

- Flächen
- Umsätze
- Tragen der Bausubstanz
- Frequenz/Grundrauschen
- Kundengruppe Detailhandel



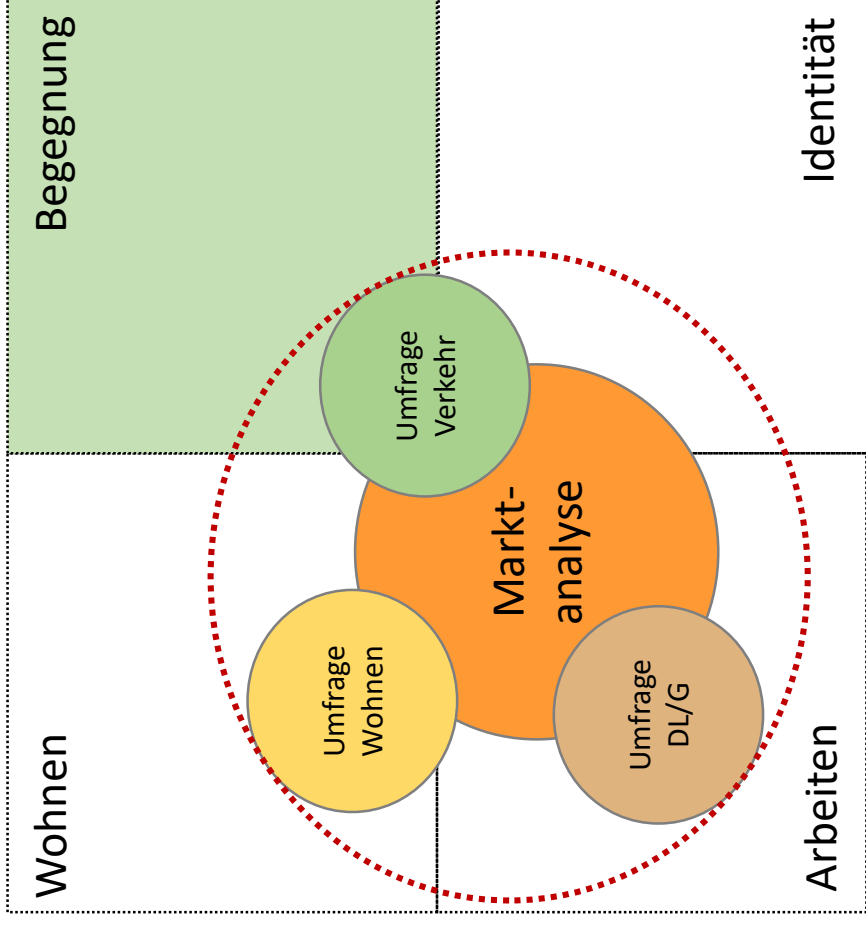
Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)

Systematik zur Komplettierung einer gesamtheitlichen Sicht:
Die vier Funktionen als Koordinatensystem des Ortskerns

Die Begegnung ist das charakteristische Merkmal des Ortskerns.

- Kultur
- Verwaltung
- Gastronomie
- Schulen/Krippen
- Spielplatz
- Event
- Kirche
- Vereinslokal
- Parkanlage

Keine der Funktionen alleine kann das Wegfallen des Detailhandels ersetzen. In der Summe jedoch sind sie eine wichtige Stütze des Ortskerns.

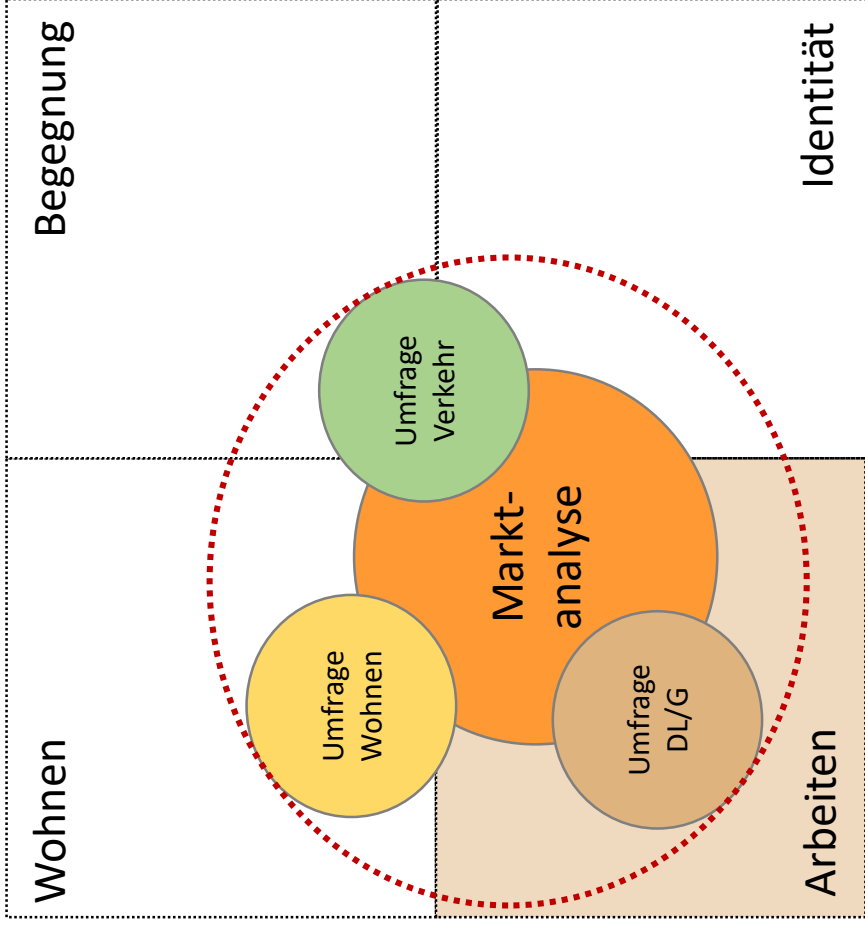


Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)

Systematik zur Komplettierung einer gesamtheitlichen Sicht:
Die vier Funktionen als Koordinatensystem des Ortskerns

Das klassische Arbeiten im Ortskern hat an Bedeutung abgenommen.

- Mit neuen Impulsen angereichert bleibt das Thema jedoch für den Ortskern wichtig.
- gut erreichbare Dienstleister
- Home Office und Co Working
- Paraläden: gemischte Betriebsmodelle: Produktion, Versandhandel, Kunsthandwerk, Gastronomie, Beratung

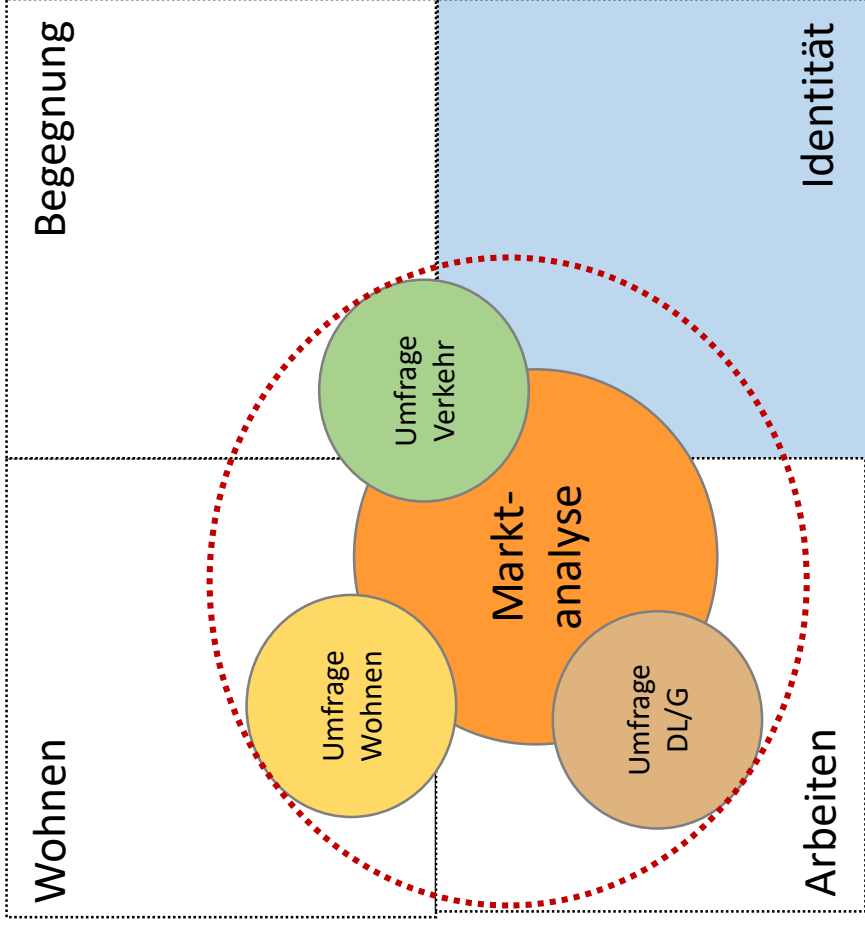


Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)

Systematik zur Komplettierung einer gesamtheitlichen Sicht:
Die vier Funktionen als Koordinatensystem des Ortskerns

Die Identität bildet die grundlegendste Funktion unserer Ortskerne.

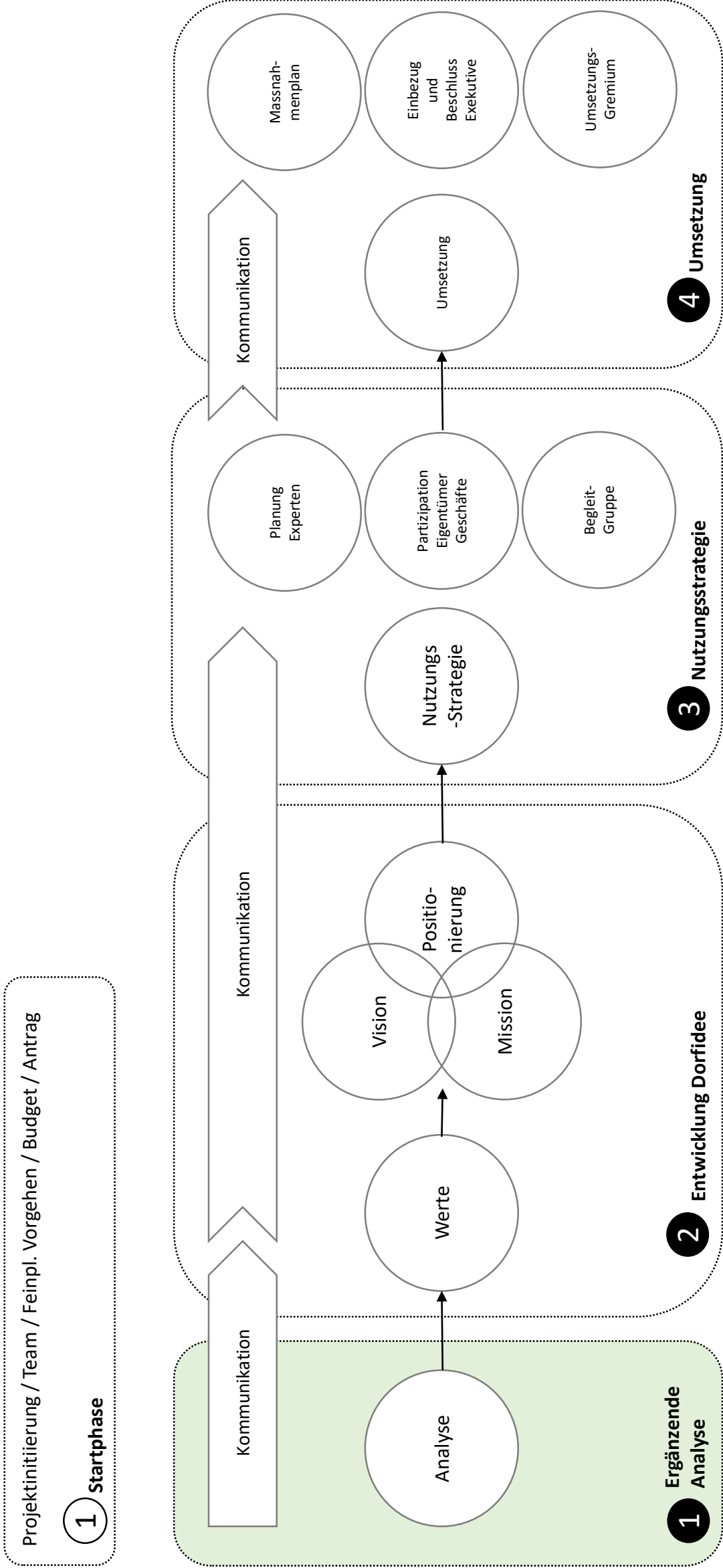
- Identifikation mit dem Ortskern als kollektives Heimatgefühl in Zeiten starker Veränderung
- Historische Bausubstanz als Tafelsilber der Ortskerne
- Geschützt durch restriktive Vorgaben und oft als Hemmnis für eine Entwicklung und Lebendigkeit der Ortskerne empfunden



Vier Funktionen als Koordinatensystems des Ortskerns (die Puzzleteile)

Die Krise im Detailhandel als Anlass nehmen, um über die Funktion des Zentrums zu diskutieren und zu benennen, was uns wichtig ist, und was geändert werden kann.

Die Dorfanalyse



Die Dorfanalyse

Ergänzende Analyse

Erarbeitung Gesamtbild

Dokumentation

In der Dorfanalysephase ergänzen Experten die vorhandenen Unterlagen. Dabei werden die Potentiale und Defizite des Ortskerns ermittelt. Unterlagen zu dieser Analyse bilden u.a.:

- Siedlungsleitbild
- Inventar der schützenswerten Ortsbilder
- Potential (LUBAT)
- Bebauungs- und Baulinienplan
- Verkehrskonzept
- Vorhandene Machbarkeitsstudien
- Freiraumkonzept

Die Dorfanalyse

Ergänzende Analyse

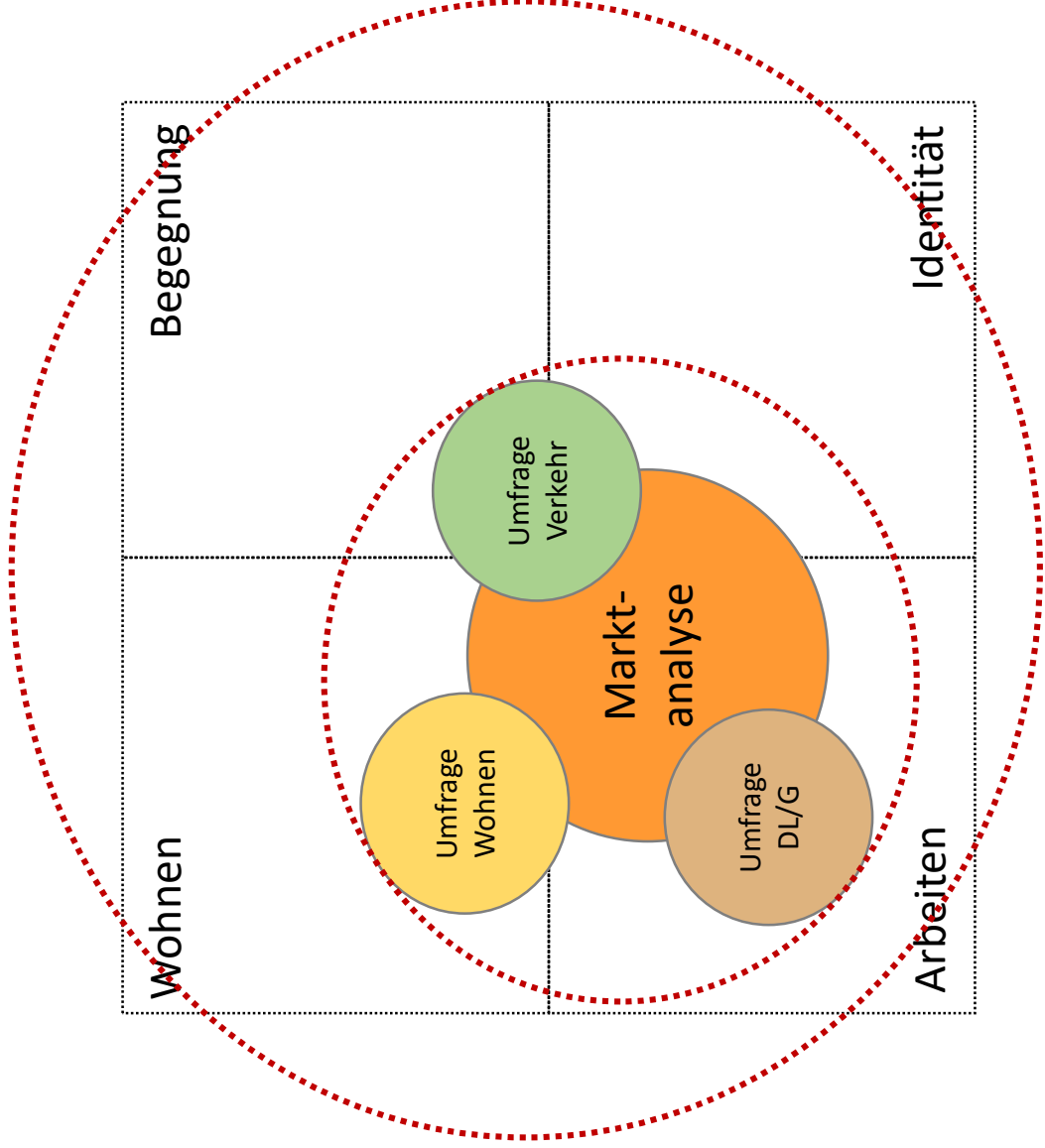
Erarbeitung Gesamtbild

Dokumentation

Mit Begehungen vor Ort und ergänzenden Umfragen bei Grundeigentümern, Nutzern des Ortskerns und Externen, jedoch involvierten Akteursgruppen werden von Experten ergänzende Erkenntnisse gesammelt und dokumentiert.

- Wahrnehmungsräume
- Freiräume und funktionaler Gebrauch, Schnittstellen privat-öffentlich
- Struktureller Zustand der Infrastruktur
- Feststellen von Abhängigkeiten der Funktionen und deren Mustern
- Umgang mit Energie
- Vertiefte Analyse der Mobilitätsmuster und des Angebots
- Immo-ökonomische Betrachtung

Die Dorfanalyse



HEUTE (Spannungsfelder der Gegenwart)

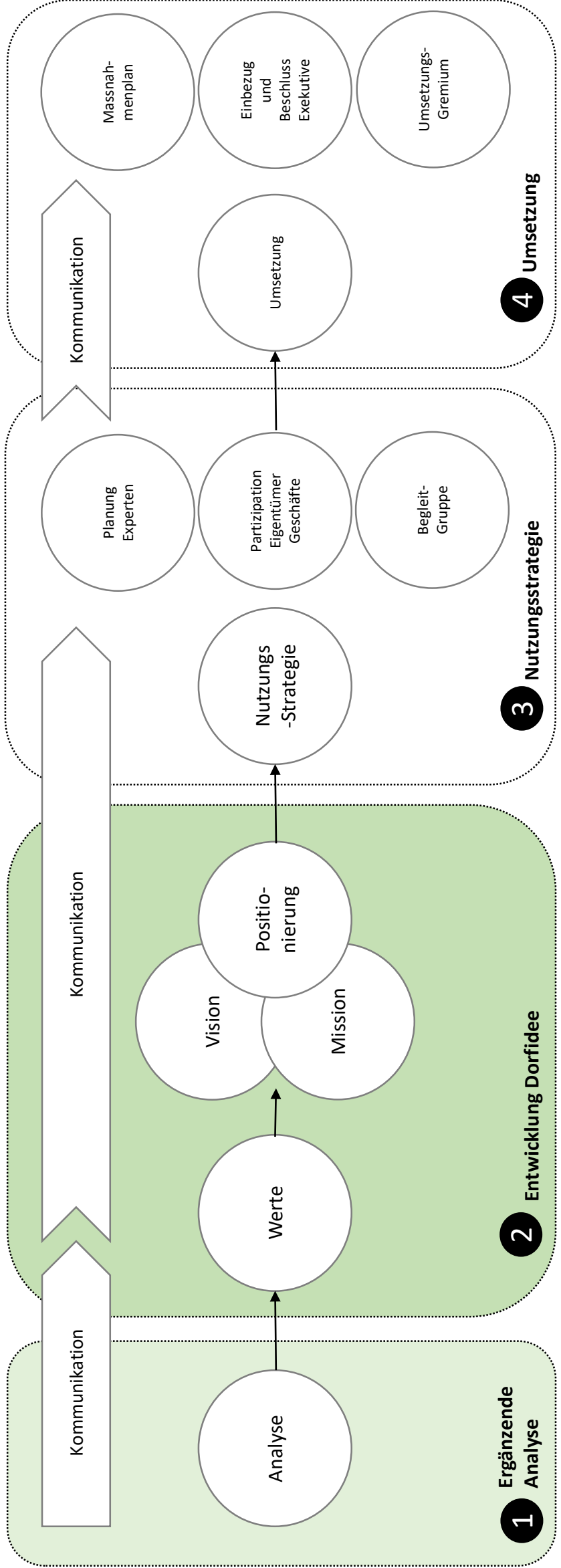
- Räumliches Potential (LUBAT, Reserven)?
- Denkmalsgeschützter Kern (ISOS)?
- Konzeption des Freiraums?
- Erschliessung (MIV/ÖV, Sicherheit)?
- Auswirkung der Neubauten?

MORGEN (Triebkräfte der Zukunft)

Wohin?

Vision des Zusammenwirkens aller Faktoren
im Raum?

Die Dorfidee



Die Dorfidee

Die Dorfidee von Buttisholz basiert auf der Analyse von Stärken und Schwächen des Dorfes, verbindet künftige Entwicklungen mit Tradition und Charakteristika des Standortes und dient als Grundlage für seine Neugestaltung.

Ziele der Dorfidee



Buttisholz von Morgen verstehen

Aufzeigen der künftigen Stärken und Schwächen des Dorfes basierend auf der Analyse von internen, externen lokalen und fernen Betrachtern.

Buttisholz weiterdenken

Die Dorfidee als Grundlage für eine individuelle Entwicklung künftiger Möglichkeiten zur Dorfentwicklung. Dabei werden Zukunftsszenarien ebenso berücksichtigt wie Tradition und die Charakteristika des Standorts.

Buttisholz neu gestalten

Kommunikation der Dorfidee innerhalb der Bevölkerung sowie Unterstützung von Entscheidungsträgern bei Konzeption und der Durchführung von Innovationsprozessen.

Die Dorfidee

Dabei wird bei der Projektarbeit auf die Kernkompetenz der Analyse neuer Entwicklungen gesetzt, gleichzeitig steht aber immer der Nutzen für die Menschen und der Bezug zur Tradition im Zentrum.

Denkansatz



Offene und kritische Auseinandersetzung mit der Zukunft

Der Mensch im Mittelpunkt

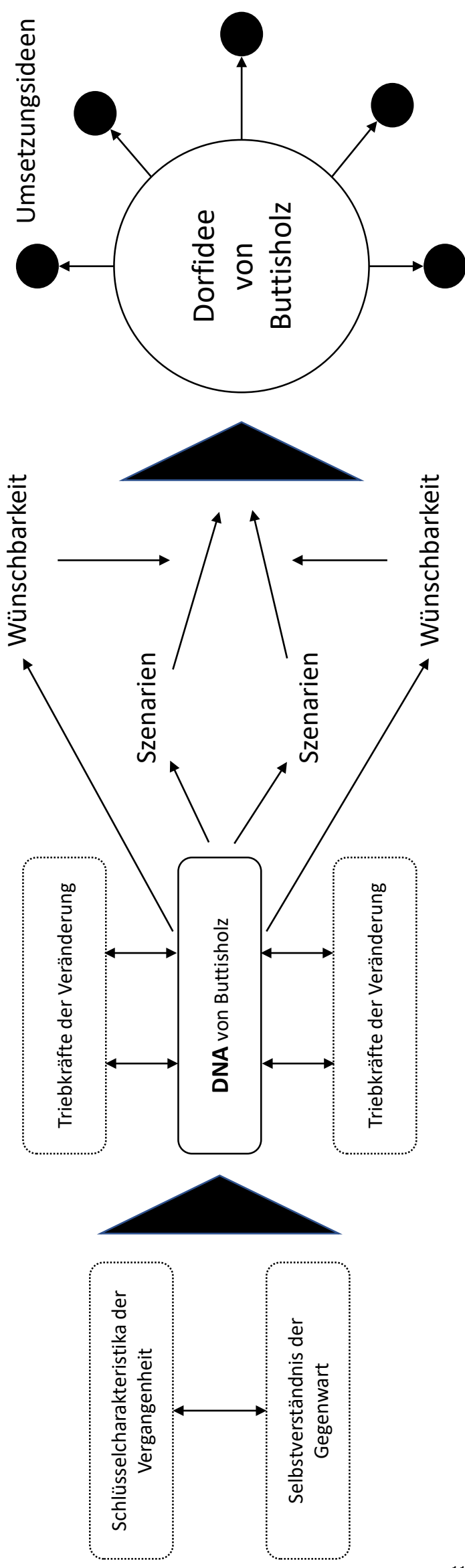
Das Neue im Konzept der Tradition Entwickeln

- neue Lösungen zu entwickeln, die den Anforderungen der Zukunft entsprechen
- im Umfeld von Raum- und Stadtentwicklung erfordert dies die Kenntnis der «DNA» eines Ortes, auf der die Zukunft aufbaut.

Die Dorfidee

Die Dorfidee Buttisholz wird erarbeitet aus der DNA des Dorfs und mit auf ihre Wünschbarkeit überprüften Szenarien. Sie ist die Grundlage für die Entwicklung konkreter Umsetzungsideen zur Zukunft des Dorfs.

Methode



Die Dorfidee

Spannungsfelder der Gegenwart

- Gemeinschaft
 - Lokale Bevölkerung – Neuzugezogene
- Wertschöpfung
 - Abfluss der Kaufkraft – Ansiedlung von Angeboten im Zentrum

Lebensraum

- Einfamilienhaussiedlungen – Ortskern

Identität

- Geschützter Ortskern – Transformation zu neuen Funktionsräume (Mobilität)

Treiber des Wandels im Detailhandel

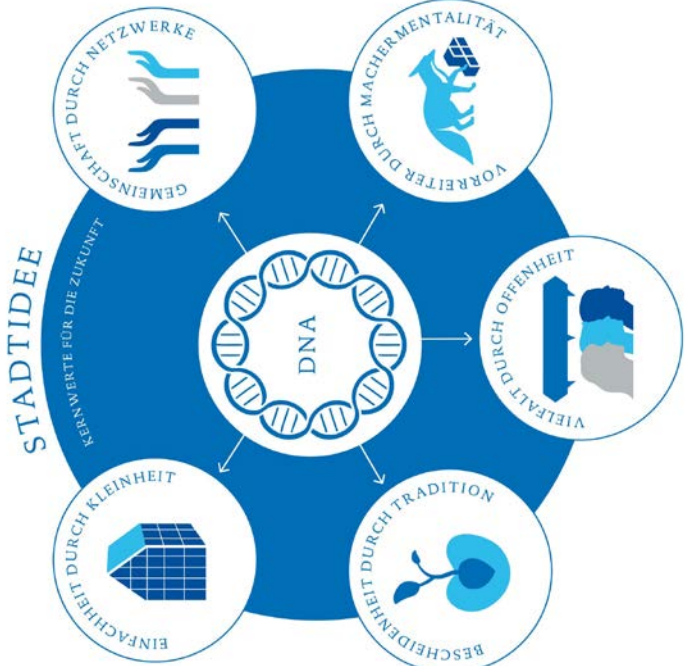
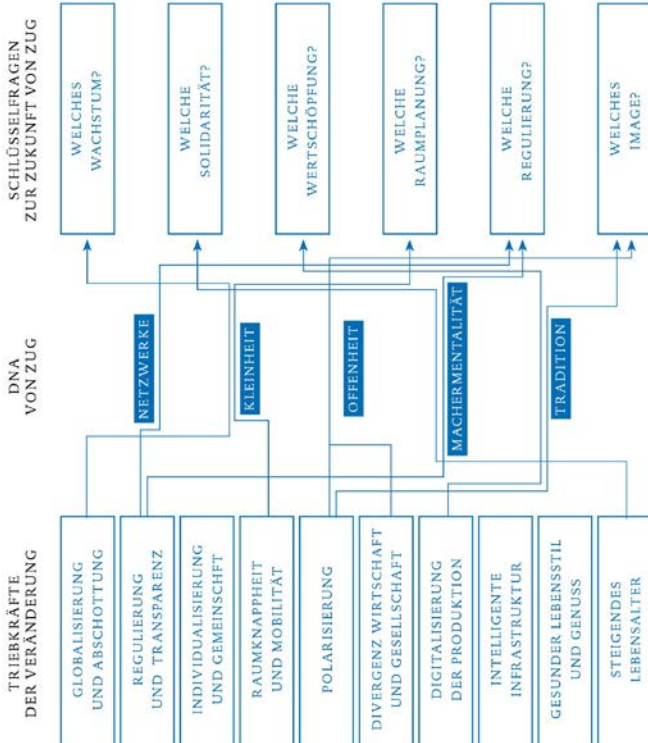
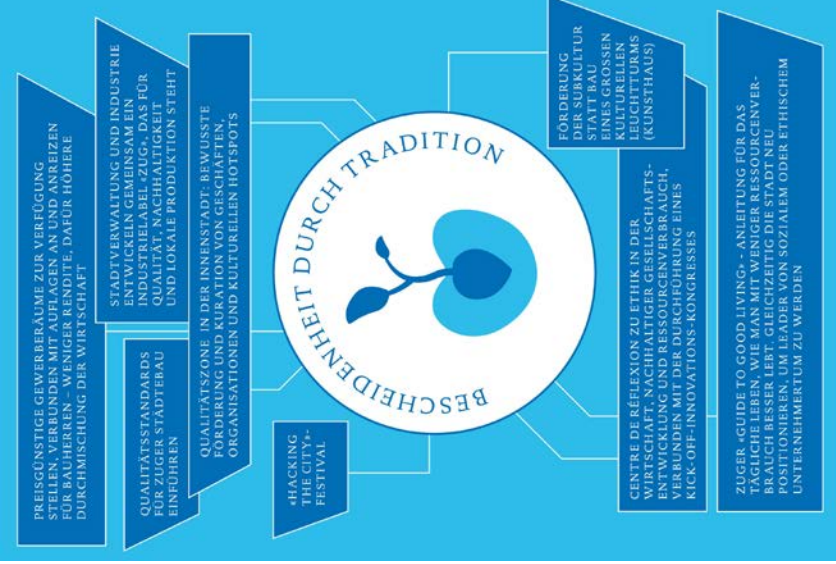
- Angebotsvielfalt
- Mobilität
- Filialisierung
- Internethandel

Übergeordnete Triebkräfte

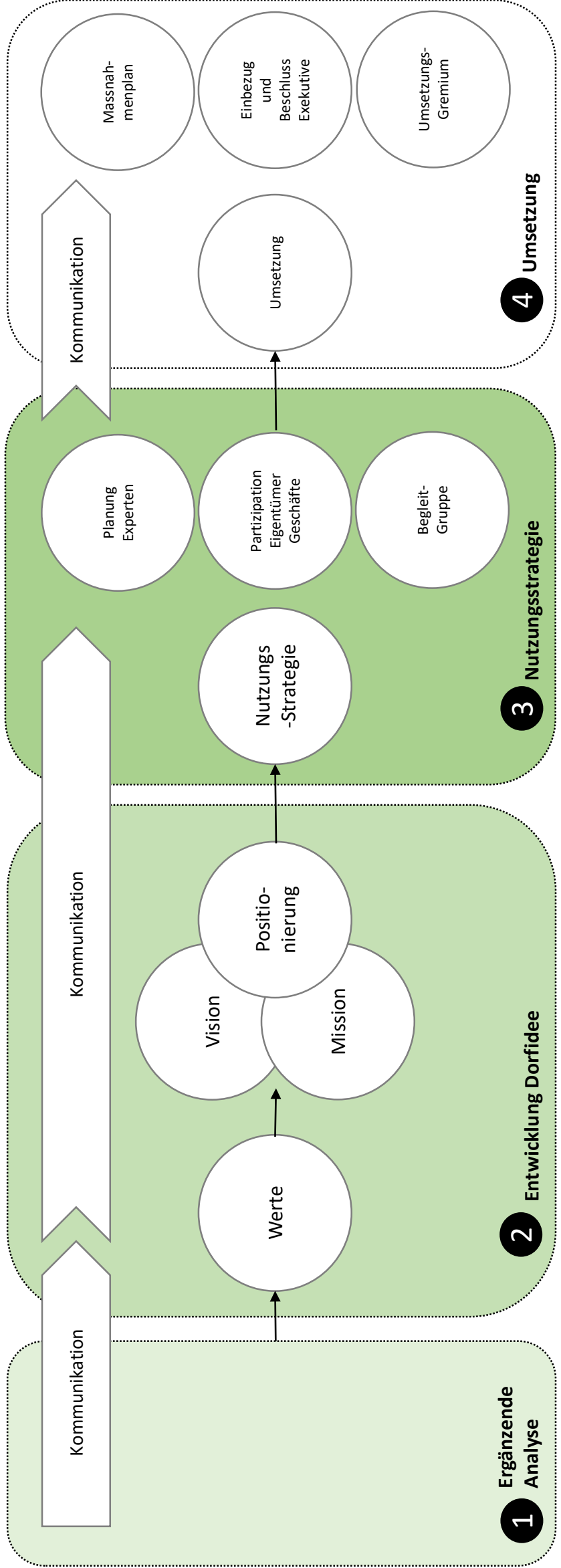
- Raumknappheit
- Digitalisierung
- Divergenz
- Intelligente Infrastruktur
- Gesundheit
- Alterung
- Mobilität

Die Dorfidee

Beispiel eines Resultats



Die Nutzungsstrategie



Die Nutzungsstrategie

Die Nutzungsstrategie baut auf der Dorfanalyse und der Dorfidee auf. Gemeinsam mit der Bevölkerung und der betroffenen Akteure werden vorgeschlagene Entwicklungsszenarien diskutiert, vertieft und verräumlicht. Daraus resultieren Stossrichtungen.

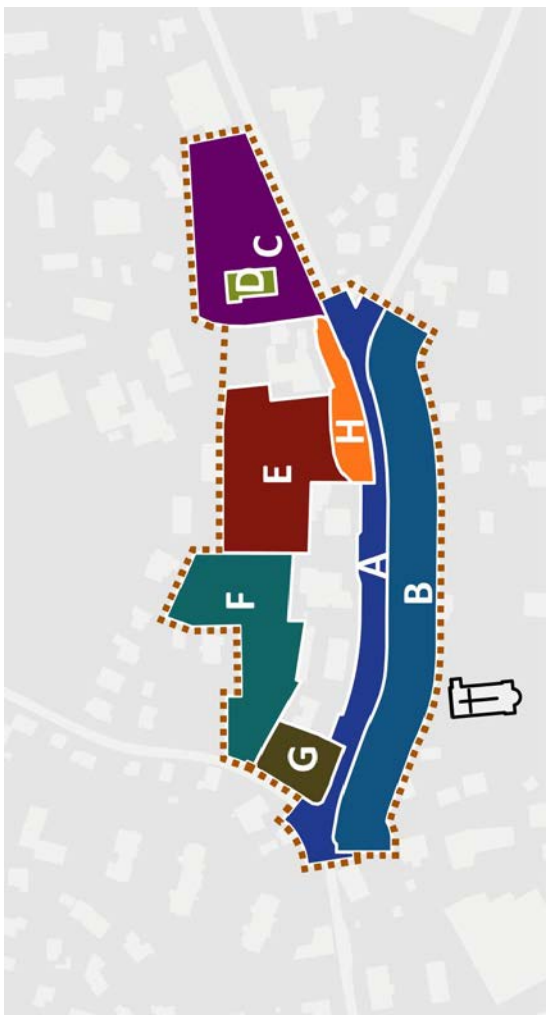
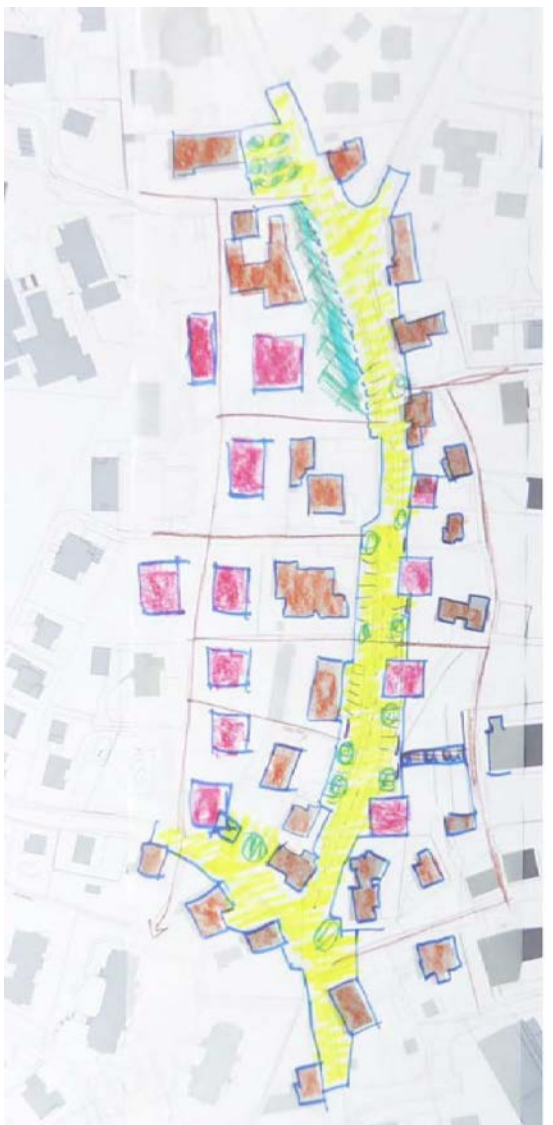
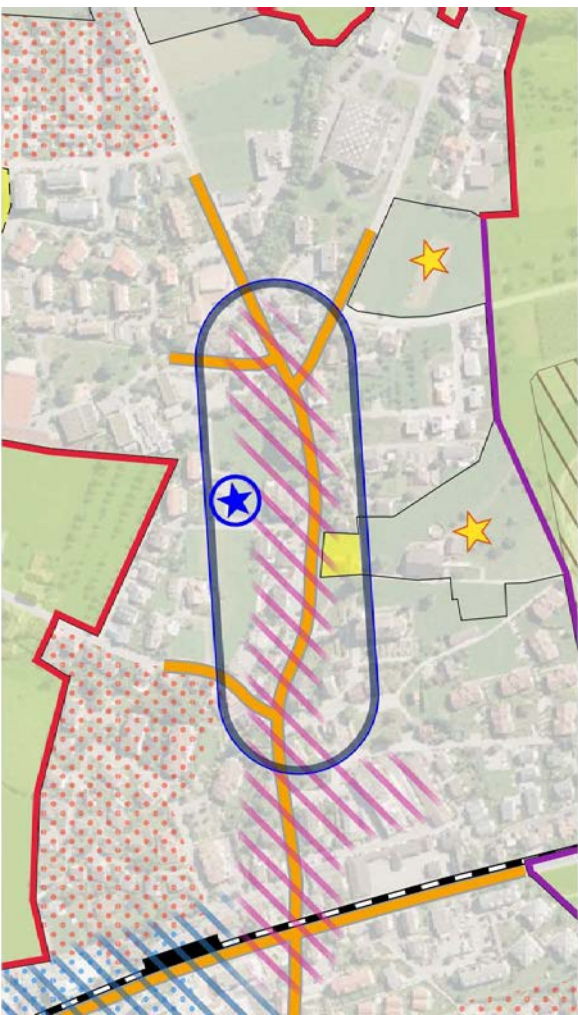
Diese orientieren sich an den in der Analyse festgelegten Thesen und konkretisieren sie und legen konkrete Massnahmen fest, wie diese umgesetzt werden sollen.

Rechtssicherheit für Bauträger!

Die Nutzungsstrategie

Resultate

Bsp. Ballwil
Skizzen des öffentlichen Raums
Wahrnehmungsräume und Entwicklungsbauseine





Die Nutzungsstrategie

Resultate Bsp. Weinfelden Stossrichtungen und Massnahmen

Stossrichtung	Ziel	Massnahmen
A	Das Zentrum Weinfelden erlebbar machen	<ul style="list-style-type: none"> A1 Den Bahnhofplatz zum Eingang machen A2 Den Marktplatz zum Stadtplatz machen A3 Den historischen Ortskern in Szene setzen A4 Die untere Rathausstrasse aufwerten A5 Das Flanieren verbessern
B	Das Typische an Weinfelden weiterentwickeln	<ul style="list-style-type: none"> B1 Messen und Ortskern besser koordinieren B2 Kulinarik und Wein zelebrieren B3 Das Element Märkte gezielt einsetzen B4 Einen Hauslieferdienst einführen
C	Die publikumsorientierten Nutzungen steuern	<ul style="list-style-type: none"> C1 Ein gemeinsames Flächenmanagement aufbauen C2 Ein regionales Detailhandelskonzept anstreben C3 Die Aussenräume aktiv bespielen C4 Die Parkiersituation optimieren

C-1 Ein gemeinsames Flächenmanagement aufbauen	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Koordination und Steuerung der Erdgeschossflächen Optimierung des Warenangebotes. Gezielte Positionierung von "Magneten" Attraktivierung des Ortskerns als Einkaufsort.
Beschrieb Massnahme	<ul style="list-style-type: none"> Einrichten einer Koordinationsperson oder -gruppe Zusammenschliessen der Eigentümer Aktive Mietersuche Vermeiden von Leerständen Projektbeschrieb und Profil Aufgabe Startveranstaltung mit Eigentümern / Geschäften
Erste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> Startveranstaltung mit Eigentümern / Geschäften
Art Aufgabe	Marketing / Koordination
Federführung	Gemeinde / Eigentümer
Zeithorizont	ab 2016
Bezug zu anderen Projekten	B1 Die Messen besser nutzen B2 Kulinarik und Wein zelebrieren
Verfügbare Ressourcen	Modell Hauslieferdienst Burgdorf Modell regionale Detailhandels-Koordination Delémont Modell Lienz (A): Entwicklungsgemeinschaften

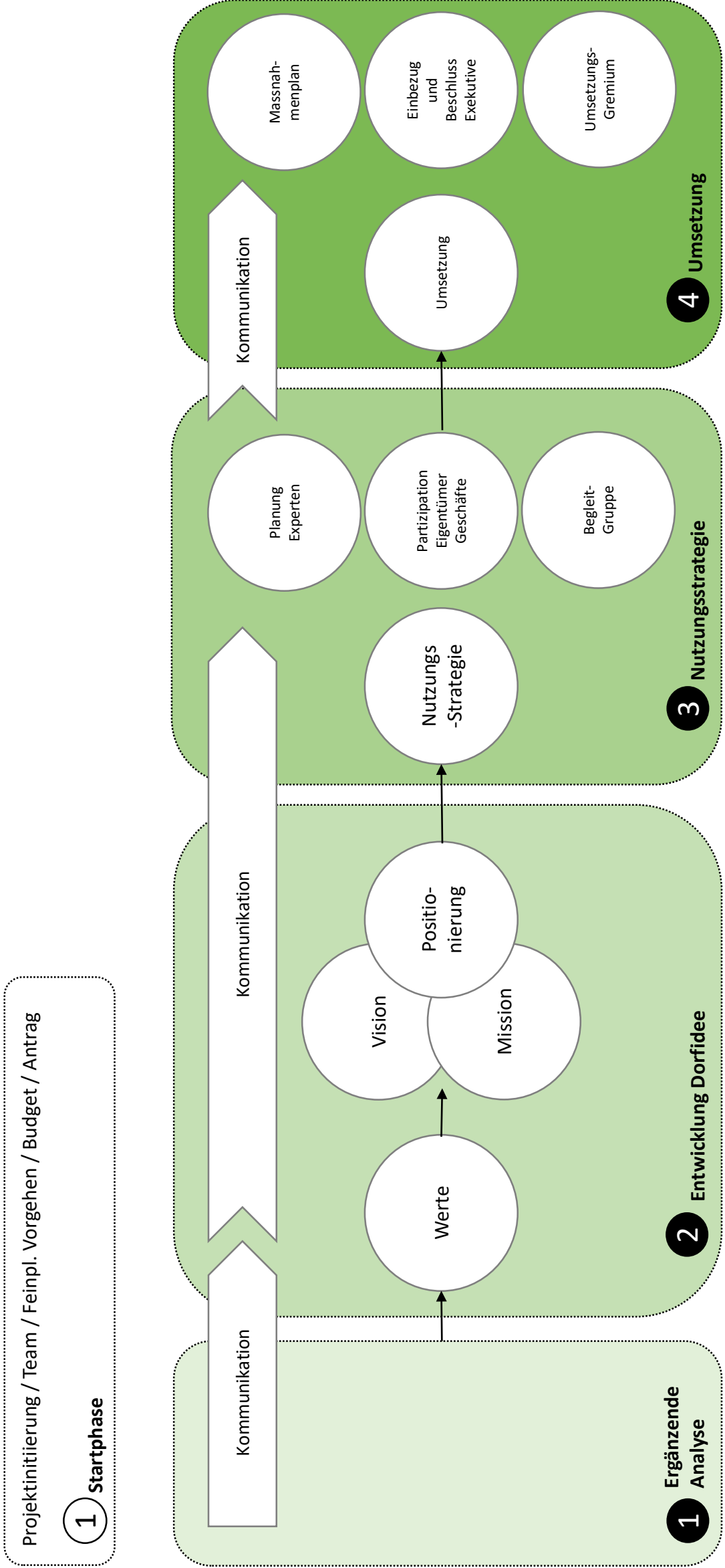
C-2 Ein regionales Detailhandelskonzept anstreben	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Den Detailhandel auf die Ortszentren konzentrieren Den Anteil des motorisierten Einkaufsverkehrs reduzieren Unerwünschte Ladenstandorte vermeiden
Beschrieb Massnahme	<ul style="list-style-type: none"> Regionale Planungskoordination Detailhandel auf Gemeindegebiet Weinfelden regeln und in Wohn- und Gewerbegebiet einschränken Kontaktaufnahme Kanton / Region / Nachbargemeinden
Erste Schritte	Planung
Art Aufgabe	Gemeinde
Federführung	ab 2016
Zeithorizont	B4 Einen Hauslieferdienst einführen
Bezug zu anderen Projekten	<ul style="list-style-type: none"> Planung Gemeinde ab 2016 B4 Einen Hauslieferdienst einführen
Verfügbare Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> Planung Gemeinde ab 2016 B4 Einen Hauslieferdienst einführen

B-2 Kulinarik und Wein zelebrieren	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Weinfelden als Gastro- und Genussdestination positionieren Mehr Besucher und Tourismus im Ortskern Unterstützen der Gastronomie und des Weinbaus
Beschrieb Massnahme	<ul style="list-style-type: none"> Tourismuskonzept umsetzen: Gourmetwanderung, Wein-Weg Das Thema Wein ins Zentrum bringen (Laden / Kellerei / Erlebnis) Koordination Gewerbe. Themen stärker positionieren.
Erste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> Runder Tisch Gewerbe - Tourismus - Gemeinde - Messen - weitere
Art Aufgabe	Marketing / Koordination
Federführung	Gemeinde
Zeithorizont	ab 2016
Bezug zu anderen Projekten	B1 Die Messen besser nutzen B3 Das Element Märkte gezielt einsetzen
Verfügbare Ressourcen	Beispiel Langenlois (siehe Tourismusanalyse) und weitere Orte

B-3 Das Element Märkte gezielt einsetzen	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Wochen und Saisonmärkte entwickeln Synergien mit lokalem Gewerbe nutzen Stärkung des stimmungsvollen Dorfcharakters
Beschrieb Massnahme	<ul style="list-style-type: none"> Märtekonzert, Kommunikationskonzept Koordination mit Gewerbe - Tourismus - Messen
Erste Schritte	<ul style="list-style-type: none"> Runder Tisch, Märtekonzert Idee Freitagsmarkt mit Apéro-Charakter prüfen
Art Aufgabe	Koordination / Marketing
Federführung	Gemeinde
Zeithorizont	ab 2016
Bezug zu anderen Projekten	A2 Den Marktplatz zum Stadtplatz machen A3 Den historischen Ortskern in Szene setzen B1 Die Messen besser nutzen C3 Die Aussenräume aktiv bespielen
Verfügbare Ressourcen	Konzept "Altstadt Plus" von Pro Burgdorf Bauernmarkt Visp

B-4 Einen Hauslieferdienst einführen	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Kundenbindung schaffen durch Dienstleistung Positionierung von Weinfelden als attraktiver Wohn- und Einkaufsort Reduktion motorisierter Verkehr Ein sinnvolles Beschäftigungs-/Integrationsprojekt schaffen
Beschrieb Massnahme	<ul style="list-style-type: none"> Aufbau und Betrieb eines Hauslieferdienstes Kombination Lieferdienste / "Zentrumsbahn" / E-Commerce prüfen Koordinationsitzung Gemeinde - Verein Hauslieferdienst Schweiz
Erste Schritte	Koordinationsitzung
Art Aufgabe	Aufbauarbeit
Federführung	Gemeinde, SBB, Stiftung (Trägerschaft)
Zeithorizont	ab 2017
Bezug zu anderen Projekten	C2 Ein regionales Detailhandelskonzept anstreben
Verfügbare Ressourcen	Beispiele in Burgdorf und anderen Orten

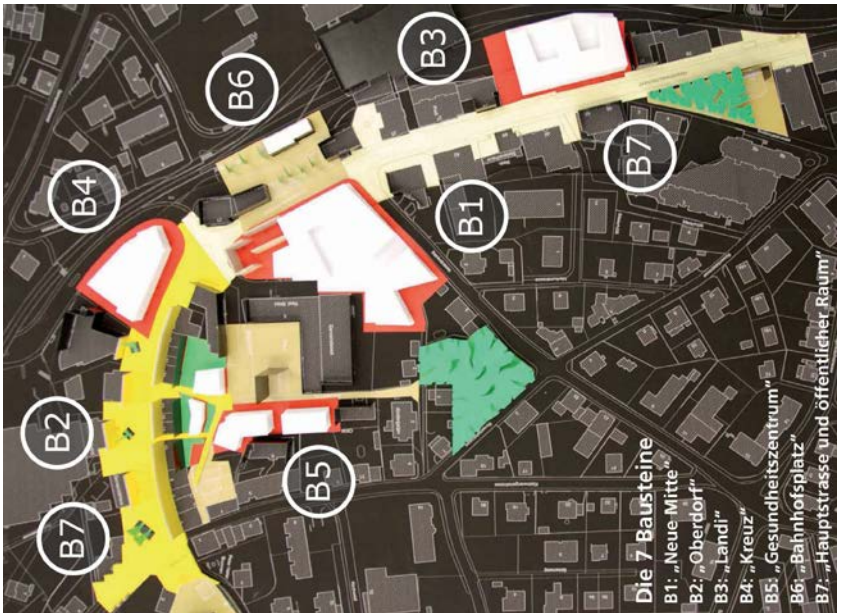
Die Umsetzung



Die Umsetzung

Resultate

Bsp. Hochdorf
Projektkoordination



Die 7 Bausteine

B1: „Neue Mitte“

B2: „Oberdorf“

B3: „Ländl“

B4: „Kreuz“

B5: „Gesundheitszentrum“

B6: „Bahnhofplatz“

B7: „Hauptstrasse und öffentlicher Raum“

B1 „Neue Mitte“

Hochdorf erhält eine neue urbane Mitte.



Projektkäse

Priorität: Hoch



In der **Maximalvariante** entsteht ein urbaner Baublock mit einer Hauptfront zur Hauptstrasse hin. Es sind vier oberirdische und zwei unterirdische Geschosse vorgesehen. Die genaue Dimension des Projektes ist jedoch davon abhängig, wie viele Grundstücke mit einbezogen werden können. Davon zeugt auch die Gestaltung und Dimension der **Minimalvariante**. Die zwei Neubauten an der Hauptstrasse werden in jedem Fall bewahrt.

Entlang der Hauptstrasse ist jeweils eine kleinteilige Ladenzeile vorgelagert. Dahinter erstreckt sich ein Grossverteiler mit min. 1'500 m² Verkaufsfläche zuzüglich den benötigten Nebenräumen. Die Obergeschosse entlang der Hauptstrasse und bei der Ecke Hauptstrasse/Bankstrasse umfassen Flächen für Dienstleistung, Büronutzungen und weitere Verkaufsnutzungen sowie Wohnungen (z.B. Maisonette), die z.B. über Laubengänge erschlossen werden.

Für den motorisierten Verkehr erfolgt in der Maximalvariante die Zufahrt über den Brau-Kreisel und die Wegfahrt über die Bankstrasse. In der Minimalvariante erfolgt die Zu- und die Wegfahrt über den Brau-Kreisel. Die Erschliessung des Gebäudes erfolgt rückwärtig zur Einstellhalle im ersten und zweiten Untergeschoss sowie zur Anlieferung im ersten Obergeschoss.

- Kommerz (Grossverteiler / Discounter)
- Kommerz (kleinteilig)
- Dienstleistungen
- Wohnen
- max. Geschosse 4
- max. BGF 4'000 - 11'500 m²
- Anzahl PP 120 - 170
- Gemeinde Hochdorf
- Grundeigentümer
- Realisierungsträger / Investor
- Nutzer (Grossverteiler / Discounter / Detailhändler)

Nutzungsprofil

Kennwerte

Beteiligte

Weiteres Vorgehen

Nachstehende Tabelle gibt Auskunft über das weitere Vorgehen, die Rollenverteilung innerhalb der zu bildenden Projektorganisation und zum öffentlichen Interesse. Die einzelnen Punkte sind im Verlauf der weiteren Projektentwicklung zu konkretisieren bzw. veränderbar.

	Akademie	Genelde Hochdorf	Zukunft Hochdorf AG	Grundgentümer	Realisierungsträger / Investor	Nutzer	Öffentliches Interesse	Hoch	Mittel	Niedrig
1. Phase: Projektkonzeption und -vorbereitung										
1.1 Beratung und Koordination (z.B. Aufzeigen von Potenzialen, Lancierung von Projekten, Koordination von Eigentümerinteressen)										
1.2 Aufbau Projektorganisation / Trägerschaft (sowie Gemeinde Entsch. über Art des personellen und finanziellen Engagements nötig)										
1.3 Vinerling Machbarkeitsstudie (Grodkonzeption, Nutzungsabwiche, Verwertungsmöglichkeiten, Wirtschaftlichkeitsvergleich)										
1.4 Grundstückszeichnung 1 (z.B. über Kaufrecht, Grundstückkauf)										
2. Phase: Projektkonzeption und -entwicklung										
2.1 Bereitstellung und Analyse von Grundlagen (Markt, Standort, Nutzung, Barrecht, Verkehr, Konkurrenzprojekte)										
2.2 Durchführung Machbarkeitsstudie (Grodkonzeption, Nutzungsabwiche, Wirtschaftlichkeit)										
2.3 Grundstückszeichnung 2 (z.B. über Kaufrecht, Grundstückkauf)										
2.4 Qualitätssicherung (z.B. Projektwettbewerb, Studienauftrag, Investorenkurzform usw.)										
2.5 Ausarbeitung Vorprojekt										
2.6 Anpassung planungs- und baurechtliche Rahmenbedingungen										
3. Phase: Projektrealisierung										
3.1 Ausarbeitung Bauprojekt										
3.2 Durchführung Bewilligungsverfahren										
3.3 Grundstückszeichnung 3 (z.B. Abtrennung bzw. Kaufrecht) nach Baubewilligung										
3.4 Umsetzung bzw. Bau										
3.5 Vermarktung										
4. Phase: Betrieb										
4.1 Verwaltung, Instandhalt und Betrieb										
4.2 Immissionen und Sicherheit										

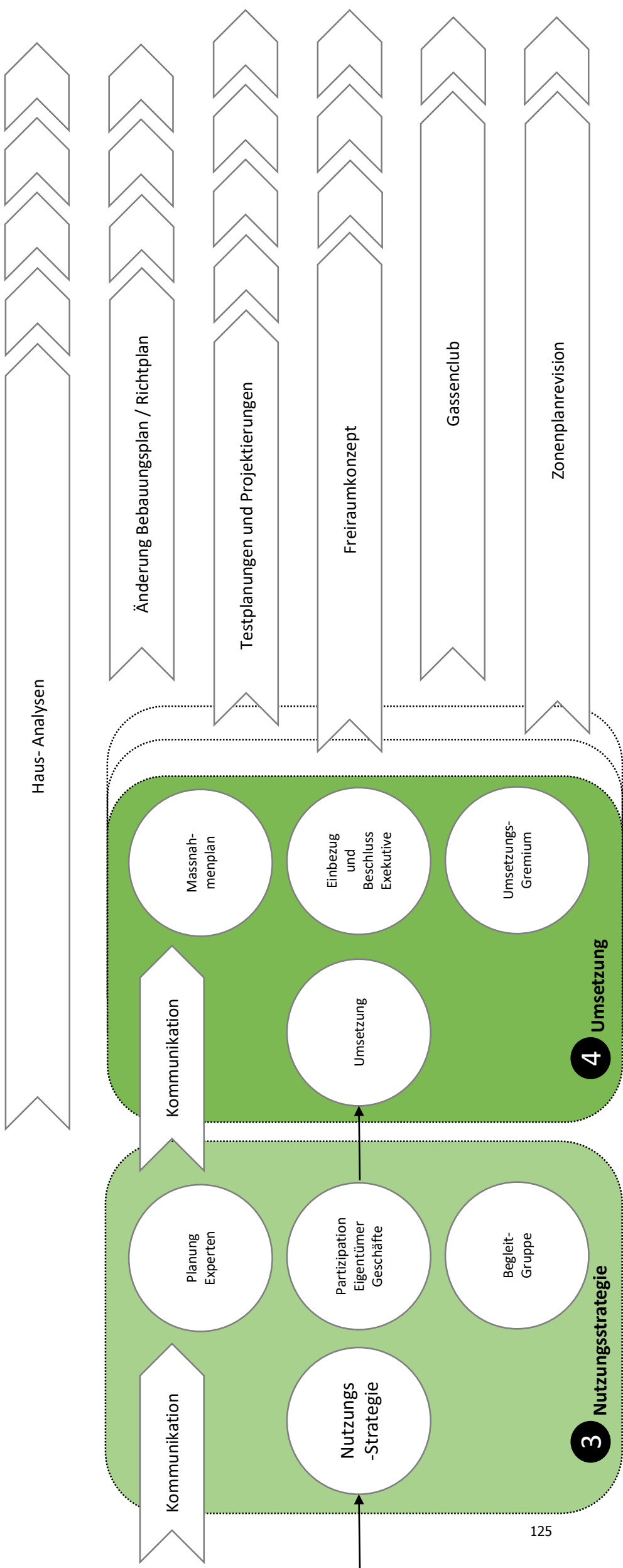
■ Realisierung
■ Zwischenschritt
■ Wünschenswerte Zusammenarbeit

Auswirkungen Planungsinstrumente

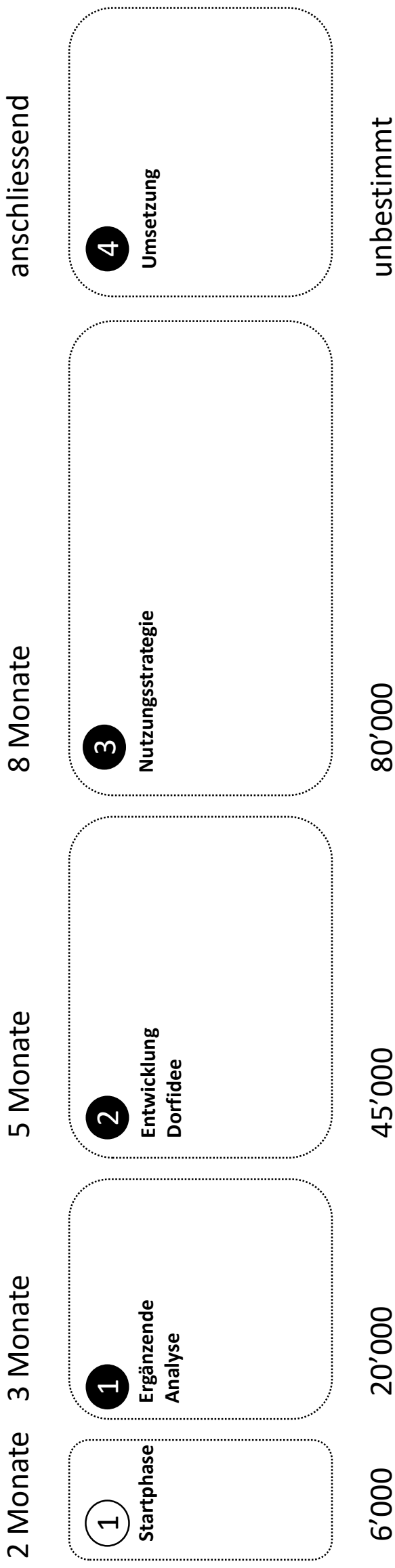
- Ersetzen Bebauungsplan Braui 1993
- Umzonung WG in OB (evtl. Planungspflicht festlegen)
- UVP für Einkaufszentrum
- Konzeptstudien zu Städtebau / Verkehr in Varianten
- Wirtschaftlichkeitsüberlegungen in Erstellung / Betrieb
- Grundstücksprofile
- Bedürfnisabklärung mit Grossverteiler

Beilagen

Weitere Schritte



Zusammenstellung und Übersicht



Zeit: Phasen 1 + 1 bis 3 = **18 Monate**

Finanzen: Phasen 1 + 1 bis 3 = **CHF 151'000** (grobe Schätzung)

Fragen und Diskussion



Verfasser:

Imhof Odinga AG
Mark Imhof
Sentimatstrasse 6a
6003 Luzern

Echogruppe:

Bauberatergruppe Buttisholz
Patrik Ziswiler
Franz Amberg
Ortsplaner Buttisholz
Roger Michelon

Quellen und Inputs:

W.I.R.E.
Web for Interdisciplinary Research & Experiese
Think Tank für Wissenschaft & Gesellschaft
VLP-ASPAN
Schweizerische Vereinigung für Landesplanung
und
Netzwerk Altstadt

Zitierte Gemeinden:

Hochdorf
Entwicklungsplan Zentrum
Ballwil
Masterplan Dorfzentrum Ballwil

Vorgehenskonzept zur Entwicklung des Dorfkerns von Buttisholz

Luzern, 6. März 2017

ENTWURF V2.0_mi



«Verdichtung und Siedlungsentwicklung nach innen werden bisweilen mit der maximalen baulichen Ausnützung gleichgesetzt. Das greift zu kurz. Maximale Ausnützung mag einzelnen Bauherren kurzfristig entgegenkommen, kann aber langfristig die Siedlungsqualität und damit die Standortattraktivität schmälern. Eine hochwertige Verdichtung muss an den Ort angepasst sein: Sie muss ihm, seiner Baukultur, seinen Bewohnern und Nutzern und deren Vorstellungen entsprechen. Siedlungsqualität erfordert einen Mix von Bevölkerungsgruppen und Nutzungen (Gewerbe, Cafés, Büros usw.) sowie Grünräume, Plätze und Strassenräume mit Aufenthaltsqualität. Es braucht Treffpunkte und identitätsstiftende Orte. Gerade heute, da vieles anonym geworden ist.»

Zitat: Lukas Bühlmann, Direktor der Schweizerischen Vereinigung für Landesplanung VLP-ASPLAN; NZZ 9.6.2015

Inhalt:

- A. Ausgangslage
- B. Phase 1: Startphase
- C. Phase 2. Dorfanalyse
- D. Phase 3: Dorfidee
- E. Phase 4: Nutzungsstrategie
- F. Flankierende Massnahmen
 - _ Kommunikation
- G. Weitere mögliche Arbeitsphasen
 - _ Haus Analyse
 - _ Gassenclub
 - _ Massnahmensteuerung der Gemeinde



Mögliche Systemgrenze für Perimeterbetrachtung Dorfkern

A. Ausgangslage

Der nachfolgende Vorschlag skizziert eine neue, der Situation von Buttisholz angepasste und den Bedürfnissen der Bevölkerung angemessene Vorgehensweise in drei Schritten zur nachhaltigen Entwicklung des Lebensraums Dorfkern. Aktuelle und akute Bedürfnisse werden thematisiert und analysiert. Aber nur diese, oft von Partikulärinteressen ausgelösten Themen zu lösen, würde angesichts des sich abzeichnenden Strukturwandels zu kurz greifen. Der Vorschlag zeigt vielmehr den Weg zu einer zukunftsgerichteten Dorfidée auf, welche als Vision die Leitplanken für die Erarbeitung eines wünsch- und denkbaren Szenarios für den zukünftigen Kern von Buttisholz setzen. Auf der Basis der **Dorfanalyse** werden sämtliche Themen des Lebensraums beleuchtet und in unterschiedlichen Szenarien zu umsetzbaren und tragfähigen Konzeptansätzen und Handlungsempfehlungen verdichtet.

Die Erarbeitung der **Dorfidée** knüpft am initiierten Prozess der Gemeinde und der dazu eingesetzten Kommission an. Die vorliegenden Resultate werden als wertvoller Baustein in die Arbeiten integriert. Damit jedoch ein aussagekräftiges Gesamtbild entsteht, müssen als Ergänzung zur vorliegenden Markanalyse und dem Resultat aus dem Workshop mit der Bevölkerung weitere Themen beleuchtet werden. Eine professionelle und methodisch umfangreiche Dorfanalyse bilde dazu den notwendigen Rahmen.

Darauf aufbauend kann eine tragfähige **Nutzungsstrategie** ausgearbeitet werden, auf deren Basis aufeinander Abgestimmte Massnahmen zur Gestaltung des zukünftigen Lebensraums Dorfkern konkretisiert, geplant und umgesetzt werden können.

Die ursprünglich wichtigsten Kräfte und Attraktoren für einen attraktiven Dorfkern – der Detailhandel mit seinen kommerziellen und parakommerziellen Angeboten – ist mit der der Ansiedlung von Spar und Landi stark unter Druck gekommen. Die Gastrolandschaft im Kern ist von kurz aufeinanderfolgenden Wechseln gekennzeichnet. Die Gemeinde Buttisholz wurde im kantonalen Richtplan zusammen mit den Nachbargemeinden Grosswangen und Ruswil in die Kategorie L3 eingestuft. In dieser Kategorie ist nur ein beschränktes Wachstum möglich. Der Fokus wird auf die Stärkung des Ortskerns gelegt, welcher in Buttisholz unter nationalem Denkmalschutz steht. Unabhängig dazu steht auch die Gemeinde Buttisholz wie viele Gemeinden vor grossen Herausforderungen, ihren zukünftigen Lebensraum im Spannungsfeld der Gegenwart unter Miteinbezug der Schlüsselfragen zur Zukunft, welche im Zeichen eines tiefgreifenden Strukturwandels steht, neu zu denken. Gerade in Kernbereichen, welche als Visitenkarte den Spirit und die Gene der Gemeinde zeigt, herrscht oft grosser Handlungsbedarf. Die Verantwortung für die Entwicklung der Entwicklungs-Strategie obliegt der Gemeindeführung. Es gilt, mit einem durchdachten Prozess, welcher die Bedürfnisse der Grundeigentümer und Nutzer gleichermassen respektiert und der die Vorgaben mit den Wünschen der Bevölkerung in Einklang bringt, die Basis für die Gestaltung eines qualitativvollen Lebensraums im Zentrum zu legen.

Mit neu entwickelten Methoden werden Betroffene zu Beteiligten. Neu sind auch die Herangehensweisen, mit denen diese Aufgaben gelöst werden. Es zeichnet sich bereits heute ab, dass diejenigen Gemeinden erfolgreich aus dem Transformationsprozess hervorgehen werden, welche sich diesen Aufgaben proaktiv stellen, die Bevölkerung sowie wichtige Akteure zur Mitarbeit motivieren und gemeinsam mit Fachkräften Szenarien für die Zukunft zu entwickeln.

Die Grundlage ist gelegt. Nun geht es darum, das Bild der zukünftigen Entwicklung gesamtgesellschaftlich zu ergänzen.



Dazu sind folgende Schritte notwendig:

- **Professionalisierung**

_ Beizug von Fachkräften, welche die Gemeinde bei der Planung der Zukunft des Dorfkerns mit fachlichem Know-How ergänzen und den Prozess zielgerichtet steuern.

Dies benötigt zuerst die Zustimmung des Gemeinderates und der eingesetzten Kommission.

- **Bevölkerung gewinnen**

_ Gewinnen der Zustimmung der Bevölkerung und die Bereitschaft der aktiven Mitgestaltung.

Dazu soll der Bevölkerung auf einfache und verständliche Weise die Ausgangslage, der vorgeschlagene Weg mit den zu erreichenden Zielen und der damit verbundene Mehrwert plausibel aufgezeigt werden.

- **Vision des Dorfkerns mit Nutzungsstrategie entwickeln**

_ Professionelle und kommunikativ begleitete Durchführung des Entwicklungsprozesses.

Kompetente Fachleuten machen Betroffene zu Mitarbeitern und führen die Bedürfnisse aller Akteure zusammen und entwickeln daraus eine lösungsorientierte und umsetzbare Strategie.

- **Sicherstellung der Rahmenbedingungen zur Umsetzung**

_ Genehmigung der Strategie und verbindliche rechtliche Verankerung.

Im Weiteren sollen im Verlaufe der Strategieerarbeitung geeignete Massnahmen getroffen, Instrumente geschaffen, oder Plattformen installiert werden, auf deren Basis die Umsetzung der konkretisierten Projekte ermöglicht wird. Dazu gehört auch die Anpassung der Planungsinstrumente wie Richtplan und Zonenplan.

Vorgehensplan:

Vorgehen in drei Schritten:

Von der Dorfanalyse über die Dorfidee zur Nutzungsstrategie mit Handlungsempfehlungen.

Der nachfolgend skizzierte Vorgehensplan orientiert sich an Dokumenten des VLP-ASPAN Netzwerk Altstadt und W.I.R.E. Web for interdisciplinary research & expertise. Der Vorgehensplan kombiniert Bausteine der beiden Methoden zum Vorschlag für Buttsiholz und ergänzt diese mit flankierenden Massnahmen und weiteren möglichen Arbeitsphasen.

B. Phase 0: Startphase

B.1. Ziel:

- _ Finden der geeigneten Partner und der geeigneten Organisation.
- _ Konsolidierung der Vorgehensweise, Aufbau der Präsentation für Gemeindeversammlung.
- _ Betrachtungssperimeter Dorfkern beistimmt.

B.2. Grundlagen:

Genehmigte Vorgehensweise

B.3. Aufgaben:

- _ Bestimmen der Projektleitung a.i. für die nachfolgenden Leistungen zur Koordination bis zur Auftragsvergabe.
- _ Ausschreiben der Leistungen für Dorfkernentwicklung.
- _ Ermittlung der Auftragnehmer pro Phase und Auftragspaket (AP).
- _ Vorbereitung der Vorgehensweise und Argumentation anlässlich der Gemeindeversammlung.
- _ Bestimmen des Betrachtungssperimeters Dorfkern.

B.4. Methodik:

Workshop mit Gemeinde und Arbeitsgruppe Organisationsphase

- _ Zieldefinition und Pflichtenheft
- _ Organisation / ev. Begleitrat / Akteursgruppen / Verantwortlichkeiten / Schnittellen
- _ Termin- und Vorgehensplanplan
- _ Einbezug der vorhandenen Vorarbeiten
- _ Offerte / Budget
- _ Kommunikation

B.5. Resultat:

- _ Partner evaluiert
- _ Kosten des Projekte pro Phase ermittelt
- _ Präsentation vor Gemeindeversammlung erstellt

Kosten Phase 0: Annahme CHF 6'000

Erarbeitungsdauer: Annahme 2 Monate

Aufgaben des Gemeinderats:

- _ Genehmigung des Budgets Phase 1
- _ Teilnahme am Workshop 1

C. Phase 1: Dorfanalyse

C.1. Ziel:

«Die Dorfanalyse zeigt auf kompakte und ungeschminkte Weise, wo ihr Dorf punkto Strukturwandel steht, was Sie noch zu erwarten haben und was Sie jetzt unternehmen sollten. Das Werkzeug ist als Aussensicht gedacht und basiert auf dem breiten Vergleichswissen der bearbeitenden Experten. Das Resultat zeigt konkrete Handlungsansätze für die Ebenen Politik, Verwaltung und Private auf Analyse der Eigentümer im Kernbereich»

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

C.2. Grundlagen:

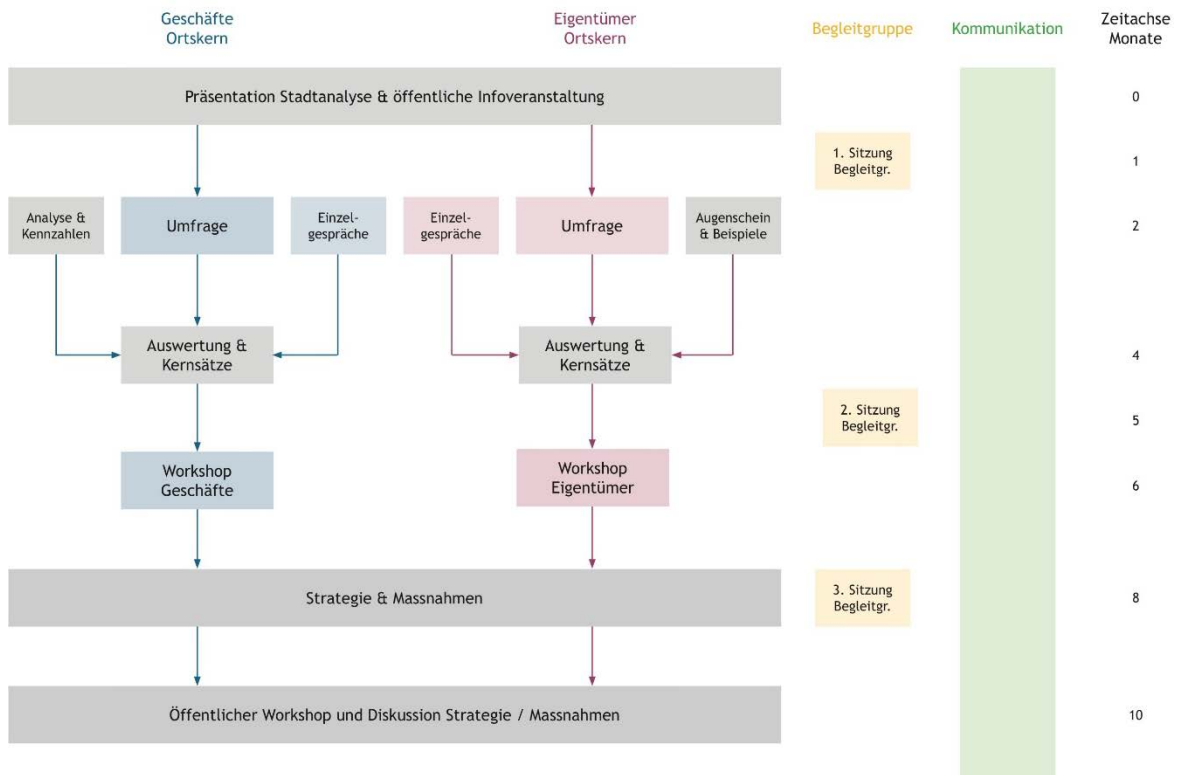
- _ Auftrag und Organisation
- _ Genehmigte Organisation
- _ Genehmigter Vorgehensplan
- _ Zustimmung der Gemeindeversammlung
- _ Dokumente der rechtlichen Rahmenbedingungen der Gemeinde
- _ Planungsinstrumente des Kantons (u.a. LUBAT)

C.3. Aufgaben:

- _ Vertieftes Studium der vorhandenen Unterlagen
- _ Fachliche Analyse der vorhandenen Struktur (in Ergänzung zur vorhandenen Marktanalyse)
Die Analyse zeigt die Potentiale und Defizite des Ortskerns und des Zentrumsgefüges auf und benennt mögliche Handlungsfelder.
- _ Organisation und Durchführung der Befragungen
- _ Organisation und Koordination der Workshopverfahren

C.4. Methodik:

1. Begleitgruppe
 - _ Vorbereitungsveranstaltung zu Workshop
 - _ Zwischenbesprechungen als Unterstützung bei Auswertung der Erkenntnisse und deren Interpretation.
2. Bevölkerung
 - _ Fachlich geführte Startveranstaltung mittels eines öffentlichen Workshops. Dieser basiert auf den Resultaten World Cafés vom 1. November 2016 und komplettiert diesen.
3. Geschäfte
 - _ Ermittlung der Kennzahlen (u.a. aus der Marktanalyse und LUSTAT)
 - _ Umfrage bei Ladenbesitzer, Gastronomie und Gewerbe (siehe Dokument Weinfeldern ab S: 104)
 - _ Einzelgespräche
 - Zusammenfassung zu Kernaussagen (Kernsätze)
 - Syntheseworkshop
4. Grundeigentümer
 - _ Umfrage bei Grundeigentümern (siehe Dokument Weinfeldern ab S: 100)
 - _ Einzelgespräche
 - _ Augenschieben vor Ort
5. Betroffene historischer Ortskern (u.a. Denkmalpflege)
 - _ Diverse Besprechungen in Gruppe



Methodik Dorfanalyse, Quelle: VSL-ASPAN, Netzwerk Altstadt

C.5. Resultat:

Das Resultat der fachtechnischen Dorfanalyse wird in einem kompakten Bericht zusammengefasst. Darin sind Aussagen zu den Themen:

- _ Wohnen,
- _ Geschäftsnutzung,
- _ Öffentlicher Raum und Verkehr,
- _ Kontext gesamte Stadt und Region.

Der Bericht bildet den Abschluss der Phase 2 und wird dem Gemeinderat präsentiert. Auf dieser Basis könne die nachfolgenden Phasen erarbeitet werden.

- Siehe Beispiel Weinfeld (Dokument vom 1. Juli 2016, S: 11 – 58)

Das Analysresultat wird dem Gemeinderat und den dazugehörenden Begleitgremien präsentiert.

Resultat:

- _ Komplette Auslegeordnung als Grundlage der Entwicklung einer Strategie
- _ Umfangreiche Basis für die Kommunikation gegenüber der Bevölkerung und des entsprechenden Budgetantrags

Kosten Phase 1: Annahme CHF 20'000
Erarbeitungsdauer: Annahme 3 Monate

Aufgaben des Gemeinderats:

- _ Genehmigung des Budgets Phase 2
- _ Teilnahme am Workshops
- _ Teilnahme an Schlusspräsentation und Genehmigung Dorfanalyse

D. Phase 2: Die Dorfidee

D.1. Ziele:

Übergeordnetes Ziel:

- _ Grundlage für eine gemeinschaftliche Entwicklung von Buttisholz schaffen - mit Blick auf die Rahmenbedingungen des 21. Jahrhunderts, aber mit Berücksichtigung der Traditionen und des Charakters des Dorfes.

Unterziele:

- _ Buttisholz von morgen verstehen:
Aufzeigen der künftigen Stärken und Schwächen des Standorts basierend auf der Analyse von internen, externen, lokalen und fernen Betrachtern.
- _ Buttisholz weiterdenken:
Entwickeln einer Dorfidee, basierend auf den historischen Stärken und den inneren Werten von Buttisholz, aber auch den künftigen Kernkompetenzen und Anforderungen der Bevölkerung.

Die Dorfidee ergänzt das Leitbild der Gemeinde und Konkretisiert die Idee des Kerns von Buttisholz. Die Entwicklung der Dorfidee reagiert auf die Tendenz der sich wandelnden sozialen Identität hin zur Entwicklung eines neuen kollektiven Selbstverständnisses in der Bevölkerung. Gerade in der heutigen Zeit in der die sich abzeichnenden Digitalisierung tiefgreifenden gesellschaftlich Umstrukturierungen auslösen wird, können identitätsbildende Prozesse von grossem Wert sein.

Mit der Entwicklung der «Dorfidee» setzt Buttisholz ein starkes Zeichen welches durch kollektive Selbstreflexion und der Rückbesinnung auf eigene Stärken eine neue innere Identität – in Anlehnung auf die Bezeichnung der Willensnation Schweiz - der Idée Suisse - die «Idee Buttisholz» schafft. Eine gute Ausgangslage, wenn es darum geht, Grundeigentümer zu motivieren, das Potential ihrer Liegenschaft zu wecken. Die «Idee Buttisholz» wirkt zudem über die Gemeindegrenzen hinaus und kann der Gemeinde im regionalen Standortmarketing eine wertvolle Ausgangslage ermöglichen, wenn es um die Partnersuche zukünftiger Entwicklungsprojekte im Dorfkern geht.

Als Beispiel gilt es hier den Detaillisten Volg zu nennen, welcher in seiner Strategie explizit erwähnt, dass er an die Zukunft des Dorfladens glaubt und entsprechende Standorte sucht.

- Siehe Anhang «Auch das Dorf muss Verdichten», VLP-ASPAN/Volg

D.2. Grundlage:
 _ Dorfanalyse

D.3. Aufgaben:

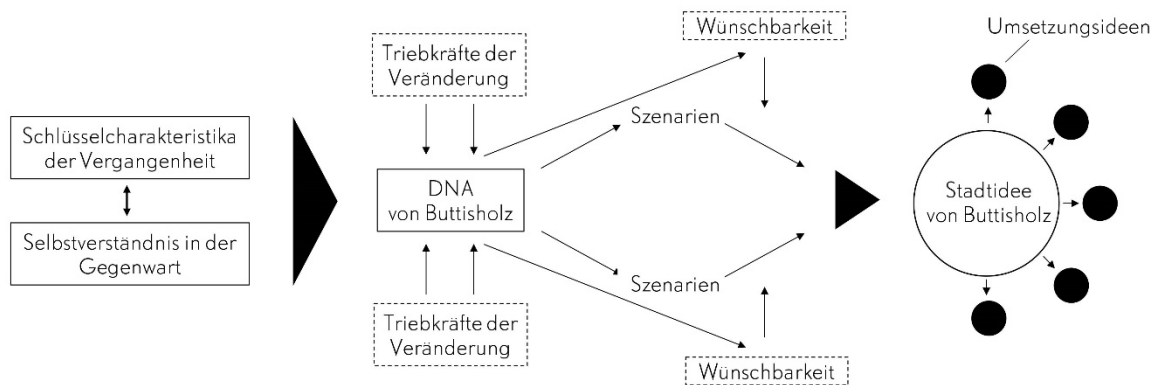
Die Dorfidee setzt sich zum Ziel, die zukünftige Positionierung anhand von Kernwerten anzuleiten; sie zeigt auf, mittels welcher Werte die Weichen für die Zukunft gestellt werden können. Die Identifizierung dieser Leitplanken ist der erste Schritt für die Gestaltung der Zukunft, doch für eine erfolgreiche Weiterentwicklung der Stadt müssen alle Kräfte aktiviert werden. Denn die Dorfidee ist kein Elitenprojekt, sondern eines, das von allen massgebenden Kräften im Dorf Buttisholz – der Bevölkerung, Wirtschaft, Kultur und den politischen Repräsentanten – umgesetzt werden muss.

Abgeleitet aus der Quelle: Stadtidée Zug, W.I.R.E.

D.4. Methodik:

Über die Analyse der Vergangenheit und der Gegenwart werden die Eigenheiten des Dorfes Buttisholz erfasst. Diese werden mit den wichtigsten langfristigen und zukünftigen Entwicklungen gekoppelt, um die Dorfidee für die Zukunft zu entwerfen. Die Analysen greifen auf Workshops, Literaturrecherche, Interviews und die Mitwirkung verschiedener Interessengruppen zurück. Diese methodische Vielfalt garantiert den Einbezug verschiedenster Sichtweisen und Standpunkte und trägt dazu bei, ein ganzheitliches Bild zu entwerfen.

- a) Von Gestern zu Heute
 _ Schlüsselcharakteristika des Dorfes Buttisholz; _ DNA des Dorfes Buttisholz; _ Spannungsfelder
- b) Morgen
 _ Triebkräfte der Veränderung; _ Schlüsselfragen zur Zukunft; _ Dorfidee
 _ Umsetzung der Dorfidee



Die Methode: Quelle: W.I.R.E.

D.5. Resultat:

- _ Die Dorfidee
- _ Die Standortmerkmale, Kennwerte (Gene)
- _ Ermittelte Spannungsfelder der Gegenwart
- _ Ermittelte Triebkräfte der Veränderung als Ausgangspunkt zu den Schlüsselfragen zur Zukunft
- _ Ideensammlung möglicher Umsetzungsprojekte

Die Dorfidee soll dazu beitragen, das Dorf auf Basis der heutigen Ausgangslage und von erwartbaren Entwicklungen zu positionieren. Sie bildet eine Orientierungshilfe, auf die sich politische und wirtschaftliche Entscheidungsträger wie auch die Bevölkerung bei der zukünftigen Ausgestaltung des Dorfes gleichermaßen beziehen können. Für die Konkretisierung und Umsetzung der Kernwerte sollen Ideen kreiert werden, die im Laufe der nächsten Schritte auf deren zeitnahe und kostengünstige Umsetzbarkeit überprüft werden. Ziel ist, Buttisholz als Dorf zu positionieren, in dem Herausforderungen und Fragestellungen proaktiv angegangen werden und die anderen Dörfern im überregionalen Kontext als Vorbild dienen kann.

Abgeleitet aus der Quelle: Stadtidee Zug, W.I.R.E.

Kosten Phase 2: Annahme CHF 45'000
Erarbeitungsdauer: Annahme 5 Monate

Aufgaben des Gemeinderats:

- _ Genehmigung des Budgets Phase 3
- _ Teilnahme am Workshops
- _ Teilnahme an Schlusspräsentation und Genehmigung und Einflechtung der Dorfidee als Leitplanken der zukünftigen Handlungsfelder im Kern.

E. Phase 4: Nutzungsstrategie

E.1. Ziel:

Auf der Basis der Dorfidee wird die Nutzungsstrategie entwickelt.

Die Nutzungsstrategie soll eine stabile und übersichtliche Planungs- und Handlungsgrundlage für die Entwicklung des Ortskerns darstellen. Dazu soll sie den Weg zu einer vielfältigen, stabilen und attraktiven Nutzungsdurchmischung aufzeigen und dabei helfen, die historische Bausubstanz von Buttisholz zu tragen.

«Die Nutzungsstrategie gibt eine systematische Übersicht über die Nutzungspotenziale in der Altstadt und beginnt einen partizipativen Prozess mit den Betroffenen. Gemeinsam wird erkannt, wie die Altstadt für die nächsten Jahre positioniert werden kann, und was es dazu an Massnahmen und Vorkehrungen braucht. Die Nutzungsstrategie schafft Investitionssicherheit für Eigentümer und Gewerbetreibende und weist einen Handlungspfad für die Zukunft aus.»

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

Definition von Sofortmassnahmen.

E.2. Grundlagen:

- _ Dorfanalyse
- _ Dorfidee

E.3. Aufgaben:

- _ Koordination unter den unterschiedlichen Akteuren
- _ ev. Vermittlung von Investoren oder Bauträgern oder Initiierung von PPP-Projekten
- _ Federführung bei Umsetzung des Massnahmenplanes
- _ Bereitstellen eines mehrjährigen Budgets (ev. Vorfinanzierungen)
- _ Unterstützung von Grundeigentümern bei der Entwicklung ihrer Grundstücke, (Z.B. zur Definition des geeignetsten Organisationsmodells; u.a. Quelle EBP, Zürich)
- _ Entwickeln von Stossrichtungen, welche auf der Basis von ermittelten Handlungsspielräumen vom Gemeinderat

E.4. Methodik:

Auf der Basis der Dorfanalyse und der Dorfidee werden Stossrichtungen definiert.

Jede Stossrichtung wird mit einem Ziel umschrieben.

Abgeleitet daraus werden verschiedene mögliche Massnahmen skizziert, wie die Ziele zu erreichen sind.

E.5. Resultat:

Die mit der Strategie verbundenen Umsetzungsideen (Massnahmen) sind nicht abschliessend und sollen mit geeigneten Verfahren (z.B. Machbarkeitsstudien, Begleitete Entwicklungsverfahren mit interdisziplinären Planungsteams, Testplanungen) vertieft werden. Damit die Dynamik nicht verloren geht, ist es wichtig, dass die Empfehlungen im politischen Prozess der Gemeinde verankert und entsprechend weiter vorangetrieben werden.

Aufgaben des Gemeinderats:

- _ Die Handlungsempfehlung ist durch den Gemeinderat und die Verwaltung in einzelne Massnahmen und Beschlüsse umzuformen.
- _ ev. Initiierung und/oder Koordination der Massnahmen
- _ ev. Initiierung übergeordneter Planungen / Testplanungen

Kosten Phase 3: Annahme CHF 80'000

Erarbeitungsdauer: Annahme 8 Monate

F. Flankierende Massnahmen:

F.1. Kommunikation:

Zu allen öffentlichen Veranstaltungen wird ein offizieller Presstext verfasst und u.a. auf der Webseite der Gemeinde publiziert. Diese Seite soll aktuell gehalten werden.

Im Vorfeld der Veranstaltungen werden Medien offiziell zur Teilnahme eingeladen.

Bei Bedarf kann ein Kommunikationsberater beigezogen werden.

F.2. Weitere mögliche flankierende Aktivitäten:

F.2.1. Haus Analyse

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

Die Gemeinde unterstützt Grundeigentümer bei der vertieften Analyse des Potentials einer Liegenschaft im Kern der Gemeinde (Perimeterbereich Dorfkern).

Bei einer vertieften Analyse des Grundstücks werden folgende Fragen beantwortet:

- > Welche Chancen hat das Haus auf dem Markt?
- > Welche Renovationen und Anpassungen sind sinnvoll oder zwingend?
- > Welche Nutzungsänderungen bieten sich an?
- > Welche Investitionen und Anpassungen im Freiraum sind sinnvoll oder zwingend?
- > Was kosten diese Eingriffe und wie sehen die Erträge aus?

Die Analyse wird von erfahrenen Architekten mit Kompetenzen im Umgang mit Bestandes Liegenschaften in historischem Kontext erarbeitet und in einem 5 – 10 Seitigen Bericht dokumentiert.

Die Gemeinde ist im Besitz einer Liste mit entsprechenden Fachleuten.

Kosten Haus Analyse: Annahme CHF 6'000 (ev. Beiträge der öffentlichen Hand)

Erarbeitungsdauer: Annahme 1-2 Monate

F.3. Gassenclub

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

Auf der Grundlage der vorhergehenden Phasen können raumbezogene Interessengruppen gebildet werden, welche gemeinsam ein, oder mehrere Vorhaben weiter vertiefen und vorantreiben.

«Der Gassenclub ist ein pragmatisches Instrument, das Eigentümer in den Prozess der Quartieraufwertung einbezieht und sie zu gemeinsamen Entwicklungsstrategien bewegt. Ziel ist die Solidarisierung der Eigentümer eines bestimmten Gebietes oder einer Gasse, um Investitionssicherheit zu erreichen.»

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

«Der Gassenclub bringt die Eigentümer eines definierten Raumes (Gasse, Platz etc.) an einen gemeinsamen Tisch. Die Clubsitzungen finden ohne Beteiligung der offiziellen Stellen statt und werden von einem externen Team moderiert. Der Gassenclub orientiert sich an folgendem Ablauf:

- > Erste Clubsitzung: Kennenlernen, Problembewusstsein schaffen
- > Einzelgespräche mit jedem Eigentümer
- > Interne und externe Abklärungen der Experten
- > Zweite Clubsitzung: Diskussion von Kernaussagen, Zielrichtungen bestimmen
- > Übergabe eines „Schnittstellenpapiers“ an die Stadt mit konkreten Empfehlungen und Handlungsfeldern

Der Gassenclub soll nach Möglichkeit als lose Interessenvertretung weiterbestehen. Er bildet für die Stadt eine Anlaufstelle für Koordinationsanliegen in der betreffenden Gasse.»

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

Kosten Gassenclub: Annahme CHF 10'000 – 20'000 (je nach Anzahl der Eigentümer)

Erarbeitungsdauer: Annahme 6 Monate

Quelle: Portrait Netzwerk Altstadt.

F.4. Massnahmensteuerung der Gemeinde

Es sollen Kommunikations- und Führungsinstrumente entwickelt werden, welche im Rahmen der Lenkung von Planungs- und Umsetzungsmassnahmen im Dorfkern die Verantwortlichkeiten dokumentieren. Die Instrumente geben eine Übersicht über die einzelnen Aktionsfelder und Bausteine in unterschiedlichen Entwicklungsphasen.

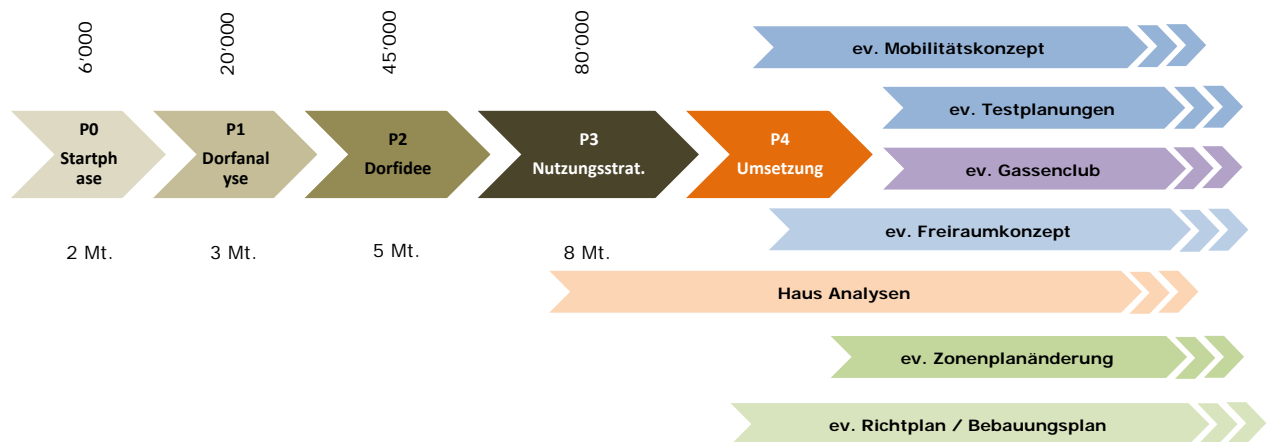
Mit den Instrumenten ist es möglich, unterschiedliche Szenarien auf benachbarten Entwicklungsfeldern und deren Abhängigkeiten aufzuzeigen. Damit können übergeordnete Koordinationsaufgaben (z.B. geplant Erschliessungskonzepte oder Freiraumplanungen über verschiedene Grundstücke mit unterschiedlichen Eigentumsverhältnissen koordiniert und realisiert werden.

G. Übersicht

Geschätzten Kosten und Bearbeitungsdauer – eine erste Hochrechnung der Kosten für Drittleistungen von Experten.

Die erste Hochrechnung der Gesamtkosten beträgt: **CHF 151'000.**

Die dazugehörige Schätzung der Bearbeitungsdauer beträgt: **18 Monate.**



Luzern, 6. März 2017
Mark Imhof