

## Bad Ragaz

### Nutzungsstrategie Dorfkern

17. April 2020



---

**Auftraggeber**

Gemeinde Bad Ragaz

Daniel Bühler

Gemeindepräsident

Rathausplatz 2

7310 Bad Ragaz

---

**EspaceSuisse**

Sulgenrain 20

3007 Bern

031 380 76 76

[www.espacesuisse.ch](http://www.espacesuisse.ch)

[info@espacesuisse.ch](mailto:info@espacesuisse.ch)

---

**Autoren**

Daniel Bauer / Team Netzwerk Altstadt, EspaceSuisse

Rémy Rieder / Team Netzwerk Altstadt, EspaceSuisse

---

Bern, April 2020

---

## Zusammenfassung

Das Netzwerk Altstadt wurde von dem Gemeinderat Bad Ragaz beauftragt, mittels einer «Stadtanalyse» und einer «Nutzungsstrategie» Entwicklungsperspektiven für den Dorfkern (Oberdorf) von Bad Ragaz aufzuzeigen und einen Prozess in Gang zu bringen. Die Stadtanalyse wurde im August 2018 fertiggestellt. Die Nutzungsstrategie wurde direkt im Anschluss erarbeitet. Das Ergebnis des Prozesses kann wie folgt zusammengefasst werden:

- Bad Ragaz hat seine Entwicklung in die Hand genommen. Der Gemeinderat hat den breit aufgestellten und partizipativen Entwicklungsprozess «Bad Ragaz mobil» im Januar 2019 lanciert. Ein Element davon ist die vorliegende Nutzungsstrategie Dorfkern. Sie legt eine Strategie vor und liefert Stossrichtungen und Massnahmen für die Entwicklung im Oberdorf.
- Das Oberdorf von Bad Ragaz bietet einen attraktiven Rahmen für den Detailhandel. Bad Ragaz muss sich dessen wieder stärker bewusst werden. Dies bedingt eine Stärkung der eigenen Identität. Die Akteure aus Politik, Tourismus, Detailhandel, Gastronomie sowie Immobilieneigentümer müssen sich auf eine gemeinsame Haltung, eine gemeinsame Strategie mit starken Massnahmen einigen.
- Eine zentrale Herausforderung bildet die Kantonsstrasse nach Pfäfers. Sie zerteilt den Ortskern, dominiert das Dorfbild und reduziert die Aufenthaltsqualität. Die Umgestaltung der Kantonsstrasse würde eine wesentliche Aufwertung des Ortskerns mit sich bringen. Dies erfordert einen erneuten Prozess gemeinsam mit dem Kanton und den einzelnen Liegenschaftseigentümer an der Kantonsstrasse. Nur wer weiss, was er will, kann gegenüber dem Kanton eine starke und konstruktive Haltung einnehmen.
- Es braucht eine strategische Kraft, um das Oberdorf Bad Ragaz vorwärts zu bringen. Ähnlich wie einst der Kurdirektor sollte ein Ortsentwickler ernannt werden. Er bildet eine Anlaufstelle für sämtliche Akteure im Oberdorf, nimmt touristische und gewerbliche Interessen wahr, koordiniert Anlässe und Treffen, setzt die Massnahmen dieser Nutzungsstrategie um und pflegt eine regelmässige Kommunikation nach innen und aussen. Sein Büro richtet der Ortsentwickler in leerstehenden Erdgeschoss ein und seine Tür steht allen Interessierten offen.

Die Nutzungsstrategie ernennt die Stärkung der eigenen Identität zur übergeordneten Strategie, nach dem Motto «Ragaz isch Ragaz».

Daraus formuliert sie Handlungsempfehlungen in Form von Stossrichtungen mit Zielen und Massnahmen (vgl. Kapitel 3). Die folgende Tabelle gibt einen kurzen Überblick aller Stossrichtungen, Zielen und Massnahmen.

Stossrichtung	Ziel	Massnahmen
A «Ragaz isch Ragaz!» Eigene Identität finden und pflegen.	Die Identität des Dorfes als Gästeort erster Klasse stärken und den hervorragenden Ruf im Tourismus pflegen.  Die Stärken!	A1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.
		A2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren
		A3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst erlebbar machen
		A4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.
		A5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.
B Das «Raumerlebnis» des Oberdorfes und seiner Plätze schärfen	Das Oberdorf bietet den Gästen, Besuchern und Nutzern spannende Räume und stimmungsvolle Nische mit Wohlfühl- und Erlebnischarakter.	B1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.
		B2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.
		B3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)
		B4 Den Detailhandel an Plätzen konzentrieren.
		B5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.
		B6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren (mit Hotel, öffentlichen Räumen).
C Das Wohnen im Oberdorf lenken	Das Wohnen im Oberdorf als wichtige ökonomische Stütze etablieren, um die Mietpreise der EG-Flächen zu entlasten.	C1 Das Wohnen im EG in den ruhigen rückwärtigen Gassen ermöglichen.
		C2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.
D Führen, koordinieren und lenken.	Bad Ragaz durch aktive Führung, Koordination und Kommunikation vorwärtsbringen.	D1 Einen Ortsentwickler beauftragen.
		D2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.

# Inhalt

<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>6</b>
1.1. Die Nutzungsstrategie.....	6
1.2. Der Auftrag.....	6
1.3. Vorgehen / Partizipation.....	7
1.4. Kommunikation .....	9
1.5. Weitere Werkzeuge des Netzwerks Altstadt von EspaceSuisse .....	10
<b>2. Analyse</b> .....	<b>11</b>
2.1. Die Stadtanalyse .....	11
2.2. Ergebnis des partizipativen Prozesses.....	12
2.3. Gedanken zum Detailhandel.....	15
2.4. Gedanken zum Verkehr .....	28
2.5. Gedanken zum Wohnen .....	40
2.6. Gedanken zu Kultur, Tourismus und Begegnung.....	46
2.7. Gedanken zum öffentlichen Raum.....	52
<b>3. Strategie, Stossrichtungen &amp; Massnahmen</b> .....	<b>57</b>
3.1. Stossrichtung A: «Ragaz isch Ragaz!» Eigene Identität finden und pflegen. ....	60
3.2. Stossrichtung B: Das «Raumerlebnis» des Oberdorfes und seiner Plätze schärfen .....	65
3.3. Stossrichtung C: Das Wohnen im Oberdorf lenken .....	71
3.4. Stossrichtung D: Führen, koordinieren und lenken.....	73
3.5. Weiteres Vorgehen .....	75
<b>4. Anhang</b> .....	<b>79</b>
4.1. Ergebnisse der Dokumentenanalyse .....	79
4.2. Auswertung Umfrage Eigentümer.....	88
4.3. Auswertung Umfrage Läden / Gastro .....	98
4.4. Workshop Läden / Gastro / Dienstleister vom 12 Juni 2019 und Workshop Eigentümer vom 24. Juni 2019 .....	104
4.5. Umfragebogen Eigentümer.....	113
4.6. Umfragebogen Läden/Gastro .....	118
4.7. Protokolle der Begleitgruppe.....	122
4.8. Vorschlag für Priorisierung der Massnahmen.....	133

# 1. Einleitung

## 1.1. Die Nutzungsstrategie

Die Nutzungsstrategie bietet eine Planungs- und Interventionsgrundlage für die Entwicklung des Ortskerns. Ziel ist eine stabile Nutzungsmischung, die hilft, den Ortskern lebendig zu erhalten und die historische Bausubstanz zu tragen.

Die Nutzungsstrategie zeigt Möglichkeiten und Grenzen des Ortskerns zum heutigen Zeitpunkt, kann aber nicht detailliert auf jedes Gebäude eingehen. Viele Empfehlungen sind exemplarisch und erfordern vom Eigentümer oder der Gemeinde weitere Klärung und Strategiearbeit.

Die Umsetzung der Nutzungsstrategie ist auf Initiativen der Politik, der Behörden und der Privaten angewiesen. Die Empfehlungen müssen im politischen Prozess bestätigt und durch die entsprechenden Akteure in einer vertrauensvollen Zusammenarbeit umgesetzt werden.

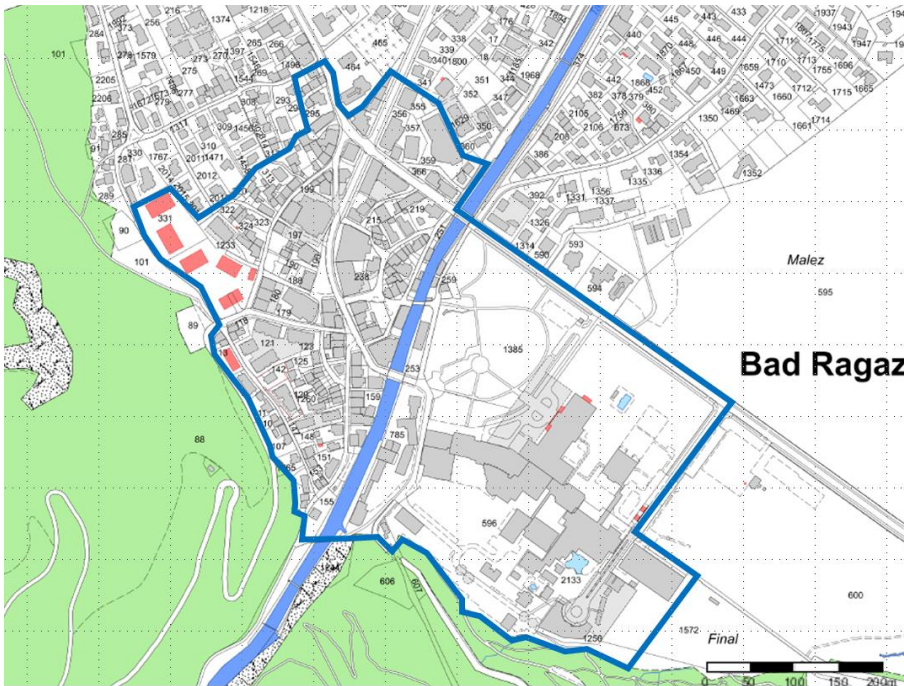
Die im Kapitel 3 gemachten Empfehlungen und Massnahmen sind als Handlungsgerüst zu verstehen, welches von der Verwaltung in einen Massnahmenplan übertragen werden soll.

## 1.2. Der Auftrag

Der Auftrag zur Nutzungsstrategie Bad Ragaz wurde ausgelöst, nachdem die Abstimmung zur Entlastung des Dorfkerns vom Verkehr (21.05.2017) abgelehnt wurde. Mit der Nutzungsstrategie startet ein neuer Prozess, der Antworten zur Verkehrsentslastung, der Dorfkernentwicklung und der Zentrumsaufwertung geben soll. Die Ergebnisse werden in die anstehenden Ortsplanung einfließen.

Im Vorfeld der Nutzungsstrategie wurde im Juli 2018 eine Stadtanalyse erarbeitet. Die vorliegende Nutzungsstrategie Dorfkern baut darauf auf. Sie fokussiert sich auf das Oberdorf. Die Begriffe Ortskern und Dorfkern sind als Synonyme für das Oberdorf zu verstehen. Die nachfolgende Planskizze zeigt den berücksichtigten Perimeter, der in Abstimmung mit der Steuerungs- und der Begleitgruppe definiert wurde.

Das städtebaulich markante Ensemble von Bahnhof und nördlicher Bahnhofstrasse wurde aufgrund der grossen Distanz zum Oberdorf bewusst nicht im Bearbeitungsperimeter eingeschlossen (siehe Perimeter, S. 7). Punktuell flossen dennoch Überlegungen dazu in die Nutzungsstrategie ein (siehe S. 17f., Detailhandelsprofil S. 24ff., Dokumentanalyse Anhang S. 81).



*Der Perimeter für die Umfragen und Workshops wurde von der Begleitgruppe so definiert, dass die publikumsorientierten Nutzungen des Ortskerns vertreten sind.*

*Reine Wohnnutzungen im Ortskern sind vom Strukturwandel weniger betroffen und können sich über die bestehenden Partizipationsprozesse bereits gut einbringen.*

### 1.3. Vorgehen / Partizipation

Die Nutzungsstrategie wirkt systemisch zwischen Politik und Verwaltung einerseits sowie Eigentümern und Akteuren andererseits. Das gewählte Vorgehen macht Betroffene zu Beteiligten. Die Nutzungsstrategie wurde unter Einbezug der Eigentümer und Akteure erarbeitet:

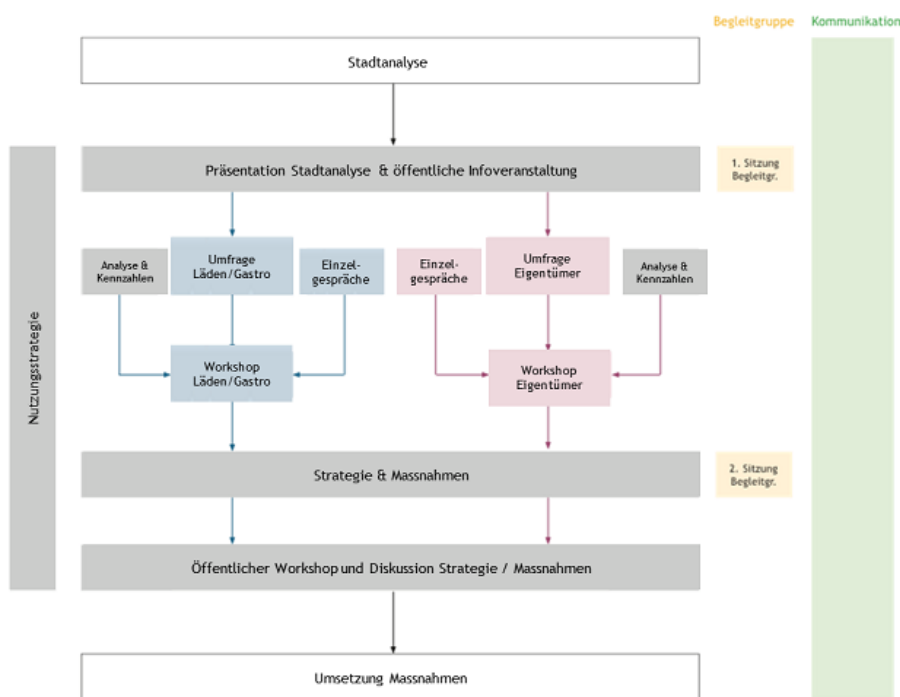
- Hauseigentümer
- Ladenbetreiber und Restaurateure

Dieses partizipative Vorgehen hat noch zwei andere Ziele: Die Betroffenen werden für die Anliegen einer gemeinsamen Nutzungsentwicklung sensibilisiert und entwickeln Ideen und Motivation für Eigeninitiativen.

Den beiden Gruppen innerhalb des Perimeters wurde je einen Fragebogen zugestellt, dessen Resultate innerhalb gemeinsamer Veranstaltungen diskutiert und auf Basis konkreter Aussagen (sogenannte «Kernsätze») bewertet wurden (Workshop Läden vom 12. Juni und Workshop Eigentümer vom 26. Juni 2019).

Den Mitgliedern der Begleitgruppe stand es frei, bei Interesse an den Workshops teilzunehmen. Die Workshops wurden hingegen bewusst in Abwesenheit des Gemeinderats durchgeführt, um auch kritischeren Stimmen eine Plattform zu geben.

Die Resultate dieses Beteiligungsprozesses ergänzten und präzisierten die Empfehlungen des Teams Netzwerk Altstadt und finden sich als Massnahmefelder im Strategieteil wieder. Die Fragebogen und Auswertungen liegen im Anhang bei.



Der Prozess der Nutzungsstrategie bindet die Bevölkerung und einzelne Betroffenenengruppen in den Prozess ein. So werden Eigentümer und Ladenbetreibende im Perimeter mittels eines Fragebogens zu einer Stellungnahme aufgefordert, die sie in anschließenden Workshops zu Massnahmen formen sollen.

Eine Begleitgruppe mit Vertretern von wichtigen Körperschaften sichert den engen Austausch mit den Interessengruppen.

### Steuerungsgruppe

Als Auftraggeberin sowohl für die Stadtanalyse als auch für die Nutzungsstrategie ist der Gemeinderat Bad Ragaz verantwortlich. Von ihm bestimmt ist die Steuerungsgruppe. Sie ist verantwortlich für die organisatorischen Angelegenheiten der Nutzungsstrategie. Die Steuerungsgruppe setzt sich zusammen aus:

- Daniel Bühler, Gemeindepräsident
- Christian Grünenfelder, Leiter Bau- und Betriebsdienste
- Erna Komminoth, Bausekretariat
- Daniel Bauer, Team Netzwerk Altstadt
- Rémy Rieder, Team Netzwerk Altstadt

### Begleitgruppe

Als Spiegel- und Referenzgruppe dient im partizipativen Prozess der Nutzungsstrategie jeweils die Begleitgruppe. Die Begleitgruppe bildet die Schnittstelle zwischen der Gemeinde und der Bevölkerung. Sie stellt sicher, dass die diversen Interessengruppen der Bevölkerung vertreten sind und



abgestützte und tragfähige Ziele und Massnahmen formuliert werden. Die Begleitgruppe war mit folgenden Personen besetzt:

- Mario Bianchi, Einwohner
- Thomas Bollhalder, Präsident Ortspartei CVP Bad Ragaz-Taminatal
- Daniel Grünenfelder, CEO Grand Resort Bad Ragaz AG
- Rosa Ilmer, Präsidentin Bad Ragaz Tourismus, Gastronomin
- Markus Kressig, Betreiber einer Drogerie
- Markus Probst, Präsident Ortspartei FDP Bad Ragaz-Taminatal
- Damir Rukavina, Betreiber eines Optikergeschäfts
- Peter Rupf, Inhaber des ehemaligen Modegeschäfts Rupf
- Hugo Schwitter, Präsident Ortspartei SVP Bad Ragaz, Unternehmer
- Barbara Steinbacher, Präsidentin Ortspartei SP Bad Ragaz-Taminatal
- Peter Walser, Betreiber eines Architekturbüros
- Harry Widrig, Einwohner
- Ruedi Zwicky, Grundeigentümer / Anwohner

Die Steuerungsgruppe nahm an den Sitzungen der Begleitgruppe teil. Deren Vertreter vom Team Netzwerk Altstadt waren für die Moderation zuständig. Die Gemeindevertreter aus der Steuerungsgruppe verfolgten die Diskussion und führten Protokoll. Wortmeldungen waren bei Klärungsbedarf möglich.

#### **1.4. Kommunikation**

Die Kommunikation zum Prozess der Nutzungsstrategie wurde auf mehreren Ebenen angegangen:

- Das Netzwerk der Begleitgruppe wurde genutzt. Sie repräsentiert einen guten Teil der Organisationen und Akteure im Ortskern. Die jeweiligen Vertreter haben die Informationen aus dem Prozess an ihre Mitglieder weitergegeben.
- Die Nutzungsstrategie ist im übergeordneten Planungsprozess «Bad Ragaz mobil» eingebettet. In diesem Rahmen wurden die Ergebnisse der Stadtanalyse und das Vorgehen zur Nutzungsstrategie der interessierten Bevölkerung vorgestellt (Forum 1 vom 26. Januar 2019). Die Anwesenden hatten die Möglichkeit, weitere Ideen einzubringen.
- Die Gemeinde publiziert regelmässig Medienmitteilungen zum aktuellen Stand des Projekts (Medienmitteilungen vom 28. Januar 2019 und vom 5. Juli 2019).

- Das Amtsblatt «Ragazetta» thematisierte die Stadtanalyse und die Nutzungsstrategie in den Ausgaben vom Dezember 2018 und März 2019.



Die Berichterstattung zum Prozess in Bad Ragaz ist bescheiden. Der Sarganserländer vom 26. Februar 2019 resümierte die Inhalte des ersten Forums vom 26. Januar und unterbreitete die zentralen Aussagen aus dem Dorfentwicklungsprozess der breiten Öffentlichkeit.

### 1.5. Weitere Werkzeuge des Netzwerks Altstadt von EspaceSuisse

Die Nutzungsstrategie ist Teil des aufeinander abgestimmten Massnahmen-sets des Netzwerkes Altstadt:

- Die Stadtanalyse, eine Methode des Teams Netzwerk Altstadt, bildet die Grundlage der Beratung. Die Analyse wirft einen externen Blick auf Bad Ragaz und zeigt auf kompakte und ungeschminkte Weise, wo die Gemeinde steht und was jetzt unternommen werden sollte. Sie ist Voraussetzung für die Nutzungsstrategie.
- Die Nutzungsstrategie stützt sich auf die Resultate der Stadtanalyse, die im Juli 2018 erstellt wurde. Sie gibt eine systematische Übersicht über die Nutzungspotenziale im Zentrum und beginnt einen partizipativen Prozess zur Lösungssuche mit den Betroffenen.
- Prägende oder wichtige Liegenschaften im Ortskern können von der Haus-Analyse profitieren. Es handelt sich dabei um ein standardisiertes Beurteilungsinstrument für Liegenschaften. Es dient dazu, den Zustand eines Hauses zu beurteilen und Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

## 2. Analyse

Die Rolle der Experten vom Netzwerk Altstadt liegt darin, einen längeren Veränderungsprozesses zu auszulösen. Dazu bringen sie Erfahrungswissen aus vergleichbaren Städten und Gemeinden ein, machen konkrete Vorschläge für Strategien und Massnahmen und diskutieren diese mit der Begleitgruppe, den Betroffenen und zuweilen mit der Bevölkerung. Dank dem gewählten Vorgehen ist die Realisierbarkeit der Empfehlungen und Massnahmen hoch.

### 2.1. Die Stadtanalyse

Die Stadtanalyse vom Juli 2018 bildet die Basis der Nutzungsstrategie. Die Analyse zeigt die Potenziale und Defizite des Ortskerns und des Zentrumsgefüges auf und benennt mögliche Handlungsfelder. Die Zusammenfassung der Stadtanalyse lautet:

*«Das erfolgsgewohnte Bad Ragaz sieht sich einem mehrfachen Wandel gegenüber. Zum einen hat der Strukturwandel im Detailhandel eine Situation geschaffen, welche Dörfern wie Bad Ragaz kaum mehr Spielraum für Geschäfte ausserhalb des täglichen Bedarfs lassen. Zum anderen hat Bad Ragaz im Tourismus einen starken Wandel vom Kurgast zum Freizeit- oder Gesundheitsgast hinter sich. Beide Veränderungen bringen in der Kombination eine erhebliche Herausforderung mit sich, welche sich in wegbrechenden Zentrumsnutzungen und unternutzten Hotelgebäuden zeigt. Das Grand Resort hat die Flucht nach vorne gewagt und das Dorf in einem gewissen Sinn zurückgelassen.*

*Der Weg in die Zukunft muss auf die Stärken bauen, die heute noch vorhanden sind. Dabei muss mit der Patina gearbeitet werden, welche ein Kurbad heute umgibt. Im Zentrum steht ein stimmungsvoller Ortskern mit historischen Gebäuden. Das Dorfbad spielt dabei eine zentrale Rolle als Begegnungs- und Identifikationsort. Die Kantonsstrasse soll sich der Funktion als Aufenthaltsraum unterordnen. Hier braucht es eine klare Vorstellung seitens der Gemeinde und eine mutige Lösung seitens des Kantons.*

*Die Eigentümer der Häuser müssen sich mit den sich wandelnden Rahmenbedingungen auseinandersetzen und Kooperationsformen finden, um dem Wandel begegnen zu können. Im Falle der Hotellerie im Zentrum müssen wohl unkonventionelle Wege geprüft werden, wie die erwähnte «Stiftung Dorfkern». Eine mutige und frische Idee in diesem Bereich würde ein wichtiges Signal setzen.*

*Sollen die gewählten Lösungen die Klientel des Grand Resorts ansprechen, müssen sie von einer erheblichen Ausstrahlungskraft sein. Dies ist Chance und Herausforderung zugleich. Mit halben Sachen ist nicht mehr viel zu bewegen in Bad Ragaz.».*

## 2.2. Ergebnis des partizipativen Prozesses

### Diskussionen in der Begleitgruppe (Protokolle im Anhang)

Die Begleitgruppe hat drei Sitzungen durchgeführt. Die Begleitgruppensitzung zur Besprechung der Umfrageergebnisse wurde zusammengelegt mit der Sitzung zur Besprechung der Massnahmen. Der Grund dafür war die Koordination mit dem übergeordneten Prozess «Bad Ragaz mobil». Folgende Sitzungen fanden statt:

- 13. Februar 2019: Kennenlernen / Ausgangslage / Organisation / Perimeter
- 24. Oktober 2019: Ergebnisse der Umfrage / Stossrichtung und Massnahmen / Entwurf der Nutzungsstrategie
- 12. März 2020: Information / Abschluss der Nutzungsstrategie

### Erkenntnisse aus den Umfragen (Auswertung im Anhang)

- Die Resonanz auf die Umfragen war eher bescheiden, aber mit anderen Gemeinden vergleichbar.
- Bei den Geschäften lag der Rücklauf mit 30 Prozent im üblichen Mittel. Es ist ein aktiver Kern von Unternehmerinnen und Unternehmer mit Veränderungswille spürbar.
- Bei den Hauseigentümern war der Rücklauf mit 20 Prozent bescheiden. Es zeigt, dass die Eigentümer teilweise schwer zu fassen sind und Eigentümer, die auswärts wohnen, sich weniger einbringen. Das schlägt sich im Engagement nieder. Dennoch findet man auch hier einen aktiven Kern mit einer engagierten Haltung.

### Zusammenfassung Umfrage Läden/Gastro:

- Das Interesse an der Entwicklung im Dorf ist da. Die Grundhaltung der Betriebe ist positiv, aber es fehlt ein gemeinsames Ziel. Dazu kommt eine doppelte Verunsicherung: Ladenrückgang durch Strukturwandel im Detailhandel und Wandel im Tourismus.
- Viele Ideen und Rezepte wären zwar im Raum, bekommen aber bald Widerstand aus den eigenen Reihen zu spüren. Auf Dauer besteht das Risiko, dass auflaufendes Engagement in Frust umschlägt und wenig Veränderung bewirkt wird.
- Gesucht wird der stimmungsvolle Dorfkern mit möglichst kleinen Abstrichen bei Verkehr und Parkierung. Chancen werden primär im Bespielen des Aussenraumes erkannt (Bestuhlung, Cafés, Grün).
- Die Zukunftsvisionen fürs Oberdorf und Bad Ragaz sind weiterhin stark geprägt von der Ausrichtung auf den Tourismus.

### Zusammenfassung Umfrage Eigentümer:

- Der Rücklauf war eher bescheiden (ca. 20 Prozent). Das Interesse an der Entwicklung im Dorf ist da, aber nicht riesig. Man ist sich der hohen Wohnqualität nur teilweise bewusst. Der Ortskern genießt als Wohnquartier weniger Sympathien als die Quartiere ausserhalb des Zentrums, obwohl sich die Wohnungen gut vermieten lassen.
- Im Ortskern vermisst man zwar das Gemütliche, verortet die Ursache des Mankos aber nur bedingt in der Gestaltung. Ein neuer Platz vor dem Dorfbad findet dennoch Anklang.
- Den Verkehr wird weniger als Problem erkannt; vielmehr stört man sich ob seiner zu hohen Geschwindigkeit beim Befahren der Kantonsstrasse im Oberdorf.
- Auch die Grundeigentümer sehen die Zukunft von Bad Ragaz im Tourismus.

### **Ergebnisse des Läden-Workshops vom 12. Juni 2019 (Details im Anhang)**

Am Workshop mit den Detaillisten nahmen ca. 20 Personen teil. Dies entsprach den Erwartungen. Die Stimmung war gut und konstruktiv. Die Einschätzungen von EspaceSuisse zu den Umfragen wurden mehrheitlich geteilt. Diskutiert wurde offen und breit.

Das Ambiente im Dorf gab viel zu reden: Einerseits verfügt der Ortskern noch über eine grosse Ladenvielfalt und schöne Aufenthaltsräume, andererseits lässt die Belebung spürbar nach. Das Bedürfnis der Anwesenden, etwas zu unternehmen, ist spürbar. Ein Lösungswille ist vorhanden, doch herrscht etwas Ratlosigkeit bezüglich des weiteren Vorgehens. Kontrovers diskutierte Themen gab es kaum. Viel zu reden gab das Zentrumsprojekt (Gestaltungsplan Zentrum), das nicht vom Fleck zu kommen scheint. Die Baulücke stellt eine unschöne Brache mitten im Ortskern dar, die weh tut. Ähnliches gilt für das Hotel Fortuna, das am südlichen Eingang zum Oberdorf steht. Die Grundeigentümerin lässt sich zwar in die Karten blicken, aber ihre Pläne für das altherwürdige Gebäude sind nicht so richtig greifbar.

Ein unerwarteter Diskussionspunkt war die Kommunikation zwischen dem Gewerbe und der Verwaltung. Dem Gewerbe ist es ein Anliegen, den Austausch zu intensivieren. Das Bedürfnis nach einer intensivierten Zusammenarbeit mit gemeinsamer Vision und Strategie ist deutlich spürbar.

### **Ergebnisse des Eigentümer-Workshops vom 26. Juni 2019 (Details im Anhang)**

Der Workshop mit den Grundeigentümern war mit ca. 40 Personen überaus gut besucht. Der Erfahrungswert liegt bei etwa 20 bis 30 Personen. Die

Diskussion der Kernsätze wurde deshalb in zwei Gruppen durchgeführt. Die Stimmung war in beiden Gruppen sehr unterschiedlich: konstruktiv und gut in der einen, etwas träge, schwunglos und stark auf Verkehrsthemen fokussiert in der anderen.

Grosser Konsens herrscht darüber, dass eine gemeinsame Vision entwickelt werden muss, weil Dorfkernentwicklung eine gemeinsame Sache ist. Das Ambiente muss besser werden, der Ortskern attraktiver. Der Lead wird bei der Gemeinde gesehen, unter Einbezug aller relevanten Akteure. Das Element Wasser ist wichtig, genauso wie der Tourismus. Beides soll auf geeignete Weise gefördert werden. In der Umnutzung des Dorfbads könnte beides zusammenkommen.

Es wird gestützt, dass der Verkehr weiter durchs Oberdorf fahren soll. Mit einer Anpassung des Verkehrsregimes könnte man sich abfinden. Die temporäre Umleitung des Verkehrs auf die Mühlerainstrasse bei Veranstaltungen nimmt man hin. Noch steht die Befürchtung im Raum, dass die Sanierung der Mühlerainstrasse eine definitive Verlagerung des Verkehrs verursachen könnte. Das möchte man nicht. Auch der Nutzen neuer Parkierungsmöglichkeiten dort wird in Frage gestellt.

## 2.3. Gedanken zum Detailhandel

### Ladennutzung heute

Die Ladennutzung ist seit über 100 Jahren der treibende Faktor der Zentrumsentwicklung. Sie hat über die letzten Generationen das Gesicht der Ortskerne geprägt, sodass wir uns heute Kernzonen ohne Ladennutzung kaum mehr vorstellen können. Zu beachten ist aber, dass die historischen Zentren die meiste Zeit keine Läden hatten. Die Erdgeschosse waren bis ca. 1850 ausschliesslich für Werkstätten, Ställe oder Abstellflächen genutzt. Auch die Restaurants waren nicht im Erdgeschoss, sondern im ersten Stock, der «Bel-etage».

Wichtig ist, dass die Versorgungsqualität im Zentrum erhalten bleibt, was mittlerweile keine Selbstverständlichkeit mehr ist. Die Frage lautet: Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit die Kunden das Zentrum als attraktive Einkaufsumgebung und Aufenthaltsmöglichkeit wahrnehmen? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Anbieter und die Öffentliche Hand?

Da der Detailhandel ein dynamisches Gewerbe ist, wohnt der konservativen Haltung eine erhebliche Gefahr inne. Man setzt auf ein Detailhandelsmodell, das sich in den letzten 30 Jahren bewährt hat, das deswegen aber noch lange nicht in die Zukunft weisen muss. Ein Blick auf die generellen Tendenzen zeigt dies:

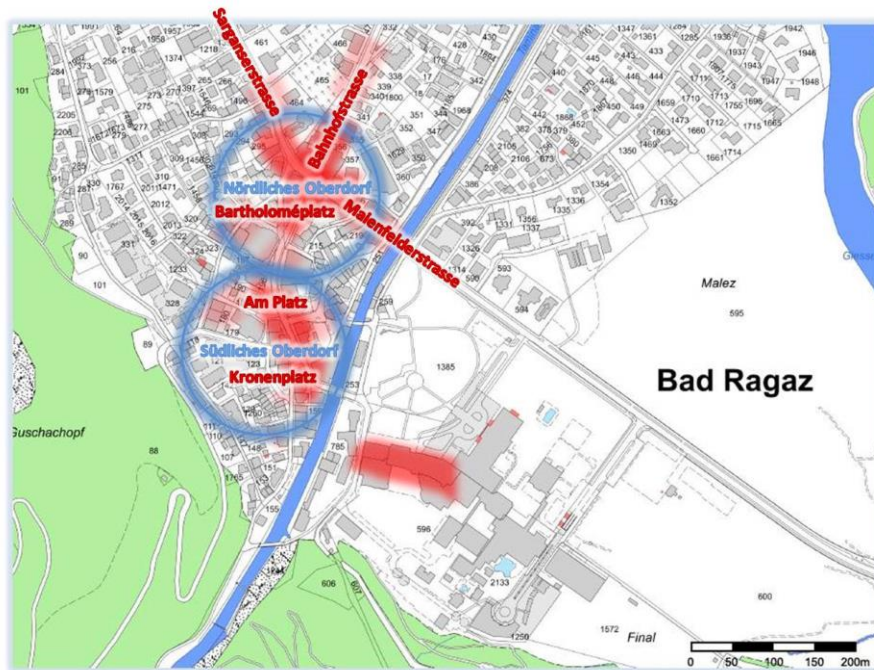
- Konzentration: Der Detailhandel spielt sich auf immer weniger, dafür grösseren Flächen ab. Allerdings zeigt die Tendenz Zeichen einer Umkehr.
- Inszenierung: Die Aspekte Stimmung, Unterhaltung und Inszenierung werden immer wichtiger. Der reine Einkauf aus Bedürfniszwecken verliert an Bedeutung.
- Spezialisierung: Im urbanen Umfeld können sich Anbieter mit Nischen eine Existenz sichern. Im ländlichen Raum ist dies weniger gut möglich.
- Praktikabilität und Convenience: Das Shoppen wird immer mehr geprägt von Gesamtlösungen: einfache Mobilität, Aussenraumqualität, Dienstleistungen im Hause, Gastronomie vor Ort. Das Shoppingcenter gibt den Takt an ein modernes Stadtzentrum vor.
- Der Internethandel ist da: Die Marktanteile steigen kontinuierlich und setzen die heutige Ladenlandschaft zusehends unter Druck. Auch die «Grossen» wie Charles Vögele, Globus und Interdiscount werden erfasst.

Was kann der Ortskern diesen Tendenzen entgegensetzen? Generell kann man dies wie folgt zusammenfassen:

- Der Ortskern muss ein stimmungsvoller Raum sein: verkehrsberuhigt, mit historischen oder architektonisch prägenden Bauten, Plätzen und Cafés. Was Einkaufszentren aufwendig künstlich erschaffen, bietet der Ortskern fast von allein.
- Das Einkaufsgebiet muss kompakt und zusammenhängend sein. Die Fuss- und Radwege müssen attraktiv sein.
- Man muss den Ortskern gut erreichen können, sowohl per Auto wie auch per ÖV, mit dem Velo und zu Fuss. Die Parkierung muss am direkten Rand der Einkaufszone erfolgen, mit verkehrersarmem Zugang in den Einkaufsbereich.
- Es braucht eine gewisse Dichte an Ladennutzungen oder Dienstleistungen im Zentrum. Allzu viele Lücken und artfremde Nutzungen mit verschlossenen Schaufenstern sind heikel,
- Es braucht einen Mix aus Gross und Klein. Grosse Detailhändler (vor allem Coop und Migros) sind wichtige Partner im Ortskern. Ohne sie ist es für die «Kleinen» heute oft nicht mehr möglich zu überleben.
- Es braucht eine positive, aktive Stimmung unter den Läden. «Mein Kunde ist auch dein Kunde» muss das durchgehende Motto sein, das auch der Kunde spüren muss.
- Es sind Eigeninitiative und Eigenverantwortung nötig. Neue Ideen setzen sich nicht von allein um. Es sollte eine Kultur des Ermöglichens und der Unterstützung gelebt werden. Angesprochen sind alle relevanten Akteure: Gemeinde, Läden, Hotellerie, Gastronomie, Eigentümer.
- Und nicht zuletzt braucht es Frequenzen. Die Menschen vor Ort und die Gäste müssen das Zentrum nutzen wollen, und zwar nicht um des Zentrums Willen, sondern weil es ihnen Freude bereitet und einen Nutzen bringt.

Es war Teil der Nutzungsstrategie, gemeinsam mit der Begleitgruppe, diese Qualitäten kritisch unter die Lupe zu nehmen. Dabei half das Raster «Detailhandelsprofil» im weiteren Verlauf dieses Berichts.





Das gefühlte Einkaufsgebiet von Bad Ragaz ist relativ kompakt (rot = Publikumsfrequenzen). Es verläuft von der Bernard Simonstrasse durch den Ortskern und konzentriert sich an der Kreuzung der Sarganser- / Maienfelderstrasse und der Bahnhofstrasse, wobei die Bedeutung Richtung Bahnhof schnell abnimmt. Auch in der Passage des Grand Resorts kommt Einkaufsstimmung auf, allerdings isoliert vom Ortskern.

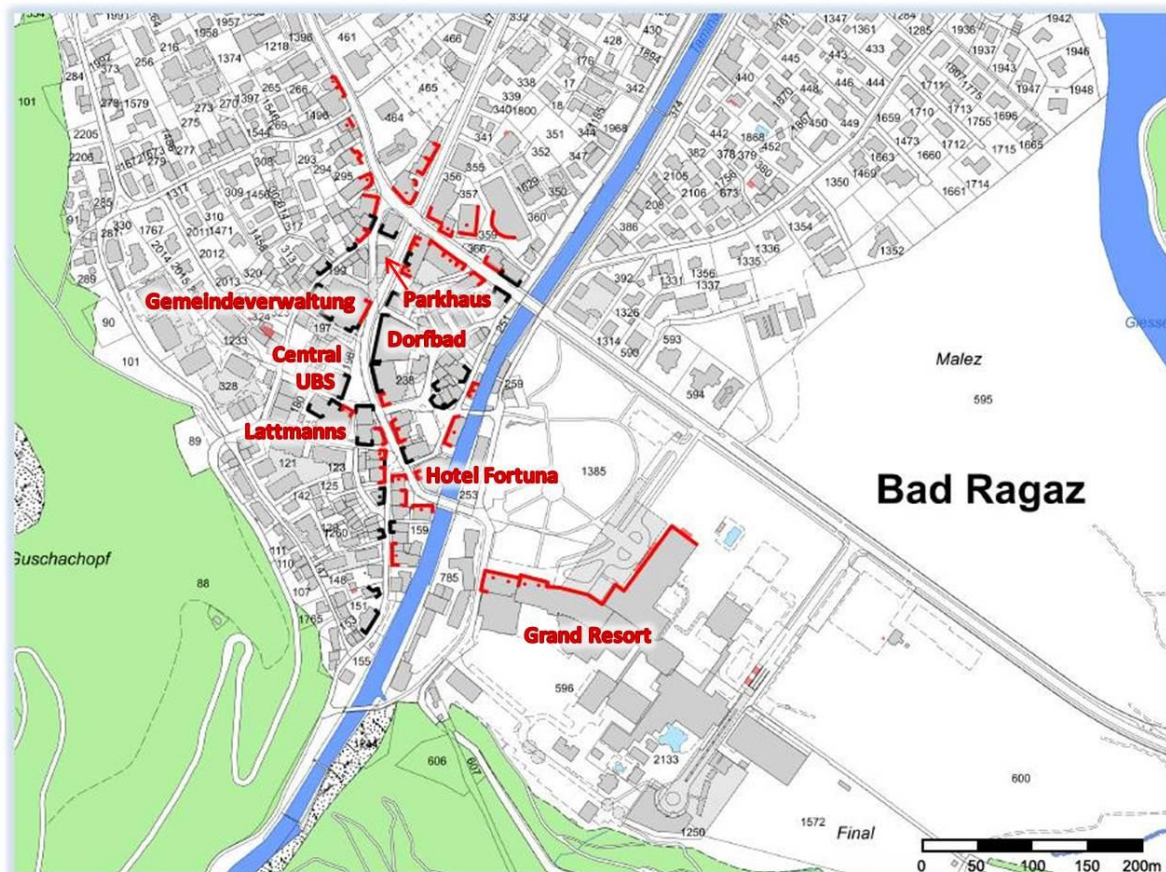
Die 300 Meter Länge des Einkaufsgebietes im Ortskern liegen am oberen Limit des Tragbaren, was sich im schwächelnden südlichen Oberdorf zeigt.

## Erdgeschossnutzung heute

Der Blick auf die Erdgeschossnutzungen im Oberdorf von Bad Ragaz zeigt einen grundsätzlich diversen Detailhandel, speziell im Bereich Bartholoméplatz und an der Nahtstelle von Sarganser-, Maienfelder- und Bahnhofstrasse (rot). Trotzdem ist im Oberdorf eine schleichende Abnahme des Angebots spürbar. Das zeigt die folgende Abbildung. Die parakommerziellen Nutzungen sind im Vormarsch und besetzen vereinzelt auch zentrale Liegenschaften (schwarz; Lattman, Dorfbad, ehem. Modegeschäft Rupf), ebenso die Leerstände (ohne Farbe). Damit einher geht eine Zäsur zwischen dem südlichen und dem nördlichen Oberdorf.

Während sich der Detailhandel an der Sarganser- und Maienfelderstrasse konzentriert und dort gut zu funktionieren scheint, ist sein Rückzug im südlichen Oberdorf augenscheinlich. Dort fehlen Angebote des täglichen Bedarfs für die lokale Bevölkerung ganz. Die prägenden Hotelbauten kämpfen mit dem Wandel im Tourismus und es fehlt ihnen die Kraft, ihre Erdgeschosse gehaltvoll zu bespielen. Verstärkend wirkt die Tatsache, dass sich die Gäste des Grand Resorts weniger ins Dorf begeben und damit wichtige Frequenzen wegbrechen. Das Wechselspiel zwischen Grand Resort und dem Dorf funktioniert nicht mehr richtig. Das treibt den Bedeutungsverlust des südlichen Oberdorfs als Eingangstor in den Ortskern weiter voran, was wiederum die Standortattraktivität unterminiert.

Die Bahnhofstrasse führt Besucher vom Bahnhof zum einen Kilometer entfernten Oberdorf. Ihre Bedeutung als repräsentative Allee hat sie durch den Verlust ihrer Bäume schon länger eingebüsst. Als Einkaufsmeile ist sie deutlich zu lange. Eine gewisse Attraktivität für Geschäftsstandorte bieten ihre Pole, namentlich der Bahnhof und die Einmündung in die Kantonsstrasse.



Nutzungen Ortskern Bad Ragaz, Erhebung vom März 2019

**rot = kommerziell**

**schwarz = parakommerziell\***

Rest = Wohnen / Privat / leer

• Punkte: Gastronomische Nutzung

\*Als parakommerziell bezeichnen wir Nutzungen, welche publikumsorientiert sind, aber keinen klassischen Laden darstellen:

- Coiffeur
- Bank
- Hotels
- Dienstleister mit Laufkundschaft

Eine mögliche Unterscheidung zwischen kommerziell und parakommerziell kann auch über die Öffnungszeit erfolgen: Unterhalb von 35 h pro Woche ist es kein konventioneller «Laden» mehr.

## Parakommerzielle Nutzungen

Wie oben gezeigt, befinden sich heute schon einige parakommerzielle Nutzungen im Ortskern von Bad Ragaz. Es sind dies meist Dienstleister im Bereich Beauty, Wellness, aber auch Bars mit reduzierten Öffnungszeiten, Banken, Immobilienbüros, Hörberatungen etc. Die parakommerziellen Nutzungen sind gegenüber konventionellen Läden weniger attraktiv für die Belebung des Ortskerns. Sie helfen aber mit, eine Einkaufsachse zu bespielen und Leerstände zu überbrücken.

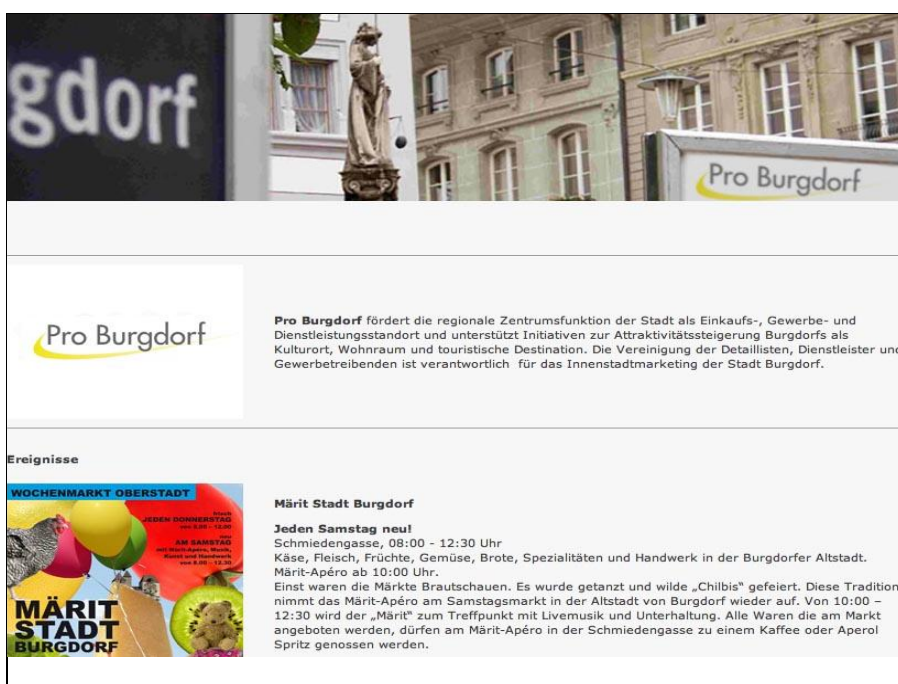
Man muss davon ausgehen, dass dieser Typus Geschäft weiter zunehmen wird, vor allem aufgrund der teilweise kleinen Erdgeschossflächen, die kaum mehr einen kommerziellen Betrieb zulassen. Eine Zusammenführung von Flächen oder gar ein Aufbrechen der Häuserstruktur ist derzeit nicht sehr wahrscheinlich aufgrund der knappen Renditen in den meisten Detailhandelsbranchen.



*Paraläden, wie z.B. Näh- und Wollädels, Handwerker-Ateliers oder Coiffeursalons, sind eine wichtige Ergänzung für den Ortskern. Sie bieten Dienstleistungen und je nach Gestaltung auch ein ansprechendes Schaufenster.*

Parakommerzielle Nutzungen sind dann attraktiv, wenn sie mit einer gewissen Originalität und einer visuellen Präsenz verbunden sind. Ideal sind Kombinationen von Handwerk, Versandhandel, Beratung, Café etc. Diese Nutzungen passen auch in die historischen Häuser oder ins historische Umfeld von Bad Ragaz, indem sie oft an traditionelle Betriebsmuster anknüpfen.

Ein aufschlussreiches Beispiel mag Burgdorf sein, wo seit 20 Jahren ein Rückgang der Geschäftsnutzung in der oberen Altstadt (Oberstadt) zu beobachten ist. Seit 2010 wird hier mit einem breiten Förderprogramm (Altstadt Plus) und einer eigenen Organisation (Pro Burgdorf) versucht, dem Wandel etwas entgegenzusetzen, bzw. ihn zu lenken. Insgesamt ist es auch hier ein Wandel vom Kommerziellen hin zum Parakommerziellen: Kunstgalerien, Kunsthandwerk, Vinotheken, Secondhand-Kleiderläden, Antiquitäten etc. Wichtig für diese Art Anbieter ist eine günstige Jahresmiete im Bereich von ca. Fr. 100.-/m<sup>2</sup>. Davon sind die meisten Erdgeschossmieten in Bad Ragaz noch einiges entfernt. An manchen Lagen, zum Beispiel in der Gaschürstrasse, zeichnet sich die Entwicklung allerdings schon ab.



Die Organisation «Pro Burgdorf» kümmert sich schwerwichtig um die Altstadt Burgdorf und die Belebung der Erdgeschosse. Das mehrjährige Programm operiert mit einem Jahresbudget von ca. Fr. 150'000.- und engagiert sich in mehreren Bereichen: Leerflächenmanagement, Belebung leerer Schaufenster, Aktionen und Märkte, Beratung Ladenbetreibende etc.

[www.proburgdorf.ch](http://www.proburgdorf.ch)

## Dorfbad

Seit 2006 ist das Dorfbad wieder öffentlich zugänglich, nachdem es länger leer gestanden und nicht unterhalten worden war. Die Renovation und Wiederinbetriebnahme stellt ein Meilenstein dar für den Ortskern, dessen Geschichte in diesem Sinne weitergeschrieben werden sollte. Der Prunkbau steht beispielhaft für die Elemente, die Bad Ragaz gross gemacht haben: Wasser, Gesundheit, Mondänität. Heute sind dank der Renovation wieder Ansätze davon spürbar. Doch das Bad verkörpert die Seele des Dorfes und muss diese stärker ausstrahlen. Die aktuelle Nutzung durch die Vermietung des Dorfbads an Heidiland-Tourismus und das Schaub Institut überzeugt dahingehend nur teilweise. Besser wäre eine lebhaftere und den Aussenbereich mitbelebende Nutzung.

Aus den Workshops ging klar hervor, dass durchaus andere Mieter im Dorfbad vorstellbar wären. Vor allem Heidiland-Tourismus könnte im Vergleich zum standortgebundenen Schaub-Institut anderswo sichtbarer operieren. Damit würden im Dorfbad Flächen frei für eine publikumsorientiertere Nutzung. Eine allfällige Rochade der Mieter soll aber niemanden brüskieren.

Folgende Punkte sollten deshalb bedacht werden:

- Die Entwicklungsvorstellungen und -spielräume des Kantons (Eigentümer) und der Mieter (Schaub Institut, Heidiland-Tourismus) müssen geklärt werden.
- Interessante Alternativstandorte für Heidiland-Tourismus sind zu evaluieren
- Über die Folgenutzung sollte das Dorfbad publikumsintensiver inszeniert werden und dem Wasser eine zentrale Rolle zugewiesen werden. Die Bevölkerung sollte eigene Ideen und Vorschläge einbringen können.
- Die zukünftige Nutzung sollte den Aussenraum miteinbeziehen. Die Arkaden sollen belebt, der Vorplatz des Dorfbads bespielt werden.



*Das Dorfbad steht im Herzen des Oberdorfs, sorgt aber für wenig Belebung. Hier muss der Puls der Gemeinde zu spüren sein. Das Dorfbad muss seine Arkaden und den Aussenraum bespielen, indem es seine Nutzung nach aussen trägt.*

*Wie wäre es mit einem Café oder einem kleinen Snack unter den Bögen, am besten gleich nach dem Schwimmen im Bad?*

## Überbauungsplan Zentrum

Das Entwicklungsgebiet im Perimeter Lattmannngasse / Hintergasse / Rathausgasse liegt an zentraler Lage und bietet viel Potenzial für ein beispielhaftes Projekt. Allerdings stagniert die Entwicklung seit Jahren, was in mancherlei Hinsicht für Diskussionen und Unverständnis sorgt (Rechtssicherheit, Parkierung, Nutzung, Schulweg- und Fussgängersicherheit)

Der Entwicklungsstillstand an dieser Lage ist ein denkbar schlechter Zustand, an dem niemand interessiert sein kann. Die Gemeinde versucht schon länger mit den angrenzenden Grundeigentümern eine konstruktive Lösung zu finden. Die Bemühungen scheiterten bisher aber an divergierenden Entwicklungsvorstellungen.

Es wäre wünschenswert, mit der Zentrumsentwicklung ein Projekt aus der Taufe zu heben, das unter Einbezug des Rathausplatzes die bestehenden Angebote im Oberdorf ergänzt (beispielsweise eine grosse Erdgeschossfläche für einen Detailhändler oder einen Mehrzwecksaal, dessen raumhohe Fenster sich auf den Rathausplatz öffnen lassen oder ein neues Hotelkonzept). Das Areal besitzt grosses Potenzial, um für Bad Ragaz den zukunftsweisenden Aufbruch zu markieren.



*Im Herzen des Oberdorfs regelt der «Überbauungsplan Zentrum» die Entwicklung im Perimeter Lattmannngasse / Hintergasse. Der Überbauungsplan ist revisionsbedürftig, was eine grosse Chance für die künftige Bebauung und den Ortskern bedeutet.*

*Die Eigentümer müssen die Bedeutung ihrer Grundstücke erkennen und einen gemeinsamen Konsens erarbeiten – wenn nötig mit Hilfe externer Mediatoren.*

## Südliches Oberdorf

Im südlichen Oberdorf, dem Scharnier zwischen Grand Resort und Bad Ragaz, vermengen sich rückläufige Kundenfrequenz, Leerstände, fehlende Parkplätze und der Verkehr der Kantonsstrasse auf engem Raum zu einer ungunstigen Mischung. Hier braucht es rasche Massnahmen. Der Vorschlag der Stadtanalyse, die drei Hotels Fortuna, Bambi und Krone zu einer Art Boutique-Hotel zusammenzufassen, wurde anerkannt, seine Machbarkeit aber aufgrund bereits gemachter Erfahrungen angezweifelt. Aktuell entwickelt sich in den Hotels Bambi und Krone ein neues Format, das idealerweise einen ersten Impuls der Besserung bringen wird.

Mindestens mittelfristig kommt das südliche Oberdorf nicht darum herum, sich klar zu positionieren. Die Sarganserstrasse zieht mit ihrem Angebot für den täglichen Bedarf vorwiegend einheimische Kunden an. Die kleinräumige EG-Struktur rund um die Bernard Simonstrasse und den Kronenplatz macht es fast unmöglich, einen grösseren Detailhändler als Ankermieter anzusiedeln. Die Nutzungen könnten sich deshalb in ihrer verspielten Kleinräumigkeit stärker auf Gäste und den Tourismus ausrichten. Mögliche Standbeine bilden das Kunsthandwerk, Ateliers und hochwertige Nischenprodukte. Ein Anker fürs südliche Oberdorf könnte eine ganzjährige Skulpturenhalle im Erdgeschoss des Hotel Fortunas sein. Eine einladende und interessante öffentliche Nutzung im Eingangsbereich des ehemaligen Hotels als Anziehungspunkt wäre sehr interessant, auch als Verbindungselement zwischen Dorf und Grand Resort.



*Das südliche Oberdorf ist gleichzeitig das Tor zum Dorf und Scharnier zwischen Grand Resort und Ortskern – und damit eine der Visitenkarten für ganz Bad Ragaz.*

*Die Architektur ist beeindruckend, aber den Erdgeschossen fehlt es teilweise an Attraktivität.*

*Das südliche Oberdorf sollte sich mit lokalen Formaten auf den Gast und den Tourismus ausrichten. Das Kleinräumige bietet Nischen für Kunsthandwerk, Schauateliers und hochwertige Nischenprodukte.*

## Detailhandelsprofil

Eine Zusammenfassung der heutigen Detailhandelssituation im Ortskern lässt sich anhand eines Detailhandelsprofils erstellen, welches die wichtigsten Kriterien für den Einkauf und die Kundenfreundlichkeit zusammenfasst. Die einzelnen Kriterien sind nicht gewichtet. Man erkennt aber Stärken und Schwachstellen.

Detailhandelsbarometer Oberdorf Bad Ragaz (6'000 Einwohner 2018)			Vergleich	
Aspekt	Beurteilung vorteilhaft mittel unvorteilhaft	Kommentar / Begründung	Solo- thurn 16'000 Einw.	Weinfel- den 11'500 Einw.
<b>Aktuelles Angebot</b>				
Anzahl Geschäfte		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Gute Angebote für Versorgung des täglichen Bedarfs im Oberdorf.</li> <li>+ Strukturwandel bereits weit fortgeschritten. Neuorientierung kann nun einsetzen.</li> <li>- Einige Leerstände an prominenten Lagen.</li> <li>- Reduzierte Ladenvielfalt.</li> </ul>		
Dichte der Einkaufszone		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Die Konzentration im Oberdorf ist gut.</li> <li>+ Der Raum ist gut eingrenzbar.</li> <li>- Richtung Bahnhof löst sich die Dichte auf.</li> </ul>		
Ladengrößen		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Entlang der Sarganserstrasse sind die Flächen des Detailhandels ausreichend gross.</li> <li>+ Vielfältige kleinräumige Ladenflächen im Ortskern eignen sich für Paraläden oder Kunsthandwerk.</li> <li>- Fehlende grössere Ladenflächen für klassische Grossverteiler im Oberdorf.</li> </ul>		
Ladenmix		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Gesamtmix ist für den täglichen Bedarf gut.</li> <li>+ Neue Angebote sind bereits entstanden oder entstehen.</li> <li>- Teile eines vielseitigen Mixes gingen verloren.</li> <li>- Zu wenige spannende Hotel- und Gastroangebote.</li> <li>- Attraktivität für Gäste in den letzten Jahren rückläufig.</li> </ul>		
Image und Marketing		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Strahlendes Image als Tourismusort.</li> <li>+ Hervorragender Name der Kunstaussstellung Bad RagARTz.</li> <li>+ Gute Initiativen wie LightRagaz und Wartensteinbahn</li> <li>- Kaum gemeinsames Marketing im Detailhandel.</li> <li>- Wenig Innovation im Detailhandel</li> <li>- Wenig Anknüpfungswille an Bad RagARTz (herausragende Chance)</li> </ul>		
Leerstände & Nachnutzungen		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Neue Angebote entstehen. Chancen für Neues sind da.</li> <li>- Einige empfindliche Leerstände.</li> <li>- Einige empfindliche Verluste im Hotellerie- und Gastronomiebereich.</li> </ul>		
<b>Einkaufsgefühl</b>				
Einkaufsumgebung, dörflicher Kontext		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Reizvoller Kontext mit historischen Gebäuden.</li> <li>+ Reizvolle Nischen und Plätze.</li> <li>+ Wenig parkierte Autos, Ortsbild kann wirken.</li> <li>- Klares Zentrum fehlt (z.B. vor dem Dorfbad).</li> <li>- Die Durchgangsstrasse schwächt das Gesamtgefühl.</li> </ul>		



Detailhandelsbarometer Oberdorf Bad Ragaz (6'000 Einwohner 2018)			Vergleich	
Aspekt	Beurteilung vorteilhaft mittel unvorteilhaft	Kommentar / Begründung	Solo- thurn 16'000 Einw.	Weinfel- den 11'500 Einw.
Flanierqualität		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ großartige Strukturen, aus denen mehr entstehen kann.</li> <li>+ Attraktive Nischen in den Hinterräumen. Es gibt etwas zu entdecken!</li> <li>- Angebote und «Eyecatcher» sind verschwunden.</li> <li>- Einige Leerstände als Dämpfer.</li> <li>- Strasse dominiert und unterbindet ansprechenderen Gesamtauftritt.</li> </ul>		
Aufenthaltsqualität		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Grundsätzlich hohe Aufenthaltsqualität.</li> <li>+ Toll gestaltete Plätze, Nischen, Brücken, Parkanlagen.</li> <li>+ Einige Kleinode mit hoher Aufenthaltsqualität im rückwärtigen Raum.</li> <li>- Der Gesamteindruck ist etwas getrübt durch die Gestaltung der Kantonsstrasse und die sie säumende unattraktive Brachen und Leerstände.</li> </ul>		
Gastronomie und Sehenswürdigkeiten		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Die Kunstaussstellung Bad RagARTz sticht ausserordentlich positiv hervor.</li> <li>+ Grand Resort hat eine eigene starke Position</li> <li>- Gastronomie ist zwar vorhanden, verkauft sich aber unter ihrem Wert.</li> <li>- Hotelleriebetriebe an bester Lage haben ihre Position verloren und finden ihre neue Nische nicht.</li> <li>- Das alte Dorfbad ist ein Juwel, ist aber in der Nutzung sträflich vernachlässigt.</li> <li>- Das Wasser als Alleinstellungsmerkmal von Bad Ragaz ist zu wenig präsent.</li> </ul>		
<b>Erreichbarkeit</b>				
Lage innerhalb Ortsgebiet		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Südliches Oberdorf liegt für den Tourismus gut.</li> <li>- Südliches Oberdorf liegt für die Einheimischen peripher.</li> <li>- Bahnhof und Oberdorf liegen weit auseinander.</li> </ul>		
Parkplatzangebot und Wegdistanz		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Vorteilhafte Tiefgarage im Ortskern.</li> <li>- Kurzzeitparkplätze fehlen den Detaillisten und dem Gastgewerbe im südlichen Oberdorf.</li> </ul>		
Rad- und Fusswege		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keine besondere Quartiervernetzungen.</li> </ul>		
ÖV-Erreichbarkeit		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Gute Bedienung durch Bus ab Bahnhof (und S-Bahn am Bahnhof).</li> <li>- Wohnquartiere suboptimal an Oberdorf angebunden.</li> </ul>		
Verbindung zum Bahnhof		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distanz mit ca. einem Kilometer relativ gross.</li> <li>- Bahnhofstrasse (Verbindung) nicht speziell attraktiv.</li> </ul>		
Verbindung zur Haupteinkaufsstrasse		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Maienfelder- und Sarganserstrasse liegen im Perimeter und sind nah.</li> <li>- Südlicher Teil des Oberdorfes etwas abgehängt.</li> </ul>		
<b>Kundenpotenzial</b>				
Einwohnerzahl		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ca. 6'200 Einwohner – wenig Kaufkraft aus Einwohnerschaft.</li> </ul>		
Tourismus		<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Einst Kurort mit Weltruf – hallt heute noch nach.</li> <li>+ International und national hervorragender Ruf.</li> <li>+ Attraktives Marktpotenzial durch den Tourismus.</li> <li>+ Grand Resort mit internationalem Renommee.</li> <li>+ Potenzial Kunstaussstellung Bad RagARTz nutzen!</li> </ul>		

Detailhandelsbarometer Oberdorf Bad Ragaz (6'000 Einwohner 2018)			Vergleich	
Aspekt	Beurteilung vorteilhaft mittel unvorteilhaft	Kommentar / Begründung	Solo- thurn 16'000 Einw.	Weinfel- den 11'500 Einw.
		+ Light Ragaz als weiterer starker Attraktor.		
Region		+ Gute Ausstrahlung in die Region. - Konkurrenz in der Region ist stark – insbesondere für täglichen Bedarf.		
Zentrumsfunktionen		- Klare Position als touristisches Zentrum (Spezialfall) - Keine herkömmliche Zentrumsfunktion.		
Konkurrenz an Peripherie		- Pizolpark - Fashion-Outlet Landquart		
Einkaufsverhalten		- Tourismuspotenzial wird zu wenig abgeschöpft. - Lokale eher autoorientiert, Gäste eher zu Fuss. - Langsamverkehr schwach.		
Bevölkerungsentwicklung		+ Weiteres Wachstum wird erwartet.		
Wirtschaftliche Perspektive Region		+ Prosperierende Region.		

Quellen: Umfrage Läden und Eigentümer, Zahlen und Informationen der Stadt, weitere Analysen und Einschätzungen durch Netzwerk Altstadt

### Folgerungen für Bad Ragaz

Obige Betrachtungen lassen folgende Schlüsse zu:

- Bad Ragaz ist Bevölkerungsmässig deutlich unter der Grenze dessen, was man als «Regionalzentrum» bezeichnen kann. Üblicherweise würde sich dadurch das Angebot an Waren des periodischen Bedarfs auf ein absolutes Minimum beschränken. Die Sonderposition als Tourismuszentrum vergrössert aber den potenziellen Einzugsbereich dermassen, dass in diesem Bereich ein stabiles, wenn auch kleines Angebot bestehen kann. Was bleibt, ist die praktische Nähe als Versorgungsstandort für die Region mit Schwerpunkt Lebensmittel und Dienstleistungen.
- Das «Einkaufsgefühl» ist eine zweischneidige Klinge. Einerseits ist die Aufenthalts- und Flanierqualität hoch, die Umgebung pittoresk. Potenzial zur Verbesserung bietet primär die Umgestaltung der Kantonsstrasse. Andererseits lässt die Angebotsvielfalt nach, es findet zu wenig Zusammenarbeit zwischen den Geschäften statt. Es braucht klare Verbesserungen bei der Vermarktung und der Nutzung vorhandener Potenziale (Bad RagARTz, LightRagaz, Kurortvergangenheit).
- Die Erreichbarkeit für den motorisierten Verkehr ist sehr gut. Dies wiederum verdrängt Kunden, die per Velo oder zu Fuss ins Zentrum kommen. Hier braucht es eine breitere Sichtweise, in welcher alle

Zielgruppen ihren Raum bekommen. Verbessert werden muss insbesondere die ÖV-Anbindung des Dorfkerns an die Quartiere.

## 2.4. Gedanken zum Verkehr

Verkehr ist nicht gleichbedeutend mit «Auto». Man muss aufpassen, dass dieses Verkehrsmittel in der Diskussion nicht alle anderen Themen verdrängt. Im Folgenden soll trotzdem vor allem über den Autoverkehr gesprochen werden, da er die meisten Konsequenzen für den Ortskern mit sich bringt. Der Langsamverkehr (Fussgänger, Velo) soll im Kapitel Aussenraum nochmals Platz erhalten, ebenfalls das Thema Öffentlicher Verkehr bzw. sein Bezug zum Ortskern.

Das Thema Autoverkehr ist ergiebig und kann jeden partizipativen Prozess zum Erliegen bringen, wenn sich die Diskussionspartner in fixe Haltungen und Dogmen verbeissen. Daher ist es wichtig, eine gesunde Distanz zu wahren und alle Sichtweisen als Teil einer vielseitigen Wahrheit zu respektieren.

Anhand der Diskussion um die Zukunft des Ortskerns zeigen sich erfahrungsgemäss unterschiedliche Perspektiven, vertreten durch zwei typische Haltungen:

a) «konservativ»:

- «Der motorisierte Verkehr ist unser Frequenzbringer. Wir brauchen ihn.»
- «Potenziell ist jedes Auto ein Kunde oder eine Kundin. Daher ist mehr Verkehr grundsätzlich besser und eine Verkehrsreduktion heikel.»
- «Die Kunden werden älter und sind auf das Auto angewiesen. Erfahrungen aus Tagen mit Verkehrsbehinderung zeigen klar, dass der Umsatz sinkt.»
- «Es ist Jahrzehnte gut gelaufen mit der heutigen Lösung. Warum etwas ändern?»
- «Einkaufszentren bieten gratis Parkplätze und sind gut erreichbar. Wir müssen ebenfalls attraktiver werden für Autos, um unsere Kunden zu halten.»

b) «progressiv»:







- «Eine Verkehrsberuhigung macht das Einkaufen für alle attraktiver. Das wiegt die Nachteile der reduzierten Zufahrt auf.»
- «Fast alle attraktiven Städte haben eine Fussgängerzone. Also ist sie die Basis für eine prosperierende Einkaufslandschaft.»
- «Der Strukturwandel verlangt nach einer klaren Positionierung. Wenn Einkaufszentren auf Auto und Parkplätze setzen, so sollten wir das nicht zu imitieren versuchen, sondern etwas Eigenes schaffen.»


Nun ist es so, dass beide Sichtweisen grundsätzlich Recht haben und letztlich die Randbedingungen darüber entscheiden, wo man mit welcher Philosophie besser fährt. Wichtig sind folgende Aspekte:

- Es ist immer eine Frage der Grösse. Je grösser eine Ortschaft, umso einfacher ist es, die Kunden zu Fusswegen zu motivieren. Je ländlicher die Kundinnen und Kunden geprägt sind, umso mehr erwarten sie eine Zufahrt mit Parkplatz vor dem Geschäft. Ein «Umerziehen» der Kunden ist eher heikel und muss über sichtbare Vorteile erfolgen.
- Verkehrsberuhigung ist nicht gleich Verkehrsbehinderung: Man kann mit Konzepten wie Tempo 30 oder Begegnungszonen weitgehende Verbesserungen erreichen, ohne den motorisierten Individualverkehr aus dem Zentrum verbannen zu müssen.
- Die Bedeutung von Parkplätzen ist branchenabhängig. Es gibt in der Tat Geschäfte, die auf einen Kurzzeitparkplatz in direkter Umgebung angewiesen sind. Das heisst aber nicht, dass man deswegen eine Strasse nicht beruhigen oder verkehrsfrei machen darf. Der Nachteil für einzelne kann manchmal Sinn machen im Gesamtkontext.
- Eine Fussgängerzone braucht eine dichte Geschäftslage mit guten Frequenzen. Hat man dies nicht oder nur knapp, besteht die Gefahr, dass nach der Sperrung eine unangenehme Leere entsteht, die wiederum die Kunden abschreckt. Einzelne verkehrsfreie Plätze und Aussenräume sind aber ein Muss.
- Der Wechsel des Verkehrs- oder Parkplatzregimes bringt immer auch einen gewissen Wechsel bei der Kundschaft mit sich. Das heisst aber nicht, dass es unter dem Strich schlechter wird. Es kann nach einer eher schwierigen Übergangsphase eine neue Kundschaft angezogen werden, die genau diese Umgebung sucht.
- Man darf den Langsamverkehr sowie neue Dienstleistungsangebote nicht unterschätzen. Wir sind manchmal gar fixiert auf das Auto. Dabei wissen wir, dass mehr als die Hälfte der Einkaufsfahrten unter 5 km lang ist und daher in vielen Fällen auch mit dem Velo / E-Bike erledigt werden kann. Ähnliches gilt für den Ansatz «Hauslieferdienst», wie ihn z.B. Burgdorf seit 10 Jahren für alle Geschäfte im Ortskern anbietet. Der Umsteigeeffekt und die Wirkung als Standortförderungsmassnahme sind erwiesen.

## Übersicht Regelungen

Die heutige Verkehrsgesetzgebung bietet folgende rechtlichen Spielräume für Strassenräume in Ortskernen:

Regime	Höchst-geschwindigkeit	Fussgänger	Velo	gefühlte Sicherheit Fussgänger	Kommentar
generell 50 	50	Kein Vortritt. Queren auf Fussgängerstreifen.	Erlaubt	Gering	für verkehrsorientierte Strassen innerorts
	30	Kein Vortritt	Erlaubt	Mittel	Für Haupt- und Verbindungsstrassen in dicht bebauten Gebieten
Zone 30 	30	Kein Vortritt.	Erlaubt	Mittel	für Quartierstrassen
Begegnungszone 	20	Vortritt	Erlaubt	Hoch	Mischzone in Ortskernen. Erfordert gestalterische Massnahmen.
Fussgängerzone 	5	Vortritt	nicht erlaubt (ausser mit Schild "Velo gestattet")	sehr hoch	Kann ergänzt werden mit "Velo gestattet".
Dreiteiliges Fahrverbot 	-	Kein Vortritt	Erlaubt	Hoch	Gelegentlich ergänzt mit "Zubringerdienst gestattet".

Regime	Höchst-geschwindigkeit	Fussgänger	Velo	gefühlte Sicherheit Fussgänger	Kommentar
eingeschränkte Begegnungszone 	20	Vortritt	Erlaubt	sehr hoch	Seltene Kombination. (Beispiel Wädenswil)  Ähnliche Wirkung wie Fussgängerzone mit Velos erlaubt.  Kann auch mit einem zweiteiligen Fahrverbot kombiniert werden (Mofas erlaubt, Beispiel Thun).

Die obigen Zonen können zudem zeitlich (Tageszeit, Wochentage, Saisonal) eingeschränkt oder geöffnet werden. Beispiele:

- In der Altstadt Frauenfeld war bis 2015 eine Fussgängerzone ab Mittag in Kraft. Am Vormittag waren die Zufahrt und das Parkieren erlaubt (Generell 50). Seit 2015 ist die Begegnungszone in Kraft mit Fahrverbot von 20 bis 6 Uhr und an den Samstagen und Sonntagen ganztags.
- In Burgdorf ist ein Teil der Altstadt im Sommer ab 17Uhr gesperrt. Davor ist er als Begegnungszone befahrbar.
- In der Altstadt Sursee gilt ein Wochenendfahrverbot vom 2. Mai bis 30. September, jeweils von Samstag ab 17.00 bis Montag 6.00 Uhr. In der übrigen Zeit gilt die Altstadt als Begegnungszone.
- In vielen Altstädten sind einzelne Gassen oder Plätze am Markttag gesperrt.

Des Weiteren können die oben genannten Zonen mit Ausnahmen für Zubringer- oder Lieferdienste ausgestattet werden:

- Zubringerdienst (gilt in der Regel auch für Kunden, die Waren laden)
- Lieferzeiten / Warenumsatz (z.B. beschränkt auf den Vormittag bis 11 Uhr)
- Anwohnerberechtigung (erfordert ggf. eine individuelle Bewilligung)

### Elemente für Bad Ragaz

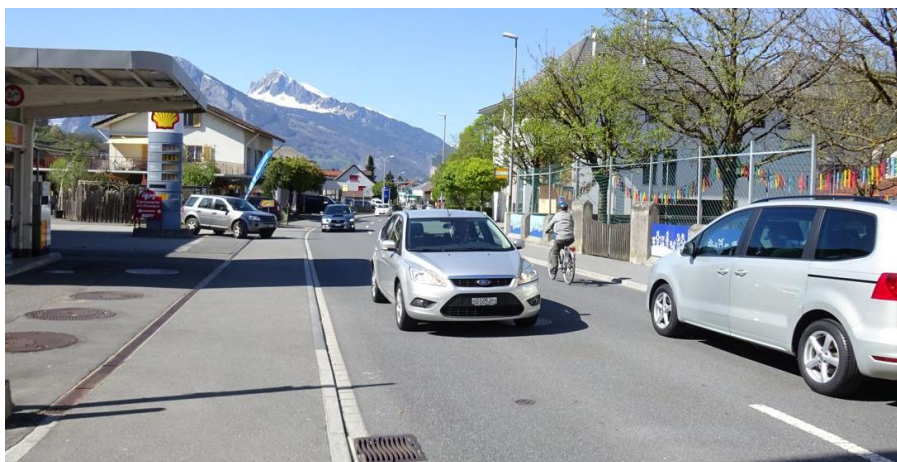
Im Mai 2017 lehnte die Bevölkerung das Projekt «Dorfkernumfahrung Mühlerain» an der Urne ab. Die Ablehnung der Umfahrung hat zur Folge, dass die Kantonsstrasse weiterhin durch den Ortskern führt und sie ihre Grundfunktion als Durchgangssachse behält. Sie hat aber auch eine Diskussion um

die Gestaltung des Oberdorfes ausgelöst, die letztlich zum jetzigen Prozess geführt hat.

Die Umfragen und Workshops haben gezeigt, dass eine Mehrheit eine höhere Aufenthaltsqualität wünscht. Grosse Unterstützung finden insbesondere Vorschläge, die eine Reduktion der Fahrtgeschwindigkeit vorsehen. Gleichzeitig will man an der ungehinderten Zufahrt bzw. Durchfahrt für Autos festhalten, welche vom Bartholoméplatz bis zur Bernard Simonstrasse auch durch die Funktion als Kantonsstrasse vorgegeben ist.

Im Zentrum steht deshalb die Frage, inwiefern sich die Funktion als Kantonsstrasse mit einer gesteigerten Aufenthaltsqualität und einem langsameren Verkehrsregime vereinbaren lassen. Dabei müssen auch die kantonalen Interessen berücksichtigt werden. Herausforderungen wie Lärmprobleme, mangelnder Verkehrsfluss oder Bedenken zur Sicherheit können als Grundlage und Türöffner für gemeinsame Projekte dienen. In Bad Ragaz ist in erster Linie der Sicherheitsaspekt relevant. Um den Kanton zu überzeugen, sind klare Vorstellungen über die Gesamtgestaltung nötig. Zunächst sind die Aspekte der Gesamtgestaltung gemeinsam festzulegen, um sie anschliessend mit dem Kanton diskutieren zu können. Dazu gehören typischerweise die platzähnliche Gestaltung (Platz-Kette), Mehrzweckstreifen, Velostreifen, Mittellinie, Parkplätze, Integration der privaten Vorbereiche.

Ein frühzeitiger Austausch zwischen der Gemeinde und dem Kanton ist deshalb essenziell, um allfälligen Enttäuschungen aufgrund abweichender Interessen vorzubeugen. Umso begrüssenswerter ist, dass die Gemeinde EBP beauftragt hat, gemeinsam mit der Bevölkerung und Vertretern des Kantons ein Verkehrskonzept zu erarbeiten. Die Nutzungsstrategie hält sich deshalb zum Thema Verkehr bewusst zurück. Die Aussagen sind abgestimmt mit dem Entwurf des Verkehrskonzepts.



*Die Sarganserstrasse ist Kantonsstrasse und als solche klar verkehrsorientiert. Sie tangiert das Oberdorf im Norden und dient als sein wichtigster Zubringer.*

*Die technische Gestaltung erfüllt die Anforderungen für den motorisierten Individualverkehr. Aber Massnahmen für die Förderung des Veloverkehrs wären wünschenswert.*



## Situation heute

Die Sarganser- und Maienfelderstrasse sind mit täglich ca. 7'000 bis 9'000 Fahrzeugen belastet. Durchs Oberdorf bis zur Pfäferserstrasse werden täglich rund 3'500 Fahrten registriert. In beiden Fällen ist der Strassenraum weitgehend für das Auto konzipiert. Im Oberdorf steht die technische Gestaltung im krassen Kontrast zum hübschen Ortsbild und den qualitätsvollen kommunalen Aussenräumen.

- Inwiefern ist der Kanton gewillt, in Gestaltungsfragen zur Kantonsstrasse im Oberdorf mitzuwirken, um den Ortskern als Einkaufs- und Aufenthaltsort aufzuwerten, bzw. wie stark hält er an der bestehenden technischen «Verkehrslösung» fest?
- Sind die privaten Eigentümer bereit, ihre Vorräume mit in die Planung einzubringen, um eine gute Gesamtlösung zu erreichen? Oder werden sie vor allem versuchen, ihre Privilegien zu verteidigen?

Im Kern der Diskussion werden, neben den Gestaltungsmöglichkeiten der Kantonsstrasse, die oberirdischen Parkplätze stehen. Besonders davon betroffen ist das südliche Oberdorf, wo die Platzverhältnisse sehr eng sind. Auch die Grundsatzfrage alternativer Umfahrungslösungen birgt Zündstoff.



*Im Oberdorf wird nicht die Verkehrsmenge auf der Kantonsstrasse als störend empfunden.*

*Problematisch werden hingegen die Fahrweise und die Geschwindigkeit der Autofahrer eingestuft. Auch die Gestaltung und fehlende Querungsmöglichkeiten werden kritisiert: Zwischen Schmiedweg und Badstrasse fehlen Fussgängerstreifen.*

## **Regimewechsel auf der Kantonsstrasse (Tempo 30 oder 20)**

Die Workshops zeigten, dass die Verkehrsmenge im Ortskern gut tolerierbar ist. Hingegen kommt klar zum Ausdruck, dass das gefahrene Tempo als unangemessen empfunden wird. Man wünscht sich eine Reduktion der Fahrgeschwindigkeit. Die bisherige Gestaltung und das Temporegime findet wenig Anhänger. Für die Zukunft muss geklärt werden, wie stark das Tempo gedrosselt werden soll. Erfahrungsgemäss sind Temporeduktionen erfolgreicher, wenn zusätzlich zur Signalisation auch gestalterische und bauliche Massnahmen umgesetzt werden. Das wirft die Frage auf, wie sich die Bevölkerung und die Gemeinde das Oberdorf in Zukunft vorstellen.

Im Rahmen der Abstimmung zur Dorfkernumfahrung zeigte die Gemeinde in wenigen Skizzen, wie eine allfällige Begegnungszone im Ortskern hätte aussehen können. Ein Vorprojekt oder ein Konzept zur Umgestaltung des Ortskerns seitens der Gemeinde fehlte indes zum Zeitpunkt der Abstimmung, was in den Workshops als wichtiger Grund für den negativen Ausgang der Abstimmung genannt wurde.

Grundsätzlich ist die Stimmung so, dass eine Anpassung des Verkehrsregimes und eine Umgestaltung der Kantonsstrasse befürwortet wird – sofern gezeigt werden kann, was das Ziel sein soll. Zurzeit prüft und bewertet EBP im Rahmen des Verkehrskonzepts verschiedene Varianten zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Oberdorf. Ungeachtet dieser Diskussionen zeigen das Projekt Dorfkernumfahrung und die laufenden Arbeiten am Verkehrskonzept, dass das kantonale Tiefbauamt an einer guten Lösung interessiert ist.

## **Fuss- und Veloverkehr**

Der Fuss- und Veloverkehr spielt in Bad Ragaz trotz der kompakten Bauweise des Oberdorfs und der relativ kurzen Wege eine untergeordnete Rolle und erzeugt kaum Aufmerksamkeit. Entsprechend wenig ausgebaut sind Velostreifen oder Fusswege (mit Ausnahme der Fusswege in den Parkanlagen). Wird die Kantonsstrasse im Oberdorf dereinst umgestaltet, wird der Fuss- und Veloverkehr vermehrt in den Fokus rücken. Fragen dazu, z. B. betreffend die Anzahl und die Standorte zukünftiger Veloabstellplätze, sollten vor diesem Hintergrund möglichst früh mitberücksichtigt werden.

## Parkierung

Grundsätzlich sind im Oberdorf von Bad Ragaz genügend Parkplätze verfügbar. Die Umfragen und Workshops identifizierten schwieriges Parkieren dennoch als eine der Hauptschwächen des Oberdorfes. Den Grund sieht man im Fehlen oberirdischer Parkplätze, die aufgrund des öffentlichen Parkhaus Zentrum im Oberdorf grösstenteils kompensatorisch aufgehoben wurden.

Auf öffentlichem Grund lässt sich oberirdisch noch vor der Post, an der Maiefelder- und der Mühlerainstrasse und an der Bernard Simonstrasse parkieren. Trotz guter Belegung des Parkhauses besteht noch Auslastungspotenzial. Von den 170 Parkplätzen profitieren die Geschäfte im nördlichen Oberdorf stärker als diejenigen im 200 Meter entfernten südlichen Oberdorf. Der Wegfall der oberirdischen Parkplätze gibt dort seit jeher mehr zu kämpfen. Der Wunsch nach zusätzlichen Parkplätzen ist entsprechend sehr deutlich.

Der Vorschlag, mehr Parkplätze in der Mühlerainstrasse anzubieten, löst gemischte Reaktionen aus. Grundsätzlich begrüsst man zusätzliche Parkplätze zwar, gewünscht werden sie aber vor dem eigenen Geschäft. Die Parkplätze an der Mühlerainstrasse liegen für autoorientierte Kunden offenbar bereits zu weit abseits.

- Die vier Parkplätze bei der Post sind gratis (4 PP), ansonsten darf in der Kernzone gegen Gebühr maximal 2h parkiert werden (1.- pro halbe Stunde).
- Im Parkhaus Zentrum stehen 170 PP 24h/7 Tage bereit. Die erste halbe Stunde ist gratis. Danach kostet jede Stunde zwischen 07.00-19.00 CHF 1.00, zwischen 19.00 und 07.00 CHF 00.50. Tages-, Monats- und Jahrestarife sind möglich.

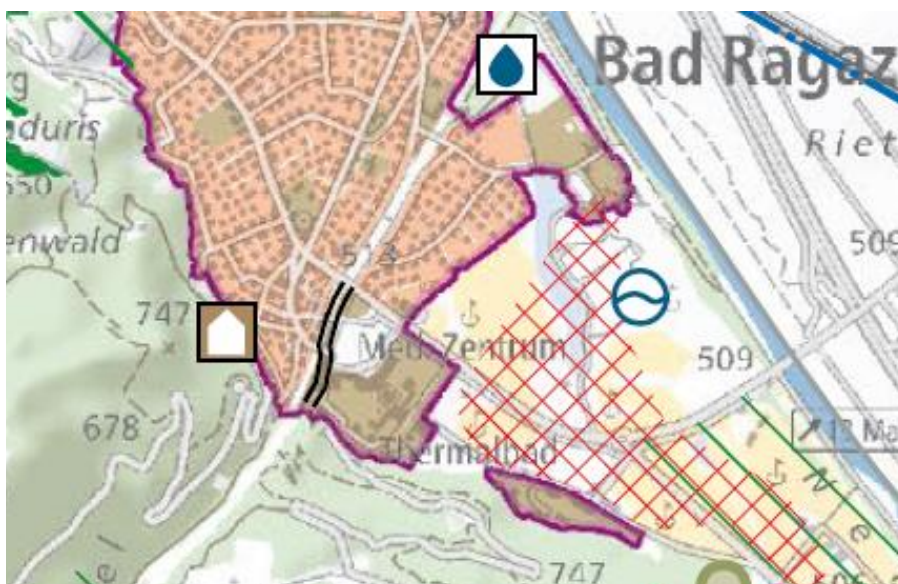


*Bad Ragaz besitzt mit der Tiefgarage genügend Parkplätze im Oberdorf. Dafür sind rasch zugängliche, oberirdische Parkplätze – wie hier vor der St. Galler Kantonalbank – vor allem im südlichen Oberdorf selten. Dort könnten einige wenige zusätzliche Parkplätze eine punktuelle Entschärfung bringen. Sie sind aber kein Allheilmittel, sondern vielmehr Symptombehandlung.*

## Weitere Elemente

In der Diskussion um den Verkehr in Bad Ragaz tauchen weitere Elemente auf, die zukünftige Lösungen beeinflussen:

- Die Verlegung der Kantonsstrasse auf die Mühlerainstrasse wurde an der Urne deutlich abgelehnt. Aus den Umfragen geht jedoch hervor, dass die im Vorfeld der Abstimmung erzeugten Bilder teilweise noch in den Köpfen stecken und Begehrlichkeiten wecken.
- In den Umfragen wurde wiederholt eine Umfahrung des Ortskerns nach Pfäfers via Rosenbergli vorgeschlagen. Die Variante steht schon länger im Raum. Das Vorhaben litt bisher an der Diskrepanz zwischen den hohen Kosten und dem überschaubaren Nutzen. Die Variante wird im Rahmen des Verkehrskonzepts von EBP nochmals geprüft.
- In den Umfragen wurden diverse Einbahnverkehrslösungen für den Ortskern vorgeschlagen. Auch davon werden einige im Rahmen des Verkehrskonzepts von EBP geprüft. Die vorgeschlagenen Lösungen reduziert die Verkehrsmenge im Oberdorf nicht, sondern verlagern sie innerhalb des Ortskerns um, teilweise in Wohnquartiere.
- Die Verkehrsentlastung des Dorfkerns ist im kantonalen Richtplan festgehalten, wobei die Linienführung nicht festgelegt ist (VI 21, S. 5 des kantonalen Richtplans, Stand August 2018). Allenfalls kann der Kanton dafür gewonnen werden, mit weniger infrastrukturelastigen Massnahmen zu einer Entlastung des Verkehrs im Ortskern beizutragen.



Im kantonalen Richtplan ist die Dorfkernumfahrung via Mühlerainstrasse als Zwischenergebnis festgesetzt (schwarze Doppellinie, Stand August 2018).

Die Ablehnung des Projekts 2017 hat dazu geführt, dass Alternativen ernsthaft diskutiert werden.

Plan entnommen aus:  
Richtplankarte kantonalen Richtplan 2018 (Blatt Süd)

## Folgerungen für Bad Ragaz

Obige Zusammenstellung führt zu folgenden Empfehlungen für das weitere Vorgehen:

- Die Dorfkernumfahrung ist vorerst vom Tisch. Die Abstimmung hat aber eine wichtige Diskussion ausgelöst. Die Umfragen und die Workshops des Netzwerk Altstadts haben einen grundsätzlichen Konsens der Betroffenen zu Tage gebracht: Die Gestaltung der Kantonsstrasse im Oberdorf wird als nicht mehr zeitgemäss beurteilt, eine Neukonzeption muss weiterverfolgt werden. Sie bedingt eine breite Diskussion zum Regime und der Gestaltung. Was am Ende herauschaut, hängt primär vom Ausgang dieser Diskussion ab. Etwas Verhandlungsgeschick der Gemeinde wird auch gegenüber dem Kanton nötig sein.
- Die Parkierung sorgt für Diskussionen. Parkplätze werden als Allheilmittel gesehen, was erfahrungsgemäss einem Trugschluss gleichkommt. Mehr Parkplätze lösen die Herausforderungen im Ortskern nicht. Im südlichen Oberdorf sind 3 bis 4 zusätzliche Parkplätze vertretbar, sofern der Aussenraum nicht darunter leidet. Sie stellen grundsätzlich eine interessante Sofortmassnahme dar. Die Umsetzung dürfte sich wegen der Flächensicherung hinziehen.
- Der Transitverkehr nach Pfäfers macht rund die Hälfte der Verkehrsmenge im Oberdorf aus. Die im Rahmen der Workshops geäusserte Forderung direkt Betroffener, den Transitverkehr aus dem Oberdorf zu entfernen, ist zwar ein Stück weit nachvollziehbar, aber kaum umsetzbar. Angesetzt werden muss beim Verkehrsverhalten. Den Autofahrern muss bewusst werden, dass sie sich den Ortskern mit anderen Verkehrsteilnehmern teilen. Entsprechend sind auch Massnahmen und Anreize zu schaffen.

## Beispiele aus anderen Orten



### Kreuzlingen TG

«Boulevard» auf der Hauptstrasse: Beispiel einer weitgehenden Integration der privaten Vorbereiche in die Strassengestaltung. Die Hauptstrasse ist heute noch von ca. 5'000 Fahrzeugen täglich befahren. Es gilt Tempo 20 und Fussgänger-vortritt. Auf beiden Seiten hat es Geschäfte.

So oder ähnlich gestaltet könnte sich auch die Kantonsstrasse im Oberdorf in Zukunft zeigen.



### Baar ZG

Die Dorfstrasse war früher Kantonsstrasse und Hauptverkehrsachse. Sie ist heute Gemeindestrasse, aber immer noch mit täglich 8500 Fahrzeugen frequentiert. Spannend ist der Umgang mit den Aussenräumen, die gemeinsam mit den Grundeigentümern zu einer Gesamtgestaltung geführt wurden. Das Tempolimit ist 30.

Ein Lösungsansatz, der ggf. für die Sarganserstrasse in Frage kommen könnte.



Thun BE

Auf dem Abschnitt Bälliz/Marktasse wurde eine unkonventionelle Lösung getroffen, die sich bewährt hat. Hier gilt zwar Tempo 50 und Vortritt für Autos, die Querung aber wurde mit der markierten Welle erleichtert. Zudem herrscht ein reger Fussgängerstrom über diese stark befahrene Strasse.

Dazu die Berner Zeitung 2011: «Seit ein blaues Wellenmuster die Mitte der Thuner Marktasse ziert, läuft der Verkehr dort flüssiger. Die blauen Wellen sind Teil eines Verkehrsversuchs, bei dem Fussgänger die Strasse frei überqueren können statt wie bisher auf Fussgängerstreifen.»

## 2.5. Gedanken zum Wohnen

### Tendenz heute

Die Wohnsituation in unseren Ortskernen ist in der Regel gut nachgefragt, im Unterschied z.B. zur Situation in Frankreich oder Belgien, wo das Einfamilienhaus auf dem Land die primäre Perspektive der Bewohner darstellt. Damit nimmt das Wohnen eine zentrale Stellung ein für unsere Ortskerne, auch wenn es eine wenig auffällige Nutzung ist. Es übertrifft ertragsmässig die Detailhandels- und Büronutzungen in den kleineren und mittleren Städten bei weitem. Aus diesem Grund sind Nutzungsstrategien immer in Rücksicht auf das Wohnen zu entwickeln.

Aus Sicht des Eigentümers spielt die Verteilung der Erträge innerhalb des Hauses eine zentrale Rolle. In Zeiten des boomenden Detailhandels in den Zentren (1960er bis 1980er Jahre) lagen die Erträge auf den Erdgeschossflächen meist deutlich über denjenigen der Wohnebenen. Dies führte dazu, dass der Fokus des Hauseigentümers auf der Laden- oder Büronutzung lag. Das Wohnen war eine Ergänzung.

Dieses Verhältnis hat sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten langsam gedreht. Die Erträge auf den Erdgeschossen sind in vielen Ortschaften gesunken, zuerst in den Nebengassen, dann in den Hauptgassen. Inzwischen ist für viele Eigentümer die Wohnnutzung die wichtigere und vor allem verlässlichere Nutzung geworden. Wir sprechen von einem Wandel der Leitnutzung hin zum Wohnen.



*Das Wohnen ist bereits heute der treibende Faktor in der Entwicklung von Bad Ragaz. Das zeigen die zahlreichen neuen Mehrfamilienhäuser, die in den letzten 10 Jahren im Ortskern entstanden sind. Das wird auch so bleiben.*

*Mit den neuen Bewohnern entstehen aber auch neue Kunden für den Ortskern, vorausgesetzt, man kann ihnen etwas anbieten.*



Dieser Wandel der Leitnutzung bedeutet für die Eigentümer eine Umorientierung. Sie müssen ihre Liegenschaft teilweise neu ausrichten, um wegfallende Erträge zu kompensieren. Das Wohnen ist in der Regel fähig, diese Erträge zu generieren. Die Eigentümer verlegen ihre Hauptperspektive damit von der Ladennutzung (Erdgeschoss) auf die Wohnnutzung (Obergeschosse).

Mit dem Wechsel der Leitnutzung ändern sich die Perspektiven der Eigentümer. Ihre Aufmerksamkeit richtet sich auf die Frage, wie im Ortskern ein attraktives Wohnumfeld geschaffen werden kann, um ihre Wohnungen vermieten zu können. Zudem wechselt der Schwerpunkt der Investitionen vom Erdgeschoss in die Obergeschosse. Man kann den Wechsel der Sichtweise in einem Vergleich zeigen:

	<b>Leitnutzung Detailhandel</b>	<b>Leitnutzung Wohnen</b>
Hauptertrag	Erdgeschoss	Obergeschosse
Investitionen	Schaufenster, Ladenausbau, Vergrößerung der EG-Flächen	Renovation der Wohnungen, Küchen, Bäder, Anbau von Balkonen
Ziel für das Zentrum	Mehr Kunden	höhere Lebensqualität
Thema Parkplätze	mehr Parkplätze für die Kunden	mehr Parkplätze für die Bewohner
Thema Bars und Kultur	Toleranz, bringt Frequenzen	Zurückhaltung bis Ablehnung
Aussenraum	Mehr Raum und Freiheit für Gastronomie und Verkauf. Mehr Parkplätze.	Mehr Sauberkeit und Ordnung, weniger Lärm. Mehr Spielplätze und Aufenthaltsbereiche.

Mit dem Wechsel der Leitnutzung bleibt die Frage offen, wie die Erdgeschosse genutzt werden können. Für den Eigentümer verliert das Erdgeschoss als Ertragsquelle an Bedeutung. Das bedeutet aber nicht, dass die Nutzung egal wäre.

Im Gegenteil: Weil das Wohnen im Haus attraktiv werden oder bleiben soll, muss im Erdgeschoss eine wohnverträgliche Nutzung sichergestellt werden. Spielsalons, Imbissbuden oder Nachtbars sind dem Wohnen abträglich. Es ist daher wichtig, die Eigentümer auf diese Zusammenhänge hinzuweisen und ihnen die neue Rechnung für ihr Haus exemplarisch zu zeigen, damit sie nicht der Versuchung erliegen eine Ersatznutzung im Erdgeschoss zu akzeptieren, die ihnen und allenfalls ihren Nachbarn die Erträge auf dem Obergeschoss mindert.

## Faktor historischer Kontext

Altstädte oder historische Ortskerne zeichnen sich dadurch aus, dass ein grosser Teil der Häuser alt ist. Dieses Alter wird zum einen als Last, zum anderen als Chance erkannt. Beides muss differenziert betrachtet und entwickelt werden.

Während man das Alter als Last meist in Form von hohen Renovationskosten, Auflagen durch die Denkmalpflege oder vermindertem Komfort (Raumhöhe, Belichtung etc.) erlebt, sind die Chancen etwas weniger leicht zu erkennen. Man erlebt sie spätestens dann, wenn man versucht, die Wohnungen auf den (Miet-)Markt zu bringen. Dann nämlich werden alle Nachteile der typischen Altstadtwohnung abgewogen gegenüber den Vorteilen. Und bei den Vorteilen sind es vor allem zwei Faktoren, die zählen:

- die stimmungsvolle Umgebung in der Altstadt oder im Ortskern
- das stimmungsvolle Interieur einer Altbauwohnung

Der zweite Punkt wird gelegentlich unterschätzt, was zur Folge hat, dass immer wieder Altbausubstanz verloren geht. Mit jedem Umbau entledigt man sich eines Teils des «alten Zeugs», um eine Generation später feststellen zu müssen, dass genau dieses «alte Zeug» die Menschen von heute fasziniert und für die alten Häuser begeistern lässt:

- Öfen und Feuerstellen
- Täfelungen, Türen, Beschläge
- Treppenhäuser mit alten Handläufen und geschnitzten Elementen
- Innenhöfe mit verzierten Verglasungen, etc.



*Die Pflege der alten Bausubstanz zahlt sich langfristig immer aus. Das «Alte» überwindet seinen damaligen Zeitkontext und wird zeitlos. Kombiniert mit modernem Komfort finden solche Wohnungen immer Mieter und lösen teilweise gute Mieten aufgrund des emotionalen Mehrwerts, der in ihnen steckt.*

Es ist ein Ziel der Nutzungsstrategie, den Eigentümern die Werte im Inneren der Häuser klar zu machen. Sind sie einmal verloren, kann man sie nicht mehr zurückholen und muss fortan mit einer «schnöden» neuzeitlichen Wohnung leben, mit dem Unterschied, dass man sie nicht so grosszügig gestalten kann, wie in einem Neubau.

Es geht daher darum, die Eigentümer durch gute Beispiele auf den Geschmack zu bringen für ihre eigenen Häuser. Gerade in der Kombination aus alt und neu lässt sich sehr viel Charme bei gleichzeitigem Komfort entwickeln. Auch moderne Raumaufteilungen vertragen sich gut mit alter Bausubstanz, sei es in Form von verbundenen Räumen, Galerien oder geöffneten Estrichen.



*Die Kombination von Alt und Neu ist auch mit einfachen Mitteln möglich, wie diese Küche von IKEA in einem alten Haus in Arbon zeigt. Vor allem die Nasszellen müssen heutigen Anforderungen entsprechen. In allen anderen Räumen darf es durchaus rustikal zu und her gehen.*

## **Wohnen im Erdgeschoss**

In gewissen Fällen kann im Erdgeschoss gewohnt werden. Das ist meist dann der Fall, wenn die Fassade noch kleinteilig erhalten ist (ohne grosse Schaufenster) und die Gasse eine gewisse Intimität bietet. Lagen mit viel Publikumsverkehr eignen sich nur bedingt für das Wohnen.

Aus Sicht des lebendigen Ortskerns ist das Wohnen eine wenig attraktive Erdgeschossnutzung, da sie dem Besucher oder Kunden nichts bietet. Daher sollte das Wohnen im Erdgeschoss nur dort gefördert werden, wo die Randbedingungen stimmen und keine attraktivere Nutzung für das Publikum möglich ist. Interessant kann die Wohnnutzung im Erdgeschoss sein, wenn der Aussenraum rückwärtig liegt oder die davor liegende Gasse im Sommer mitgenutzt werden kann. Dies kann auf Basis einer Vereinbarung zwischen Stadt und Eigentümer oder Nutzer geschehen.



*Gewisse Strassen – wie z.B. die Gaschürstrasse – eignen sich für Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Attraktiv ist die Wohnnutzung dort, wo sie eine Belebung des Aussenraums bringen kann. In rückwärtigen Gassen finden sich oft Nischen, die von Anwohnern in Beschlag genommen werden können. Wo der Verkehr nicht dominiert, öffnet sich der Raum für differenzierte Nutzungen der Aussenräume. Beispiele sind Bänke, Gemüsetöpfe oder Spielgeräte. Auch Parkplätze sind möglich –tragen aber weniger zur Wohnqualität bei.*

### **Folgerungen für Bad Ragaz**

In den letzten Jahren war das Wohnen der Haupttreiber der baulichen Entwicklung im Oberdorf. Die Nachfrage ist hoch, was sich an den neuen Mehrfamilienhäusern gut ablesen lässt. Bezeichnenderweise stehen sie nicht an der Kantonsstrasse, sondern in der zweiten Reihe an der Hintergasse, der Valenserstrasse etc. Speziell die bäuerlichen und kleindörflichen Strukturen sind bereits stark durch urbane Projekte ersetzt worden, die ein völlig neues Gesicht des Dorfes erzeugen. Die repräsentativen Lagen entlang der Kantonsstrasse sind davon weniger betroffen, nicht zuletzt, weil dort das Wohnen historisch eine untergeordnete Rolle spielte. Dort droht eher ein Verlust an identitätsbildenden Häusern aufgrund wegbrechender EG-Nutzungen oder Funktionsverlust (Hotellerie). Sie laufen Gefahr, nicht mehr unterhalten zu werden. Deutlich wird das beispielsweise im südlichen Oberdorf mit dem Hotel Fortuna.

Konkret muss über folgende Ansätze nachgedacht werden:

- Das Wohnen im EG in den rückwärtigen Gassen ist eine Stütze für das Dorf und leistet einen Beitrag an die Belebung des Aussenraums. Es ist darauf zu achten, dass Neubauprojekte die lokale Baukultur respektieren und den Dorftypus nicht weiter verwischen. Der frühe Dialog zwischen Bauherrschaft, Bau- und Planungskommission und der kantonalen Denkmalpflege vermindert das Risiko nachträglicher denkmalpflegerischer Auflagen und schont aller Nerven beim Bauen im Dorfkern. Kompromissbereitschaft ist auf allen Seiten nötig. Bei sensiblen Projekten kann die Gemeinde der Bauherrschaft Fachkräfte zur Seite stellen.

- Das Wohnen in den oberen Geschossen entlang der Kantonsstrasse kann eine deutliche Entlastung der Mietzinse fürs EG bringen. Um das EG zu fördern sind gegebenenfalls der Richtplan Dorfkern und das Kernzonenreglement anzupassen, z.B. mit einer Wohnpflicht ab dem zweiten Geschoss.
- Die Liegenschaftseigentümer an der Kantonsstrasse spielen eine Schlüsselrolle in der Belebung des Oberdorfes. Ihre Mietzinsen haben wesentlichen Einfluss auf die Erdgeschossnutzungen. Der Dialog mit ihnen ist unerlässlich, um sie über den Strukturwandel und seine Konsequenzen für ihre Liegenschaften zu sensibilisieren.
- Man muss gute Beispiele von Renovationen und stimmungsvollen Umbauten von Altbauten zeigen oder kommunizieren, um anderen Mut für eine sanfte Lösung zu machen. Beispiele für diese Art Kommunikation sind beim Team Netzwerk Altstadt verfügbar.
- Es sind Lösungen für einzelne Gebäude zu suchen, welche die Identität des Ortskerns prägen und problematisch zu renovieren sind. Je nach Ausgangslage lässt sich dafür auch eine Stiftung oder eine Korporation gewinnen, die sich dem historischen Erbe annimmt.



*In Bad Ragaz verschwand viel historische Bausubstanz. Dies hat zur Folge, dass der Ort in seiner Identität zusehends verwischt wird.*

*Es ist wichtig, die prägenden Häuser und Fronten zu erhalten und Problemliegenschaften mittels Beratungen und Konzepten zu stützen.*

*Mit der Haus-Analyse von EspaceSuisse können Eigentümer von schwierigen Liegenschaften beraten werden.*

## 2.6. Gedanken zu Kultur, Tourismus und Begegnung

Nicht nur die Ladennutzung ist eine wichtige Funktion des Ortskerns, sondern alle anderen Nutzungen auch, die eine Begegnungsfunktion bieten. Das sind alle kulturellen Aktivitäten, der Tourismus (Sehenswürdigkeiten) aber auch Verwaltungen, Schulen, Bibliotheken etc.



*Nicht jede Art kultureller Aktivität ist gleich wertvoll für den Ortskern. Das abgeklebte Schaufenster des Erotiksalons lockt ein einseitiges Publikum an als die Gemeindebibliothek – oder das Solarium. Umgekehrt sind es nur wenige Nutzungen, die wirklich Probleme bereiten. Wichtig bleibt allerdings die Ausstrahlung gewisser Nutzungen auf das Wohnen im Haus oder in der Nachbarschaft.*

Der Nutzungsmix darf nicht unterschätzt werden, auch wenn der Detailhandel oft die attraktivste und aktivste unter diesen Begegnungsnutzungen ist. Die unterschiedlichen Formen von Kultur, Tourismus und öffentlichen Dienstleistungen können in ihrer Wirkung auf den Ortskern beurteilt werden. Nicht jede Art von Aktivität nützt dem Ortskern in gleichem Mass, und der Nutzen ist oft beschränkt auf einen Teilaspekt des Ortskerns. Nachfolgende Tabelle gibt einen Eindruck der positiven und negativen Aspekte der einzelnen Aktivitäten im Ortskern. Eine weitere Differenzierung ist abhängig von den konkreten Verhältnissen.

Die oben genannten Nutzungen mischen sich sehr gut mit dem Einkauf, wobei die Prioritäten klar sind: In Einkaufslagen sind Nutzungen erwünscht, die tagsüber geöffnet sind, etwas zeigen und für ein breites Publikum von Interesse sind. Kinos, Spielsalons, Bibliotheken oder Schulen gehören da nur bedingt dazu. Man muss also von einer Ergänzungsfunktion sprechen, allerdings einer bedeutenden.

Folgende Tabelle zeigt, wie grundsätzliche Nutzungskategorien den Dorfkern als Einkaufs-, Wohn- oder Identifikationsort stärken oder schwächen.

Kategorie	Typ	Nutzen für Dorfkern Bad Ragaz als Einkaufs- ort	Nutzen für Dorf- kern Bad Ragaz als Wohnort	Nutzen für Dorf- kern Bad Ragaz als Begegnungs- und Identifikati- onsort
Klassische Kultur	Theater			
	Kino			
Öffentliche Ein- richtungen	Bibliothek/Ludothek			
	Begegnungszentren			
	Schulen / Krippen			
	Administration			
Restauration und Unterhal- tung	Café/Restaurant			
	Bar/Lounge/ Disco			
	Snack/Kebab			
	Spielsalon			
	Erotische Angebote			
Sport und Spiel	Sportplatz			
	Öffentliches Hallenbad			
	Kinderspielplatz			
	Park/Garten			
Geschäfte	Büro / Dienstleistungen			
	Detailhandel			
	Paraläden			
Veranstaltungen	Event/Fest			
	Markt			
Private Aktivitä- ten	Vereine und Clubs			
	Wohnen			

Quelle: Team Netzwerk Altstadt

Nutzen für den Ortskern:
stark positiv
positiv
leicht positiv
neutral
problematisch (je nach Ausprägung)

Man kann festhalten, dass es einige wenige Aktivitäten sind, die für Ortskerne problematisch sind. Diese gilt es zu regeln und in einen verträglichen Rahmen zu setzen.

## Tourismus und Grand Resort Bad Ragaz

Der Tourismus spielt eine wichtige Rolle in Bad Ragaz. Auch für die Zukunft sehen die Workshop-Teilnehmer deutliche Chancen im Tourismus. Der historische Gesundheits- und Kurtourismus ist aber stark mit dem Grand Resort verwoben, das in diesem Bereich viel investiert. Mit seinem Angebot deckt es die meisten Bedürfnisse im Wellness- und Gesundheitssektor ab, vor allem auch im oberen Preissegment. Will Bad Ragaz als eigene, vom Grand Resort losgelöste Tourismusdestination in Erscheinung treten, ist eine eindeutige Positionierung des Dorfes nötig.



*Das Grand Resort ist eine eigene Adresse für sich, und ein wichtiger Teil der Geschichte und der Gemeinde von Bad Ragaz. Um im globalen Umfeld zu bestehen, hat es sich klar positioniert und verfolgt eine eigene Strategie.*

*Eine eigene Position und Strategie braucht auch Bad Ragaz. Die Strategie muss zeigen, was die Gemeinde ausmacht und wo sie hinwill.*



## Hotellerie

Die goldenen Jahre der Hotellerie in Bad Ragaz sind vorbei. Den Umbruch im Tourismus haben viele verschlafen. Davon zeichnen der Bettenschwund und der Rückgang der Logiernächte ein deutliches Bild. Dieses Kapitel muss nun abgeschlossen werden. Der Blick nach vorne ist wichtig, denn ungeachtet der Vergangenheit bleibt Bad Ragaz nach wie vor attraktiv für Gäste und Besucher. Man verzeichnet stets durchschnittlich über 100'000 Übernachtungen pro Jahr – eine beeindruckende Zahl für eine Gemeinde mit 6'000 Einwohnern.

Besonders vom Rückgang betroffen sind Angebote im mittleren Preissegment (3\*-Hotels). Hier besteht Potenzial, auch wenn das Marktumfeld schwierig ist. Den Vorschlag aus der Stadtanalyse, aus dem Hotel-Dreigestirn am Bernard Simon-Platz ein gemeinsam geführtes Boutique Hotel zu machen, wird als schwierig durchsetzbar erachtet. Unterdessen entwickeln sich genau dort unterschiedliche Projekte, von denen man sich viel erhofft.



*Betten im mittleren Preissegment sind in Bad Ragaz rar geworden. Dabei wäre die Nachfrage vor allem im Sommer und während der Bad RagARTz durchaus vorhanden. Am zukünftigen Bernard Simon-Platz entwickeln sich neue Projekte.*

## Bad RagARTz

Die Triennale der Kultur fand 2018 zum 7. Mal statt und hat sich unterdessen zur grössten Freiluftkunstausstellung in Europa gemausert. Bad Ragaz profitiert davon in dreifacher Hinsicht: Die Ausstellung ist eine ideale Werbepattform und Publicity-Generator, ein Publikumsmagnet für Bad Ragaz und damit ein Frequenz- und Kundenbringer fürs lokale Geschäft. Die Skulpturenausstellung ist eine unvergleichliche und unschätzbare Veranstaltung und hat

längst das Zeug zum Standbein für die Gemeinde – auch losgelöst vom Grand Resort.

Diese Effekte werden von lokalen Akteuren zwar grösstenteils anerkannt, aber nur in sehr eingeschränktem Mass aufgegriffen und aktiv unterstützt und genutzt. Auch in den Zwischenjahren wird kein akuter Handlungsbedarf erkannt. In dieser Periode zeugen einzig die Skulpturen im öffentlichen Raum von der Kunstausstellung. Immerhin bietet die seit 2017 stattfindende LightRagaz etwas Aussergewöhnliches in den Zwischenjahren. Es gelingt ihr ganz gut, Gäste nach Bad Ragaz zu holen, wenn auch zahlenmässig auf deutlich tieferem Niveau als die Bad RagARTz.



*Die Bad RagARTz ist ein riesiger Erfolg und phänomenaler Glücksfall für Bad Ragaz.*

*Die Veranstaltung sollte von allen Seiten stärker aufgenommen und mitgetragen werden.*

### **Reaktivierung der Wartensteinbahn**

Der Förderverein Wartensteinbahn hat sich zum Ziel gesetzt, die stillgelegte Wartensteinbahn für die Triennale der Kunst 2021 wieder zu eröffnen. Dem Vorhaben ist durchaus zuzutrauen, neue Impulse gerade im südlichen Oberdorf zu setzen – wahrscheinlich aber später als 2021. Synergien zwischen der Talstation und dem Oberdorf werden dann ausgelöst, wenn dazwischen eine attraktive räumliche Verknüpfung besteht. Essenziell ist eine gute Anbindung der Talstation an den öffentlichen Verkehr und den Bahnhof. Schliesslich muss den Gästen der Wartensteinbahn an der Bergstation ein schneller und einfacher Zugang zu einem besonderen Erlebnis geboten werden. Eine Diplomarbeit bietet dafür erste konzeptuelle Ideen (Skywalk, Rundweg mit thematischen Schwerpunkten, Gastronomie und Hotellerie Wartenstein).

## Folgerungen für Bad Ragaz

Bad Ragaz hat nach wie vor einen hervorragenden Ruf als Tourismusdestination und Gästeort erster Klasse. Diesen Ruf gilt es zu pflegen. Dafür sollte sich die Gemeinde ihre eigenen Stärken vor Augen führen. Kernthemen von Bad Ragaz sind Kunst, Wasser, Gesundheit, Kultur und Natur. Sie bilden das Fundament der Identität. Auch das Grand Resort zählt dazu – aber nicht nur. Nötig ist eine eigene Identität, die das Grand Resort zwar miteinbezieht, aber nicht zum einzigen Aushängeschild macht.

- Ein riesiger Trumpf ist die Bad RagARTz. Sie gibt Bad Ragaz ein starkes, wenn auch noch temporäres Profil. Von ihrer Dynamik ist in den Zwischenjahren zu wenig zu spüren. Das darf in Anbetracht des Nutzens der Kunstaussstellung für Bad Ragaz nicht sein. Hier stellt sich die Aufgabe, die Bad RagARTz stärker mit dem Angebot des Dorfkerns zu verbinden. Das Ziel sollte sein, aus dem Anlass ein starkes Standbein für Bad Ragaz zu entwickeln. Ein kollektiver Effort ist nötig, z. B. über gemeinsame Schaufenstergestaltung, temporäre einheitliche Dekorationselemente im Laden, oder über die Möblierung der Vor- und Aussenbereiche. Dazu bräuchte es eine gemeinsam unterzeichnete Absichtserklärung oder ein Gestaltungskonzept.
- Die Gastronomie zeigt sich relativ diversifiziert und breit aufgestellt und scheint keine Sorgen zu bereiten. Besonders im oberen Segment bietet das Grand Resort etwas für jeden Gaumen. Im Oberdorf ist das Angebot bescheidener, besitzt aber mit dem + KUH, dem Gasthof Löwen oder dem Rössli einige Perlen. Die traditionelle Beiz ist untervertreten und hätte durchaus Potenzial. Auch ein Spezialitätenrestaurant mit regionalem, natürlichem und biologischem Angebot wäre gut denkbar. Potenzial besteht auch für mehr Angebote im Freien. Lärmemissionen von Gartenwirtschaften können schnell zu Reklamationen führen. Die Bewirtschaftung im Freien ist dort zu bewilligen, wo sie den Raum belebt, ohne Lärmkonflikte zu verursachen, z.B. entlang der Kantonsstrassen. Eine weitere Herausforderung scheinen die Öffnungszeiten zu sein. Zeitweise sind sämtliche Cafés gleichzeitig geschlossen. Mit einfachen Absprachen könnte sich das rasch bessern.

## 2.7. Gedanken zum öffentlichen Raum

Der Ortskern ist per Definition ein öffentlicher Raum und unterscheidet sich damit z.B. von einem Einkaufszentrum, das diesem Anspruch nicht gerecht werden kann und will. Diese Öffentlichkeit ist Herausforderung und Qualität zugleich. Eine Fülle widersprüchlicher Nutzungsansprüche kommt in diesem öffentlichen Raum zusammen, und das 24 Stunden am Tag.

Man kann typischerweise vier Nutzungsansprüche für Aussenräume unterscheiden:

- Wohnen
- publikumsintensive Nutzung
- Erholung
- Verkehr

Die meisten Aussenräume haben Anteile von allen Ausrichtungen, wobei eine Ausrichtung meist dominiert, denn der öffentliche Raum im Ortskern steht vor allem im Spannungsfeld des Verkehrs. Man erwartet von ihm, dass er das Auto bis ins Zentrum transportiert, dieses aber gleichzeitig stimmungsvoll und sicher ist. Das ist kaum möglich. In den letzten Jahren wurden neue Kompromisslösungen entwickelt, während früher meist eine Fussgängerzone als Radikallösung im Zentrum der Diskussion stand. Begegnungszonen oder Tempo 30 sind Koexistenzformen, die in vielen Fällen taugen, aber eine rücksichtsvolle Verkehrskultur bedingen. Diese Umstellung gelingt nicht von heute auf morgen. Dennoch geht der Trend klar hin zu mehr Koexistenz im Ortskern: Unterschiedliche Formen der Mobilität, des Handels und des Flanierens und Begegnens finden unter gegenseitiger Rücksichtnahme wieder auf derselben Fläche statt.



*Bad Ragaz besitzt viele hochwertige Aussenräume mit zahlreichen einzigartigen Kunstwerken. Das gilt insbesondere für die rückwärtigen Gassen.*

*Nicht jeder Aussenraum kann allen Bedürfnissen gerecht werden. An zentral liegende Plätze werden mehr Anforderungen gestellt. Dort wird die Koexistenz verschiedener Verkehrsarten tendenziell zunehmen. Lauschige Plätze wie der Löwenplatz werden auch in Zukunft eher einfach nur Platz sein dürfen.*

## Badplatz

Das Oberdorf war schon immer stark geprägt durch die Strasse, die einstmals viele Funktionen gleichzeitig übernahm, z.B. als Verkehrsfläche und Arbeitsbereich, als Begegnungsort und Verweilraum oder als Spielplatz. Sie war der eigentliche Dorfplatz. Der motorisierte Verkehr hat heute die meisten dieser Funktionen verdrängt und an die Seitenlinie verbannt.

Das lässt sich am öffentlichen Raum im Oberdorf klar zeigen: Plätze entstanden primär dort, wo der Verkehr genug Restflächen übrigliess. Sie liegen nicht zwingend dort, wo das Herz der Gemeinde liegt. Dieses schlägt namentlich beim Dorfbad, das trotz repräsentativer Fassade über keinen ihm gebührenden «Platz» verfügt.

Um dem Oberdorf ein klares Zentrum zu geben, wäre ein offizieller «Badplatz» ein probates Mittel. Er gäbe Raum für offizielle Anlässe, Feste, Märkte und Aufführungen. Zwischenzeitlich würde er von den Mietern des Dorfbads bespielt. Auch die Erdgeschossnutzungen der zukünftigen Bebauung Zentrum können ihn künftig beleben. Der Planungsstand der Bebauung Zentrum ist günstig, um die zukünftigen Liegenschaften und ihre Erdgeschosse schon heute auf den künftigen Badplatz auszurichten.



*Bad Ragaz besitzt trotz all seinen Plätzen keinen richtigen Dorfplatz. Das Dorfbad ist das gefühlte Zentrum von Bad Ragaz und eines der wichtigsten Elemente in der Kulisse des Oberdorfes – und ihm fehlt eine passende Bühne für den grossen Auftritt. Der Raum vor dem Dorfbad bietet die Chance für einen klaren Dorfplatz: den Badplatz.*

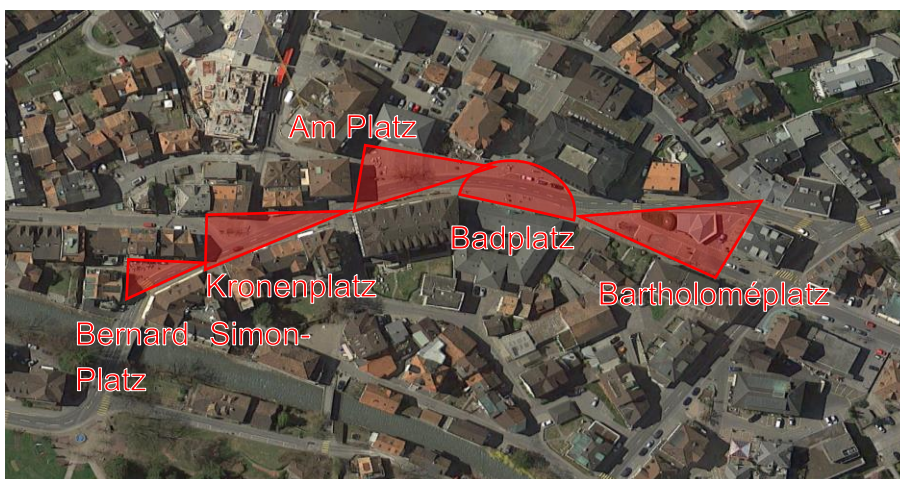
## Plätze als Perlenkette

Die Kantonsstrasse im Oberdorf ist eine Abfolge von Plätzen: Bartholoméplatz, Am Platz, Kronenplatz. Die Plätze bieten das Potenzial für grosse Aufenthaltsqualität. Sie leiden aber unter zwei Aspekten:

Einerseits drückt die Kantonsstrasse auf die Stimmung und das Raumerlebnis. Andererseits verwischen die Kantonsstrasse und die konzeptlos wirkende Nutzung des Aussenraums die Atmosphäre der Plätze. Die heutige Verkehrssituation und die Ausgestaltung bewirken, dass die Plätze nicht immer als solche erkennbar sind. Sie müssen deutlicher in Erscheinung treten.

Das zeigen auch die Ergebnisse der Umfragen, die einen Platz vor dem Dorfbad befürworten. Ansätze, wie der Aussenraum des Oberdorfs über die Kantonsstrasse hinweg gestärkt werden könnte:

- Den Dorfplatz dort erstellen, wo das gefühlte Herz des Oberdorfs liegt: Am «Badplatz», im Zentrum von Bad Ragaz.
- Am südlichen Eingang ins Oberdorf mit dem Bernard Simon-Platz eine Tor-, Ankunftssituation schaffen. So erhält das etwas gebeutelte südliche Oberdorf eine klare Adresse und einen aufgewerteten Aussenraum. Zudem wird die historische Platzkette erweitert
- Die übrigen Plätze gewinnen an Ausstrahlung, wenn sie nach klaren Gestaltungsrichtlinien möbliert und dekoriert werden. Die Massnahmen haben in einem ersten Schritt nicht baulich zu sein.
- Als einendes Element kann der bisherige Bodenbelag verwendet werden – oder fliessendes Wasser.



*Die Kantonsstrasse reiht im Oberdorf den Bartholoméplatz, Am Platz und den Kronenplatz aneinander. Keiner davon entspricht dem klassischen Dorfplatz. Diese Funktion könnte der neue «Badplatz» vor dem Dorfbad übernehmen. Den Abschluss der Platzkette macht der neue Bernard Simon-Platz, der gleichzeitig das südliche Tor zum Oberdorf bildet.*

## Wasser und Tamina

Bad Ragaz wird sofort mit Thermalwasser in Verbindung gebracht. Es stellt ein einzigartiges Alleinstellungsmerkmal dar. Im Grand Resort dreht sich alles ums Thermalwasser und seine positiven Eigenschaften. Nicht so im Oberdorf. Dort ist das warme Nass nur im Brunnen in der Arkade des Dorfbades erfahrbar. Seine Wirkung kann es so nur ungenügend entfalten. Dem Thermalwasser gebührt eine grössere und attraktivere Präsenz.

Ein weiterer Aspekt zur Aufwertung des Aussenraumes ist der Umgang mit dem Wasser. Die alten Bad Ragazer pflegten ein zwiespältiges Verhältnis zur Tamina. Für die gewerbliche Nutzung, vor allem aber aufgrund der heftigen Hochwassergefahr ist sie früh stark verbaut worden. Im Oberdorf ist sie nicht zugänglich und im Dorfkern kaum wahrzunehmen. Das ist schade und muss nicht sein. Ein Highlight sind die Brücken, von denen aus das Wasser erlebbar wird. Mit kleinen Schritten könnte das Wasser auch an anderen Orten spürbarer werden:

- Sitzmöglichkeiten auf den Brücken installieren
- Taminawasser in einem kleinen Kanal durchs Oberdorf führen



*Die Integration von Wasser in den Siedlungsraum ist ein grosser Gewinn für alle.*

*In der Altstadt von Aarau fliesst Wasser in seichten offenen Kanälen durch die Gassen. Das Trinkwasser dient im Sommer zur Abkühlung von Mensch und Tier.*

*Bild: [www.st-st.ch](http://www.st-st.ch)*

## Folgerungen für Bad Ragaz

Bad Ragaz ist hübsch. Darüber ist man sich grundsätzlich einig. Die aktuelle Situation und die bestehende Gestaltung haben lange überzeugt. Heute sind die Ansprüche höher und vielfältiger. Der öffentliche Raum wird wieder mehr zum Wohnzimmer. Das bedingt, dass die Kantonsstrasse mit in die Gestaltung einfliesst und gemeinsam mit dem Kanton gute Lösungen gefunden werden müssen. Dazu sind folgende «Baustellen» interessant und wichtig:

- Die Ortsdurchfahrt ist die Visitenkarte des Ortes. Als solche ist sie bereits heute ganz erbaulich. Trotzdem zeigt sich Handlungsbedarf an der

Schnittstelle zwischen der Kantonsstrasse und den privaten und kommunalen Aussenräumen. Das Ziel muss die Koexistenz aller Mobilitätsformen, Detailhandel und Menschen sein. Das Ergebnis hängt stark von der Bereitschaft des Kantons ab, die Erschliessungsfunktion seiner Strasse den kommunalen und privaten Interessen gleichzustellen.

- Der Badplatz ist wichtig, um das gefühlte Zentrum von Bad Ragaz zu stärken und um einen ansprechenden Rahmen für grössere Anlässe zu schaffen. Wichtig ist, nicht einfach «noch einen Platz» zu schaffen. Er muss durch die angrenzenden Erdgeschossnutzungen belebt werden. Das Dorfbad kann einen wichtigen Beitrag leisten. Auch hier stellt sich die Frage, inwiefern der Kanton in eine Shared-Space-Lösung einwilligt.
- Die zahlreichen Aussenräume, Plätze und die Kantonsstrasse bilden eine Einheit und stützen die Stimmung im Oberdorf. Mit der Platz-Kette kann ein langfristiges Ziel verfolgt werden. Sie strukturiert den öffentlichen Raum im Oberdorf und lässt sich gut in mehreren Etappen umsetzen. Priorität haben der neue Bernard Simon-Platz und der Badplatz.
- Das Element Wasser muss im öffentlichen Raum stärker in Erscheinung treten. Das Thermalwasser muss gezeigt und erfahrbar gemacht werden. Beispielsweise könnte das Thermalwasser in Wassergräben durch Dorf fliessen. In Baden AG können Passanten und Besucher ihre Füsse in temporären Thermalwasserwannen wärmen, die im öffentlichen Raum stehen.
- Die Tamina sollte erlebbarer werden, z.B. mit Sitzgelegenheiten auf den Brücken oder am Wasser.



*Die Koexistenz aller Verkehrsteilnehmer kann gelingen, wenn der Strassenraum auch Aufenthaltsraum und Begegnungsraum ist. Dazu muss er stellenweise verengt und mit den privaten Vorräumen kombiniert werden. Das Auto muss sich als «Gast» im Ortskern fühlen.*

*Im Bild der Dorfplatz von Stans nach der Umgestaltung.*



### **3. Strategie, Stossrichtungen & Massnahmen**

Die Nutzungsstrategie liefert eine Handlungsempfehlung. Diese ist durch den Gemeinderat und die Verwaltung in einzelne Massnahmen und Beschlüsse umzuformen. Die nachfolgende Strategieausrichtung mit Stossrichtungen und Massnahmen sind das Resultat des partizipativen Prozesses. Für die Umsetzung müssen sie in einem sinnvollen Rahmen verfeinert und im Zusammenspiel von Behörden, Verwaltung, Gewerbe und Hauseigentümern umgesetzt werden. Die Umsetzung selbst liegt nicht allein bei der Gemeinde. Die Arbeit muss auf viele Schultern verteilt werden. Von allen Akteuren sind Eigeninitiative und Eigenverantwortung gefragt.

Weder die Stossrichtungen noch die Massnahmen sind hierarchisch aufgelistet noch gewichtet. Vielmehr greifen die Massnahmen ineinander und sind zum Teil voneinander abhängig.

#### **Strategische Grundausrichtung**

Das Oberdorf von Bad Ragaz hat in den letzten Jahrzehnten seine gute und starke Position eingebüsst. Das Grand Resort hängt das Dorf mit einer aktiven Vorwärtsstrategie ab und liess es etwas hilflos zurück. Damit einher ging ein schleichender Bedeutungsverlust des Dorfes. Bei der Bevölkerung, dem Gewerbe und den Behörden hat sich eine zunehmende Verunsicherung breit gemacht. Dauert die Verunsicherung über längere Zeit an, kann sich im Dorf eine zunehmend negative Ausstrahlung entwickeln.

Dieser ungünstigen Situation muss Gegensteuer gegeben werden. Gelingen kann dies mit dem Entwerfen einer guten, positiven Zukunftsentwicklung und einer selbstbewussten, klaren Strategie. Es ist empfehlenswert, dass die Ragazerinnen und Ragazer rasch möglich ein neues Selbstverständnis und ein starkes Selbstbewusstsein entwickeln.

Bad Ragaz hat seinen Bewohnerinnen und Bewohnern sowie den Gästen viel zu bieten (nicht abschliessend):

- Das Thermalwasser mit den Gesundheitsangeboten
- Die Bad RagARTz als einzigartige, hochstehende Kunstaussstellung und weitere herausragende Angebote wie die Light Ragaz.
- Eine beneidenswerte Infrastruktur für Sport, Fitness, Gesundheit, Freizeit
- Ein lauschiges Oberdorf mit vielen spannenden Nischen und tollen Angeboten in Gastronomie und Detailhandel.
- Wunderbare Naturräume mit Pizol, Tektonikarena und Giessenpark.

Mit dem Grand Resort verfügt Bad Ragaz über einen herausragenden Partner und eine grosse Chance, sich einem besonderen Kundensegment zu erschliessen. Dennoch täte Bad Ragaz gut daran, sich immer vor Augen zu halten: Das Grand Resort ist nicht Bad Ragaz. Es ist «nur» ein Teil des attraktiven Ganzen. Bad Ragaz ist als solches Ganzes von hohem Wert.

**Kurzum: «Ragaz isch Ragaz!»**

Mit dieser frischen, starken Grundhaltung sollten die Ragazerinnen und Ragazer versuchen, wieder mehr aus dem schönen und lauschigen Oberdorf und seinen verborgenen Nischen zu machen. Die Stossrichtungen mit den dazu empfohlenen Massnahmen zielen darauf ab, die Position des Oberdorfs neu zu finden und zu stärken.

Unter dieser Strategieausrichtung mit dem neuen Selbstverständnis «Ragaz isch Ragaz» sind die nachfolgenden Stossrichtungen mit Massnahmenempfehlungen platziert.

Stossrichtung	Ziel	Massnahmen
A «Ragaz isch Ragaz!» Eigene Identität finden und pflegen.	Die Identität des Dorfes als Gästeort erster Klasse stärken und den hervorragenden Ruf im Tourismus pflegen.  Die Stärken stärken!	A1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.
		A2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren
		A3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst erlebbar machen
		A4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.
		A5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.
B Das «Raumerlebnis» des Oberdorfes und seiner Plätze schärfen	Das Oberdorf bietet den Gästen, Besuchern und Nutzern spannende Räume und stimmungsvolle Nischen mit Wohl- und Erlebnischarakter.	B1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.
		B2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.
		B3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)
		B4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.
		B5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.
		B6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren (mit Hotel, öffentlichen Räumen).
C Das Wohnen im Oberdorf lenken	Das Wohnen im Oberdorf als wichtige ökonomische Stütze etablieren, um die Mietpreise der EG-Flächen zu entlasten.	C1 Das Wohnen im EG in den ruhigen rückwärtigen Gassen ermöglichen.
		C2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.
D Führen, koordinieren und lenken.	Bad Ragaz durch aktive Führung, Koordination und Kommunikation vorwärtsbringen.	D1 Einen Ortsentwickler beauftragen.
		D2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.

### 3.1. Stossrichtung A: «Ragaz isch Ragaz!» Eigene Identität finden und pflegen.

Das Dorf Bad Ragaz definiert sich heute massgeblich über das Grand Resort. Dem Kurhotel hat Bad Ragaz zweifellos viel zu verdanken. Doch im heutigen Standortwettbewerb hat das Grand Resort eine klare Position bezogen, die auch ohne Dorf funktioniert. Bad Ragaz als Dorf braucht ein eigenes Selbstverständnis und muss eine eigene selbstsichere Identität entwickeln. Ragaz ist Ragaz, und das Grand Resort ist ein wichtiger und attraktiver Teil davon. Aus dieser Identität heraus muss sich Bad Ragaz positionieren, so dass die Gäste aus dem Grand Resort wieder gerne ins Dorf flanieren. Dieser Austausch muss wieder funktionieren.

<b>A-1</b>	Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Dorf Bad Ragaz besitzt ein eigenes Selbstverständnis mit einer starken Identität.</li> <li>• Das Dorf nimmt seine eigene Position wahr und versteht sich als Rahmen des Grand Resorts und nicht als Anhängsel.</li> <li>• Die Gäste vom Grand Resort erkennen das Dorf als besonderes und reizvolles Kleinod und machen sich auf, es wieder zu entdecken.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ragaz isch Ragaz! (abgeleitet von Mia san mia! FC Bayern) Als Arbeitstitel für Dorfkernentwicklung nutzen.</li> <li>• Kernige Aussage finden und vermarkten.</li> <li>• Stärken erkennen, Strategie erarbeiten und richtig kommunizieren.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aussage mit der Gesamtbevölkerung entwickeln: Was ist Bad Ragaz?</li> <li>• Kommunikationskonzept dazu entwickeln und umsetzen.</li> <li>• Aussage leben und umsetzen.</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Projektplanung	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Gemeinderat, Ortsentwickler	<b>Mitarbeit</b>	Bevölkerung, Vereine und Verbände, Kommunikationsagentur, Werbeagentur
<b>Zeithorizont</b>	mittelfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	15'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren A-4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen. D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>	Tourismusentwicklungskonzept; Masterplan Bad Ragaz und Tamina		

<b>A-2</b>	Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Thermalwasser wird im Ort als prägendes Element zelebriert.</li> <li>• Das Thermalwasser ist spür- und erlebbar – für alle.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Thermalwasser ins Dorf bringen. Dies ist über verschiedene Elemente besser herauszuarbeiten.</li> <li>• Das Wasser in die Platzgestaltungen im Oberdorf einfliessen lassen.</li> <li>• Die Gäste das Wasser in verschiedenen Formen erleben lassen, z.B. als plätschernden Brunnen, als bewegtes Fließgewässer, als sinnliche Kunst, als freie Trinkquelle, als Heilbad, usw.</li> <li>• Eine kreative Auseinandersetzung mit dem Thema Wasser erreichen.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wasser als strategischen Schwerpunkt festlegen.</li> <li>• Ansprechpartner finden für Inszenierung (Künstlerin? Landschaftsarchitektin?)</li> <li>• Ideen-Wettbewerb durchführen.</li> <li>• Jeder Bürger und jede Bürgerin erhält einen hochwertigen Bad Ragaz Becher, mit dem sie beim Dorfbad Wasser abfüllen können. Alternativ erhält jeder Haushalt eine hochwertige Trinkflasche (aus nachhaltigem Material).</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Kreativaufgabe	<b>Priorität</b>	mittel
<b>Federführung</b>	Gemeinderat, Ortsentwickler	<b>Mitarbeit</b>	Kanton, Heidiland Tourismus
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	50'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln. A-4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen. D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>	Tourismusentwicklungskonzept; Masterplan Bad Ragaz und Taminal		

<b>A-3</b>	Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst im und vor dem Dorfbad erlebbar machen.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Dorfbad, das prägende Gebäude im Oberdorf schlechthin, mit publikumswirksamen Nutzungen füllen.</li> <li>• Das Dorfbad zum Treffpunkt im Dorfkern werden lassen, sowohl im Innern wie in der Arkade und dem öffentlichen Badplatz davor.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunst und Thermalwasser im Dorfbad publikumswirksam zugänglich machen. Spannende Nutzungen können sein: ausgefallene Brunnen, Degustationen, ein Wassermuseum, Thermalwasser erklärt, Bademöglichkeiten, Experimente mit Wasser.</li> <li>• Eine ständige Ausstellung zu Kunst und Wasser installieren. Bad RagARTz</li> <li>• Der Tourismusverband wird vis-à-vis im Postgebäude, in der Liegenschaft Central oder in der neuen Bebauung Zentrum gut sichtbar etabliert.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kanton und Mieter kontaktieren, gemeinsame Nutzungsabsicht erklären</li> <li>• Bad RagARTz anfragen für Mitarbeit und Knowhow</li> <li>• Betriebs- und Nutzungskonzept erarbeiten</li> <li>• Bestehende Verträge anpassen</li> <li>• Ausweichstandorte für Tourismusverband evaluieren</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Kreativaufgabe Planung	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Gemeinderat, Ortsentwickler	<b>Mitarbeit</b>	Kantonale Denkmalpflege, Schaub-Institut, Heidiland Tourismus, Organisatoren Bad RagARTz
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	B-2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren. B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...) B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren. D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>A-4</b>	Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Kunstaussstellung Bad RagARTz als Standbein von Bad Ragaz positionieren.</li> <li>• Die Berührungspunkte des Gewerbes, des Detailhandels, der Hotellerie und der Gastronomie mit der Bad RagARTz abbauen.</li> <li>• Den Schwung der Bad RagARTz in die Zwischenjahre tragen und für weitere Projekt und Angebote nutzen, z.B. LightRagaz oder das Wartensteinbahn-Projekt.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einen regelmässigen Austausch-<i>Apéro</i> ins Leben rufen / Informationsveranstaltungen durchführen mit Gewerbeverein, Stiftung Schweizerische Triennale der Skulptur, Kulturelle Vereinigung Bad Ragaz, Bad Ragaz Tourismus, Hotelier-Verein, etc.</li> <li>• Das Gewerbe besser an die Skulpturausstellung anbinden.</li> <li>• Gemeinsame Events durchführen</li> <li>• Mitwirkungskonzept an Bad RagARTz mit und für lokale Akteure erstellen.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unverbindliches Treffen organisieren für ersten Austausch</li> <li>• Austausch pflegen</li> <li>• Konzept mit Stiftung Bad RagARTz und Interessierten erarbeiten.</li> <li>• Konzept präsentieren und die Zusammenarbeit vertiefen</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Konzeptionierung, Planung, Koordination	<b>Priorität</b>	mittel
<b>Federführung</b>	Ortsentwickler	<b>Mitarbeit</b>	Stiftung Bad RagARTz, Gemeinde, Interessierte
<b>Zeithorizont</b>	mittelfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	2'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln. A-5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten. D-1 Einen Ortsentwickler beauftragen. D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>A-5</b>	Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das südliche Oberdorf klar positionieren und auf den Tourismus ausrichten</li> <li>• Den neuen Bernard Simon-Platz zum fein herausgeputzten Südtor von Bad Ragaz machen</li> <li>• Die Nischen und Flächen mit gehobenen Geschäften füllen und den Platz beleben.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das südliche Oberdorf bespielen mit hochwertigen Nischenprodukten und Handwerk, Gastronomie, Hotellerie, Kunsthandwerk, hochwertigem Detailhandel und Luxus, Gesundheit, Genuss.</li> <li>• Ein Kleinskulpturenmuseum im EG des Hotels Fortuna einrichten.</li> <li>• Die Detailhandelsflächen beleben</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Austausch zwischen Gemeinde, Grundeigentümer und Detailhändler aufbauen und institutionalisieren</li> <li>• Die Stiftung Bad RagARTz und die Eigentümerin des Hotels Fortuna für Museum kontaktieren.</li> <li>• Gassenclub südliches Oberdorf / Bernard Simon-Platz</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Kreativaufgabe Planung	<b>Priorität</b>	mittel
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Grundeigentümer, Gewerbe, Stiftung Bad RagARTz
<b>Zeithorizont</b>	mittelfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	35'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	<p>A-4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.</p> <p>B-1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.</p> <p>B-2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.</p> <p>B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)</p> <p>B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.</p> <p>B-5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.</p> <p>C-2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.</p>		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			



### 3.2. Stossrichtung B: Das «Raumerlebnis» des Oberdorfes und seiner Plätze schärfen

Die Strasse durch das Oberdorf ist vergleichsweise wenig befahren, sodass der Verkehr nicht überaus störend wirkt. Im Gegenteil: Die Fahrzeuge bringen Leben und Frequenzen ins Dorf. Die Sperrung des Ortskerns für den Verkehr dürfte einschneidende Konsequenzen für den Detailhandel und das Gewerbe mit sich bringen. Störende Auswirkungen bringen das geltende Verkehrsregime. Das daraus resultierende Selbstverständnis, mit dem der motorisierte Verkehr durch den Ortskern braust, drückt ihm seinen Stempel auf und mindert die Atmosphäre und das Sicherheitsempfinden der Fussgänger und Gäste. So wirkt die Strasse in der heutigen Form trennend und gibt dem Gast das ungute Gefühl, fehl am Platz zu sein. Das Unwohlsein fusst darin, dass der Ortskern mit seinen Plätzen zwar zum Flanieren einlädt, die Aufenthaltsqualität aufgrund der technischen und verkehrorientierten Strassengestaltung zu wünschen übriglässt. Eine Umgestaltung des Strassenraumes zu Plätzen würde ein anderes Raumgefühl schaffen und die Prioritäten weg vom motorisierten Verkehr hin zum Besucher verschieben. Das Leben und der Detailhandel sollten sich an den Plätzen konzentrieren und entfalten. Soll der Dorfkern dennoch temporär für den Verkehr gesperrt werden, ist die bewährte Umleitung über die Mühlerainstrasse zu nutzen.

<b>B-1</b>	Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Oberdorf nach dem Prinzip der Koexistenz gestalten.</li> <li>• Eine hohe Aufenthaltsqualität und gefühlte Sicherheit für die Bevölkerung und Gäste erreichen</li> <li>• Den Verkehr im Oberdorf zirkulieren lassen, denn er stabilisiert die Besucher- und Kundenfrequenz im Oberdorf.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Betriebs- und Gestaltungskonzept für die Kantonsstrasse im Oberdorf erarbeiten.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzept mit dem Kantonalen Tiefbauamt entwickeln.</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Kanton
<b>Zeithorizont</b>	langfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	25'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	B-2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren. B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...) B-5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>	Verkehrskonzept (in Erarbeitung) Beispiele aus anderen Gemeinden		

<b>B-2</b>	Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Oberdorf über die Kantonsstrasse hinweg mit einer Kette von Plätzen zu einem Ganzen zusammenführen.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strasse umgestalten und aufwerten.</li> <li>• Den Badplatz vor dem Dorfbad schaffen</li> <li>• Den Bernard Simonplatz im südlichen Oberdorf schaffen</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ein Gestaltungskonzept erstellen</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung	<b>Priorität</b>	mittel
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Kanton
<b>Zeithorizont</b>	langfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	35'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, erleben A-3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst im erlebbar machen. B-1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen. B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...) B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren. B-5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten. B-6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>B-3</b>	Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Plätze (Bartholoméplatz, Badplatz, Am Platz, Kronenplatz, Bernard Simon-Platz) nach individuellen Themen gestalten.</li> <li>Die eigenen Raumerlebnisse jedes Platzes heraus Schälen</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Platzgestaltungskonzept erarbeiten</li> <li>Themen finden: Z.B. Bernard Simon-Platz: Kunst + Handwerk, Kronenplatz: Kulinarik, Am Platz: Skulpturen, Badplatz: Wasser + Gesundheit, Bartholoméplatz: Landschaft + Natur.</li> <li>Die Themen in die Planung und Gestaltung einarbeiten.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konzepte erarbeiten</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung	<b>Priorität</b>	tief
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Kanton
<b>Zeithorizont</b>	langfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	25'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren B-2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren. B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>B-4</b>	Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Detailhandel an den Plätzen im Oberdorf konzentrieren.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategie über die Erdgeschossnutzungen zusammen mit den Detaillisten und Hauseigentümern aufbauen.</li> <li>• Regelmässiger Austausch von Detaillisten und Hauseigentümern aufbauen und institutionalisieren.</li> <li>• Hauseigentümer adaptieren die Strategie bestmöglich.</li> <li>• Die Rahmeninstrumente der Gemeinden (Kernzonenreglement, Bauordnung) anpassen.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internes Konzeptpapier</li> <li>• Strategie erarbeiten</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung	<b>Priorität</b>	mittel
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Detaillisten und Hauseigentümer
<b>Zeithorizont</b>	mittelfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	<p>B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)</p> <p>B-6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren.</p> <p>D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.</p>		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>B-5</b>	Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parkierung im südlichen Oberdorf verbessern</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzzeitparkplätze initiieren und kurzfristig umsetzen.</li> <li>• Zusatzparkmöglichkeiten für Hotellerie und Gastronomie langfristig planen.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Standorte prüfen</li> <li>• Gespräche mit Grundeigentümer suchen</li> <li>• Längerfristig Mobilitätsstrategie für Hotels verlangen</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Parkierungskonzept Oberdorf anpassen Planung	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Kanton
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten. B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...) B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>B-6</b>	Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das unternutze Areal Zentrum nutzen</li> <li>• Ein multifunktionales Projekt mit starker öffentlicher Wirkung entwerfen.</li> <li>• Mit einem schwungvollen Projekt für Bad Ragaz den Aufbruch in eine aktive Zukunft signalisieren.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Grundeigentümer an einen Tisch holen und die Entwicklungsabsichten konsolidieren.</li> <li>• Eine Entwicklungsstrategie festlegen; Mögliche Inhalte: Hotel, Gastronomie, Marktraum mit Zugang zum Aussenbereich, Kultur- und Kunstraum mit Zugang zum Aussenbereich, Mehrzweckraum, Bibliothek, usw.</li> <li>• Den Überbauungsplan revidieren</li> <li>• Das Immobilienprogramm der Gemeinde erstellen.</li> <li>• Ggf. Parzellen erwerben.</li> <li>• Einen Architekturwettbewerb ausschreiben. Das Projekt sollte nicht nur inhaltlich, sondern auch architektonisch einzigartig sein.</li> <li>• Nebenbemerkung: Mehrzweckgebäude in dieses Projekt zu integrieren, würde dem Oberdorf eine neue Position geben. Ist das Mehrzweckgebäude im Feuerwehrdepot am richtigen Ort?</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Runder Tisch mit Grundeigentümer organisieren</li> <li>• Entwicklungsabsichten konsolidieren</li> <li>• Strategie im Gemeinderat festlegen</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung, Koordination	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Gemeinderat, Bauamt und Standortförderung	<b>Mitarbeit</b>	Grundeigentümer
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln. B-2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren. B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

### 3.3. Stossrichtung C: Das Wohnen im Oberdorf lenken

Die EG-Detailhandelsflächen kommen immer mehr unter Druck. Schmelzende Erträge aus den Erdgeschossnutzungen zwingen zur Geschäftsaufgabe, wenn die Mietzinsen nicht angepasst werden. Eine Stärkung für die ökonomische Sicherheit einer Liegenschaft übernimmt immer mehr die Wohnnutzung über den Erdgeschossen. Erträge aus dem Wohnen können die wegbrechenden Einnahmen aus den Erdgeschossen kompensieren. Es gilt entsprechend in hochwertiges Wohnen zu investieren, insbesondere weil sich das Wohnen im Zentrum einer zunehmenden Beliebtheit erfreut. In der zweiten Bautiefe und in ruhigen Ecken kann das Wohnen auch im EG Einzug halten.

<b>C-1</b>	Das Wohnen im EG in den ruhigen rückwärtigen Gassen ermöglichen.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Liegenschaften sind ökonomisch gesund und langfristig stabil und gut gepflegt.</li> <li>Die Liegenschaften in den ruhigen rückwärtigen Gassen sind strategisch aufs Wohnen ausgerichtet.</li> <li>Das Gesamtbild der rückwärtigen Gassen ist stimmig und legt einen guten Gesamtauftritt hin.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Gemeinde passt die rahmengebenden Instrumente entsprechend an. Auch im EG soll Wohnen an geeigneten Orten möglich sein.</li> <li>Den Hauseigentümern werden neue Möglichkeiten gegeben, ihre Liegenschaft strategisch neu auszurichten.</li> <li>Das Wohnen wird in den rückwärtigen Strassen und Gassen gefördert.</li> <li>Hauseigentümer über Wirkung und Konsequenzen des Strukturwandels für ihre Liegenschaft sensibilisieren.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigentümer regelmässig zum Austausch einladen.</li> <li>Besichtigungen von guten Umbaulösungen.</li> <li>Gassen definieren, wo das Wohnen eine Belebung des Aussenraums bringen kann</li> <li>Gemeinsame Strategie entwickeln</li> <li>Anpassungen der Instrumente (Kernzonenplan/Kernzonenreglement)</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Kreativaufgabe	<b>Priorität</b>	tief
<b>Federführung</b>	Standortförderung	<b>Mitarbeit</b>	Hauseigentümer
<b>Zeithorizont</b>	langfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	10'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren. C-2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten. D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

<b>C-2</b>	Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Liegenschaften im südlichen Oberdorf ökonomisch stabilisieren.</li> <li>• Das Wohnen fördern, um finanziellen Spielraum für die EG-Flächen zu schaffen.</li> <li>• Die Mietpreise der EG-Flächen zu marktgerechten Preisen senken, um erschwingliche Mieten für z.B. einen Kunsthandwerker, Detailhändler oder Gastronomen zu erhalten.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regelmässige Austauschmöglichkeiten für Grundeigentümer und Ladenbesitzer organisieren, Rolle sensibilisieren.</li> <li>• Die Grundeigentümer übernehmen die Strategie und investieren ins Wohnen.</li> <li>• Die EG-Flächen werden vom Druck entlastet.</li> <li>• Die EG-Flächen können neu vermietet werden.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigentümer regelmässig zum Austausch einladen, z.B. Platz-Apéro vor dem Gemeindehaus oder ein Bad-Apéro im Dorfbad.</li> <li>• Besichtigungen von guten Umbaulösungen.</li> <li>• Liegenschaften dahingehend prüfen, ob das Wohnen eine Entlastung der Erdgeschosse bringen kann (Potentialanalyse, tendenziell von der Bernard Simonstrasse bis zum Bartholoméplatz).</li> <li>• Gemeinsame Strategie entwickeln.</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung	<b>Priorität</b>	mittel
<b>Federführung</b>	Standortförderung	<b>Mitarbeit</b>	Hauseigentümer
<b>Zeithorizont</b>	langfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	10'000
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten. B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...) B-4 Den Detailhandel an den Plätzen konzentrieren.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			



### 3.4. Stossrichtung D: Führen, koordinieren und lenken.

Zur Umsetzung der Strategie braucht es zwingend ein gutes Zusammenspiel zwischen der Gemeinde, den Detaillisten, der Gastronomie, den Hoteliers und den Eigentümern. Das geschieht nicht von allein. Das Zusammenspiel muss orchestriert werden. Dazu ist eine Person zu beauftragen, die sich der Aufgabe voll und ganz annehmen kann. Es braucht einen Ortsentwickler / eine Standortförderung.

<b>D-1</b>	Einen Ortsentwickler beauftragen.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>In Bad Ragaz gibt es eine klare Anlaufstelle für sämtliche Anliegen bezüglich der Dorfkernentwicklung. Hier laufen die Fäden zusammen, hier kann koordiniert werden.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schaffung einer 40-Prozentstelle «Ortsentwickler».</li> <li>Ortsentwickler für die Gemeinde / Neuinterpretation des Kurdirektor</li> <li>Den Austausch pflegen. Informationsveranstaltungen durchführen. Kommunikation nach innen und aussen betreiben. Gemeinsame Events planen. Gemeinsam vorwärtskommen.</li> <li>Der Ortsentwickler baut einen regelmässigen Austausch zwischen Detaillisten, Gastronomen, Hoteliers und Eigentümer auf. Ihre Mitwirkung wird gefördert.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Austausch mit Heidiland Tourismus</li> <li>Stellenprofil erstellen</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Strategieplanung	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Gemeinderat	<b>Mitarbeit</b>	Heidiland Tourismus
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	<p>A-1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.</p> <p>A-2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren</p> <p>A-3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst im erlebbar machen.</p> <p>A-4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.</p> <p>A-5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.</p> <p>B-3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)</p> <p>C-2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.</p> <p>D-2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.</p>		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>	Vergleich mit Ruswil, Weinfeldern, Glarus		

<b>D-2</b>	Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berührungspunkte sind abgebaut!</li> <li>• Man versteht sich als Seilschaft, das gegenseitige Verständnis und Vertrauen wird gefördert.</li> <li>• Die Akteurinnen und Akteure ziehen alle am selben Strick, und zwar in die gleiche Richtung.</li> </ul>		
<b>Beschrieb Massnahme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine Plattform für einen regelmässigen und institutionalisierten Austausch schaffen.</li> <li>• Die einzelnen Akteure für die Bedürfnisse der anderen sensibilisieren.</li> <li>• Synergien zwischen Heidiland Tourismus, Bad Ragaz Tourismus aktivieren und nutzen.</li> <li>• Informationsveranstaltungen für weitere Interessierte durchführen.</li> <li>• Gemeinsame Events planen.</li> </ul>		
<b>Erste Schritte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Austausch pflegen</li> <li>• Konzept präsentieren und die Zusammenarbeit vertiefen</li> </ul>		
<b>Art Aufgabe</b>	Planung, Koordination	<b>Priorität</b>	hoch
<b>Federführung</b>	Standortförderung	<b>Mitarbeit</b>	Stiftung Bad RagARTz
<b>Zeithorizont</b>	kurzfristig	<b>Budget erster Schritt</b>	
<b>Bezug zu anderen Projekten</b>	A-1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln. A-2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, erleben A-3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst im erlebbar machen. A-4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen. A-5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten. C-2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten. D-1 Einen Ortsentwickler beauftragen.		
<b>Verfügbare Ressourcen</b>			

### 3.5. Weiteres Vorgehen

Die Umsetzung der Massnahmen erfordert Teamwork und Ausdauer. Beides muss im Konzept angedacht werden:

- Die Arbeit muss auf unterschiedliche Akteure verteilt werden.
- Die Gemeinde muss federführend, aber nicht alleinverantwortlich sein.
- Investitionen der öffentlichen Hand zugunsten von Privaten (Eigentümer, Läden, ...) an Bedingungen des gegenseitigen Engagements knüpfen.
- Umsetzungen und Budgets müssen teilweise über mehrere Jahre sichergestellt sein, um Wirkung zu erzielen.

Es ist dienlich, den anstehenden Umsetzungsprozess von den Vorkenntnissen und den guten Vernetzungen der Begleitgruppe profitieren zu lassen. Eine Überführung der Begleitgruppe in ein aktives und gleichzeitig beratenes Gremium für die Umsetzung der Massnahmen wäre daher zu überlegen. Die Begleitgruppe zeigte sich an der Abschlussitzung motiviert und interessiert, in gleicher oder ähnlicher Zusammensetzung an der Umsetzung der Massnahmen der Nutzungsstrategie mitzuwirken.

Des Weiteren ist auf die Kompetenz von bereits heute aktiven Partnern abzustellen. Zu erwähnen sind z.B. Heidiland Tourismus, die Organisatoren der Bad RagARTz, das Grand Resort oder der Gewerbeverein, die schon heute schon vernetzt sind und eine wirkungsvolle Marketingfunktion für Bad Ragaz innehaben. Sie wären mögliche Partner bei der Umsetzung von Marketingaufgaben oder touristischen Angelegenheiten.

#### **Vorschlag Schlüsselmassnahmen und Priorisierung**

Auf Bitte der Steuerungs- und Begleitgruppe hat EspaceSuisse eine grobe Priorisierung der Massnahmen vorgenommen und Schlüsselmassnahmen bezeichnet. Die Schlüsselmassnahmen bezeichnen die zentralen Massnahmen der Nutzungsstrategie. Dazu zählen die Massnahmen A1, B1, B6 und die Stossrichtung D (D1, D2) (für Details siehe Anhang). Sie sollten bald angegangen werden.

Auf Basis dieses Vorschlags hat die Begleitgruppe anschliessend die Massnahmen aus ihrer Sicht nach Wichtigkeit und Dringlichkeit beurteilt (für Details siehe Anhang). Ihre Prioritäten hat sie in einer Art Absichtserklärung festgehalten, die alle Mitglieder unterzeichnet haben (siehe S. 76). Die Begleitgruppe erkennt in den Massnahmen B6 und D1 den dringendsten Handlungsbedarf und stellt sich für die Begleitung bei der Umsetzung zur Verfügung.

Die konsolidierte Abschlusstabelle (Anhang S. 136) vereint die Vorschläge von EspaceSuisse mit den Einschätzungen der Begleitgruppe und dient dem Gemeinderat als Orientierungshilfe bei seiner weiteren Arbeit.

Sehr geehrte Damen und Herren,  
geschätztes Entwicklungsteam

Vielen Dank für die Möglichkeit am Projekt „Nutzungsstrategie Bad Ragaz“ mitzuwirken. Es war sehr spannend das Projekt zu begleiten. Aus unserer Sicht ist die Arbeit nun jedoch nicht abgeschlossen, sondern beginnt erst richtig. Den Worten müssen nun sichtbare Taten folgen!

Betreffend der erarbeiteten Themen A1 – D2 haben wir unsere Prioritäten, inklusive einer Rückmeldung zur Frist, gemeldet. Anbei noch unsere Bemerkungen zu unserer Rückmeldung:

A1: Dauerthema und sollte selbstverständlich sein

A2: Dauerthema und sollte selbstverständlich sein

A3: Fokus nicht nur Kunst – breiter fassen

A5: Dauerthema

B1: B1 muss nach B6 gelöst werden

B5: einfache Umsetzung möglich – ganzes Dorfzentrum betrachten (inkl. Bahnhofstr.) – wo ein Wille, da ein Weg

B6: **absolut das Wichtigste** - sensibles Vorgehen zwingend – ganze Bevölkerung mit einbeziehen; B1 kommt nach B6;

D1: **jetzt!** Nicht erst nach COVID-19!

D2: Dauerthema und sollte selbstverständlich sein

Wir wollen mit Nachdruck betonen, dass für uns die Themen B6 „Wettbewerb Zentrumsprojekt“ und D1 „Ortsentwickler“ die allerhöchste Priorität haben und Schlüsselmassnahmen sind. Unser Wunsch wäre, dass die Begleitgruppe zur Nutzungsstrategie Bad Ragaz bestehen bleibt und den Ortsentwickler in seiner Arbeit unterstützt.

Ausserdem wünschen wir, dass diese Schreiben dem Abschlussbericht beigelegt wird.

Name:	Vorname:	Unterschrift:
Grümenthal	Daniel	
Rukavina	Damir	
Widrig	Harry	
Schwitzer	Hugo	
Rupp	Peter	
Kressig	Guido	
Ilmer	Rosa-El.	
Waker	Peter	
Steinbacher	Barbara	
Zwisch	Danedi	

Bianchi Mario  
Bollinger Thomas  
Bollinger

## **Sofortmassnahmen**

Neben den Schlüssel- und den übrigen Massnahmen gibt es immer Möglichkeiten zu Sofortmassnahmen. Sie haben die Eigenschaft, schnell Sichtbares zu liefern, den Dialog mit der Bevölkerung zu beleben und die Motivation für eigene Entwicklungen und Veränderungen der Akteurinnen und Akteure aufzubauen. Im Fall Bad Ragaz wurden an den Workshops und Arbeitssitzungen folgende Massnahmen genannt, die sofort oder bald umsetzbar wären:

- Detaillisten – Gastronomen - Eigentümer Apéros organisieren
- Private Parkplätze im südlichen Oberdorf der Allgemeinheit zu Verfügung stellen, allenfalls gegen eine Bewirtschaftung durch die Gemeinde (Gaschürstr., Sorell Hotel Tamina; Bernard Simonstr., Sichtbar Optik).

Aus dem übergeordneten Prozess Bad Ragaz mobil hat die Bevölkerung weitere Sofortmassnahmen eingebracht. Diese widersprechen den Aussagen der Nutzungsstrategie nicht. Es sind mögliche Sofortmassnahmen zur Förderung eines agilen und attraktiven Zentrums:

- Einen Hauslieferdienst für Einkäufe im Dorf einrichten
- Die saisonalen Märkte gleich dem Wochenmarkt wieder im Oberdorf abhalten statt an der Bahnhofstrasse.
- Die leeren Schaufenster aktive dekorieren und bespielen

Die Möglichkeit für weitere Sofortmassnahmen, die nicht im Massnahmenset enthalten sind, aber der Gesamtstrategie zudienen, ist offen zu halten, um den Beteiligten Raum zu geben für ihr Engagement.

## **Kommunikation**

Es ist wichtig, wiederholt über die Nutzungsstrategie zu kommunizieren. Die Kommunikation ist Aufgabe der Gemeinde. Erfahrungsgemäss kann es dennoch sinnvoll sein, den allfälligen künftigen Ortsentwickler themenabhängig miteinzubeziehen. In Absprache mit der Gemeinde kann er beispielsweise hin und wieder über Themen und Projekte berichten, die ihm bei seiner Arbeit im Oberdorf begegnen. Die Kommunikation kann sich auf klassischen Kanälen (z.B. Amtsblatt Ragazetta, Lokalzeitungen etc.) aber auch auf neuen Kanälen (E-Mailings, Soziale Medien) abspielen. Bei den neuen Medien ist eine Aufbauarbeit (generieren der Adressen) nötig, was sich für die Zukunft und die Arbeit der Gemeinden ohnehin lohnt.

Die öffentliche Information zur Nutzungsstrategie ist in der Kommunikation des übergeordneten Prozesses von Bad Ragaz mobil einzubetten. Das ist ein Drahtseilakt für die Gemeinde: Einerseits muss über die abgeschlossene Nutzungsstrategie berichtet werden, um den Elan aus der Partizipation weiterzutragen. Dagegen ist es aus Sicht von Bad Ragaz mobil sinnvoll, den Abschluss des Verkehrskonzeptes abzuwarten, um dann zeitgleich über

beide Berichte zu informieren. So wären die beiden Teilprojekte für die Bevölkerung einordbar, doch die unterschiedlichen Verbindlichkeitsstufen der Nutzungsstrategie und des Verkehrskonzepts liefen Gefahr, aus dem Blick zu geraten. Andernorts hat es sich bewährt, komplexe Inhalte in einem kompakten und einfachen Format zu kommunizieren, beispielsweise in einem Leporello.

## Mister Zentrum

**Weinfelden** Die Strategie zur Weiterentwicklung des Dorfes bleibt kein Papiertiger. David Keller kümmert sich um die Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen, am liebsten zusammen mit den Einwohnern.

Esther Simon  
esther.simon@thurgauerzeitung.ch

David Keller ist nicht zu beneiden. Der Gemeinderat hat den 47-jährigen Architekten und Marketingfachmann eingesetzt, damit er als Projektleiter die schier unzähligen Massnahmen aus der Nutzungsstrategie Ortskern umsetzt. Die Strategie war vom Netzwerk Altstadt unter Einbezug von vielen Einwohnern erarbeitet worden. Sie zeigt Massnahmen auf, wie sich Weinfelden sowohl als Stadt als auch als Dorf weiterentwickeln könnte (siehe Kasten).

Keller begann am 1. Januar mit einem 20-Prozent-Pensum. Seit dem 1. April widmet er die Hälfte seiner Arbeitszeit dieser Aufgabe. Er hat bereits einen ersten sichtbaren Erfolg erzielt: das Strassencafé von Lukas Madörin. «Das war Klasse, dass Lukas Madörin mit seiner Idee auf uns zugekommen ist. Die Akteure sind ganz wichtig bei der Bewältigung dieser Aufgabe.» Sein Büro im Haflterhaus an der Frauenfelderstrasse 8 sei offen für jedermann, sagt Keller.

### Vorher war auch nicht alles «Chabis»

Ein wichtiger Akteur ist auch die Weinfelder Messe. Um die Messen und die Anliegen der Menschen im Ortskern besser zu koordinieren, führt Keller am



Projektleiter David Keller auf der Frauenfelderstrasse in Weinfelden.

Bild: Thi My Lien Nguyen

27. Juli eine «Elefantenrunde» durch. Weitere Veranstaltungen sind geplant. Als nächstes kommt der Pumptrack des Sportamtes auf den Marktplatz. Hier können Kinder in sicherer Umgebung Velofahren lernen. Das Netzwerk Altstadt hat bei seinen Recherchen keine eklatanten Defizite im Ortskern ausgemacht. Keller

sieht seine Aufgabe denn in erster Linie auch darin, die Stärken des Zentrums zu festigen. «Meine wichtigste Aufgabe ist, Ideen anzustossen und die Leute bei der Umsetzung zu begleiten.» Keller bringt seine Ideen in den Lenkungsausschuss, dem Gemeindepräsident Max Vögeli vorsteht. Dieser Ausschuss entschei-

det über die Umsetzung. Keller will nicht, dass die Leute denken, dass vorher alles «Chabis» war und dass sich nun alles ändert, nur weil er da ist. «Das passiert sicher nicht.» Gemeindegeschreiber Reto Marty findet es wichtig, dass die Strategie kein Papiertiger bleibt. Mit David Keller habe der Gemeinderat sicher den richtigen

Mann gefunden. Die Stelle ist auf drei Jahre befristet. Nachher wird man weiterssehen.

**Kontakt**  
d.keller@weinfelden.ch  
071626 8377, Bürozeiten: Montag und Dienstag, 8.30 bis 11.30 und 13.30 bis 17.30 Uhr, Mittwoch 8.30 bis 11.30 Uhr.

*Weinfelden hat sich entschlossen, die Umsetzung der Nutzungsstrategie in die Hände eines «Ortsentwicklers» zu legen. David Keller ist seit 2017 mit einem Teilpensum daran, die Aktivitäten rund um den Ortskern Weinfelden zu koordinieren und umzusetzen.*

*(Thurgauer Zeitung 29.7.2017)*

*Die dreijährige Laufzeit der Standortförderung wurde nach der erfolgreichen Initiierungsphase um weitere drei Jahre verlängert.*

## Erfolgskontrolle

Es wäre ratsam, Veränderungen und Wirkung der Massnahmen periodisch durch den Ortsentwickler prüfen zu lassen. Es ist davon auszugehen, dass nicht jede einen klassischer «Erfolg» verzeichnet (neue Läden, mehr Leben). Es ist daher wichtig, Faktoren wie Zusammenarbeit oder Kultur in den Fokus zu rücken, und offen über natürlich vorkommende Rückschläge zu berichten.

## Begleitung

Ein Element der Umsetzung ist eine punktuelle Begleitung durch EspaceSuisse, wie dies bereits in anderen Orten praktiziert wird. Gemeinsame periodische Sitzungen dienen dazu, den Fortschritt des Projektes zu beurteilen und einzelne Massnahmen auf Kurs zu bringen. Bei gewissen Verhandlungen kann es zudem von Vorteil sein, einen externen Partner dabei zu haben.

## 4. Anhang

### 4.1. Ergebnisse der Dokumentenanalyse

Für die Arbeit an der Nutzungsstrategie wurden die massgebenden Planungsgrundlagen und Studien ausgewertet. Dabei galt der Fokus der Fragen, wo wichtige Hinweise für die weitere Arbeit zu finden sind. Die wichtigsten Erkenntnisse daraus sind:

Dokument	Bezug zum Ortskern	Wichtige Punkte für die Umsetzung der Nutzungsstrategie
Kantonaler Richtplan (Stand August 2018) - Allgemein	<p>Der kantonale Richtplan ist das Lenkungs- und Planungsinstrument der Regierung für die räumliche Entwicklung im Kanton.</p> <p>Er gliedert sich in die Bereiche</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Raumentwicklungsstrategie</li><li>- Siedlung</li><li>- Natur und Landschaft</li><li>- Verkehr</li><li>- Versorgung und Entsorgung</li></ul> <p>Der Teil Siedlung wurde 2017 mehrheitlich überarbeitet und vom Bundesrat genehmigt.</p>	
Kantonaler Richtplan (Stand August 2018) – Raumentwicklung	<p>Der Richtplan weist Bad Ragaz der «Landschaft mit Kompakten Siedlungen» zu. Bad Ragaz gilt nicht als Zentrum, ist aber ein Spezialfall. Eine Definition hiervon fehlt.</p> <p>Zu den Kernstrategien für diese Räume gehören unter anderem die konzentrierte Siedlungsentwicklung an verkehrlich gut erschlossenen Standorten, der Ausbau des ÖV-Angebots und die Aufwertung der Dorfkerne.</p> <p>Die Bedeutung des Tourismus im Sarganserland wird erkannt. Ein Tourismuskonzept für die Heidilandregion soll erarbeitet werden.</p>	<p>Vor allem der kantonale bindende Auftrag zur Aufwertung der Dorfkerne und der identifizierte Handlungsbedarf bezüglich der Gestaltung der Ortsdurchfahrten und der siedlungsverträglichen Erschliessung bieten Hand, um über die Gestaltung der Kantonsstrasse im Ortskern zu sprechen. Unterstützung durch den Kanton darf erwartet werden.</p> <p>In das Tourismuskonzept kann die Positionierung von Bad Ragaz einfließen.</p>

<p>Kantonaler Richtplan (Stand August 2018) – Verkehr</p>	<p>Der Richtplan erwähnt die Verkehrsentlastung Dorfkern / Kurpark als Zwischenergebnis, für dessen Strassenbauvorhaben die Linienführung zu erarbeiten ist.</p>	<p>Der Richtplan ist für kantonale und kommunale Behörden verbindlich. Für die vorgesehene Entlastung des Zentrums müsste er sich kooperativ zeigen.</p> <p>Es bleibt zu prüfen, ob tatsächlich eine neue Linienführung nötig ist, oder ob ein Regimewechsel mit Gestaltungsmaßnahmen ausreichend Entlastung bringen kann.</p>
<p>Masterplan regionale Raumentwicklung MRE Region Sarganserland-Werdenberg</p>	<p>Die Regionen Sarganserland und Werdenberg schlossen sich 2009 zur Region Sarganserland-Werdenberg zusammen. Die 14 darin vertretenen Gemeinden erarbeiteten einen regionalen Masterplan, um gegen innen die räumliche Entwicklung zu koordinieren und um sich gegen aussen zu positionieren. Sie dient als Basis für die Regionale Abstimmung raumrelevanter Projekte.</p> <p>Die Bauzonenreserven in Bad Ragaz sind bis auf 10 Prozent ausgeschöpft. Es bestehen noch Reserven für ca. 1'100 Personen, was knapp dem angepeilten Wachstum bis 2040 entspricht (+ 1'100 – 1'400 Personen).</p> <p>Bad Ragaz wird ein erstklassiges Kur- und Wellnessangebot zugeschrieben und eine hohe touristische Standortgunst, insbesondere in Bezug auf den demografischen Wandel und des Gesundheitstourismus.</p>	<p>Der Gesundheitstourismus und eine Orientierung hin zu mehr Dienstleistungen für ältere Leute sucht Bad Ragaz nicht. Diesen Eindruck erweckt zumindest das Feedback aus der Umfrage und den Workshops.</p> <p>Inwiefern der Gemeinde diese Nische dennoch in den Schoss fällt, wird sich zeigen.</p> <p>Eine Option für ein weiteres Standbein könnte sich daraus ergeben – wenn auch nur mittelfristig und für eine beschränkte Periode von einigen Jahrzehnten Jahren (entsprechend dem demographischen Wandel).</p> <p>Den „regulären“ Gesundheitstourismus bildet für Bad Ragaz nach wie vor ein Hauptstandbein in Form des Grand Resorts. Unmittelbaren Profit hat die Gemeinde davon nur in geringem Umfang. „niederschwelliger Angebote wären zu fördern – Stichwort 3-Sterne-Gesundheitstourismus.</p>



<p>Tourismusentwicklungskonzept inkl. raumplanerischer Ergänzungen (Standortförderung Kanton. SG) Vom 6. Dezember 2016</p>	<p>Das Tourismuskonzept erkennt, dass Bad Ragaz seine Entwicklung etwas verschlafen hat. Defizite werden in der 3*-Beherbergung geortet.</p> <p>Das Konzept sieht in Bad Ragaz zu wenig Angebote im öffentlichen Raum, und eine Infrastruktur, die zu wenige Anreize für einen Aufenthalt bietet. Zudem wird der USP, das Thermalwasser, nicht ausreichend vermarktet und nur zeitweile genutzt (Sommertourismus).</p> <p>Das Konzept schlägt darum vor, Bestehendes zu stärken: Das Thermalwasser soll neu positioniert werden. Der Gesundheitstourismus soll unter dem Motto 36.5 gefördert und vermarktet und die drei Schwerpunkte Architektur, Kunst und Themenausstellungen eine neue kulturelle Ausrichtung von Bad Ragaz herbeiführen.</p> <p>Mit Architektonischen Meilensteinen soll Bad Ragaz seine Leuchtkraft verstärken.</p>	<p>Die Vorschläge des Konzepts gehen in eine ähnliche Richtung wie die Stadtanalyse. Für die NS sind Synergien zu prüfen, insbesondere bezüglich der Positionierung des Thermalwassers in Bad Ragaz.</p>
<p>ISOS 1999</p>	<p>Das Bundesinventar Schützenswerter Ortsbilder der Schweiz dient als Beurteilungshilfe bei der Weiterentwicklung der gebauten Siedlungen.</p> <p>Es ist für den Bund verbindlich, und für die übrigen Behörden zu beachten.</p> <p>Die Bewertung hält fest, dass gewisse Lagequalitäten dank der Situation des bekannten Kur- und Badeorts vor dem Ausgang der Taminaschlucht mit Einbezug des Flusses ins Ortsganze, wegen der die Silhouette betonenden Sakral- und Hotelbauten sowie dank der die Kuranstalten umgebenden Parkanlage bestehen.</p> <p>Gute räumliche Qualitäten existieren dank der geschlossenen Strassenzüge im kleinstädtischen Ortskern, der langen</p>	<p>Der Ortskern mit Erhaltungsziel A ist klar das zentrale identitätsstiftende Element in Bad Ragaz. Zukünftig muss zum Bestand mehr Sorge getragen werden.</p> <p>Von grosser Bedeutung ist der intakte kleinstädtisch geprägte Kern (Erhaltungsziel A mit besonderer Qualität). Im Dorfkern vor allem Dorfbad, Bibliothek und Trafohäuschen hohem Erhaltungswert.</p> <p>Das Dorfbad nimmt eine ausgeprägte Bedeutung wahr, braucht aber das passende Setting, um seine Ausstrahlung voll ausspielen zu können.</p>

	<p>Bahnhofachse und der klar definierten Parkanlage. Bahnhof und grösster Teil der Bahnhofsstrasse ausserhalb des Bearbeitungsperimeters.</p> <p>Besondere architekturhistorische Qualitäten finden sich wegen der Vielfalt an repräsentativen Hotelbauten und Wohn-/Geschäftshäusern aus der Blütezeit des Tourismus.</p> <p>Als Empfehlungen abgegeben werden verkehrsberuhigende Massnahmen auf den zentralen Achsen und für die zentrale Kreuzung im Ort ergreifen.</p> <p>Weiter sollen Baumalleen, die Baumgruppen vor den öffentlichen Bauten und Hotels und der Baumbestand der Grünanlagen geschützt und gepflegt werden.</p> <p>Im Kurgebiet sollten keine weiteren Hochbauten erstellt werden.</p>	<p>Die Bewertung stützt die Aussagen der NS; bis auf die Eingliederung der Tamina in den Ortskern, die nicht mehr zeitgemäss ist. Ein Kompromiss zwischen Hochwasser-, Naturgefahrenschutz und Siedlungsverträglichkeit wäre wünschenswert.</p> <p>Ansonsten keine widersprechenden Aussagen zur NS.</p>
<p>Baureglement vom 29. August 2000, teilrevidiert am 20. September 2007 und am 18. März 2010</p>	<p>Das Baureglement bezweckt eine geordnete bauliche Entwicklung von Bad Ragaz unter Gewährleistung des Ortsbild- und Landschaftsschutzes.</p> <p>Das Reglement kennt keine Ausnützungsziffer AZ. Für jede Zone werden Geschoszahl, Gebäudehöhen und -längen, Grenzabstände etc. einzeln geregelt.</p> <p>Art. 11 zur Kernzone und Art. 12. zur Dorfkerzone regeln die bauliche Entwicklung in den historischen Teilen von Bad Ragaz. Für die Kernzone existiert ein Kernzonenreglement.</p> <p>Art. 12 verlangt eine zweckmässige Erneuerung der alten Ortsteile und dass sich Neubauten gut ins Strassen- und Ortsbild einfügen. Für eine bessere Gestaltung</p>	<p>Das Baureglement kennt wenige Möglichkeiten, um eine qualitätsvolle Weiterentwicklung des Bestands zu sichern.</p> <p>Insbesondere äussert es sich nicht zur Gestaltung des Aussenraums. Typisch kleindörfliche Strukturen gehen verloren. Der Aussenraum von Neubauten wird oftmals mit unsensibel gewähltem und ortsuntypischem Inventar gestaltet und die Böden versiegelt (siehe z.B. Badstrasse 10).</p> <p>An exponierter Lage schwächt dieser Umgang mit dem Aussenraum das Ortsbild. Hier braucht es klare Vorstellungen,</p>

	<p>kann von der Regelbauweise abgewichen werden.</p> <p>Art. 13 zu den Kur-Zonen kennt keine gestalterischen Anforderungen. Es gilt grundsätzlich die Regelbauweise.</p>	<p>wo der traditionelle Dorftypus erhalten und gezeigt werden will, und wo das etwas generische Einzug halten kann.</p>
<p>Kernzonenreglement der Polit. Gemeinde Bad Ragaz vom 20. Dezember 1984</p>	<p>Das Kernzonenreglement bezweckt die Erhaltung des Ortskerns in seinem typischen Charakter und präzisiert dafür die Regeln der baulichen Entwicklung in der Kernzone.</p> <p>Art. 4 empfiehlt, für Bauvorhaben ein Bauermittlungsgesuch einzureichen, um die Notwendigkeit allfälliger Gestaltungspläne zu prüfen.</p> <p>Art. 12 hält eine grundsätzliche Bewilligungspflicht für bauliche Veränderungen inkl. Fenster, Läden, Türen, Fassaden etc. fest. Veränderungen haben sich gut in die unmittelbare Umgebung und dem Ortsbild einzufügen.</p> <p>Art. 13 setzt für jeglichen Abbruch eine Bewilligung voraus.</p> <p>Art. 14 legt fest, wo im Erdgeschoss gewohnt werden darf und wo nur gewerbliche Nutzungen erlaubt sind.</p> <p>Art. 21 teilt die Kernzone in Kernzone A (rot) und Kernzone B ein (gelb). Für Bauten innerhalb der Kernzone A gelten strengere Bestimmung bezüglich Neu-, Ersatz- und Erweiterungsbauten. (siehe Art. 22-26). In der Kernzone B soll der Bestand anhand Überbauungs- und Gestaltungsplänen erneuert werden. Als Richtlinie gilt der Teilzonenplan Baumassen. Für Neubauten erlässt der Gemeinderat die Plangrundlagen auf eigene Kosten.</p>	<p>Das Kernzonenreglement bietet interessante Hebel, die noch zu wenig zur Anwendung gekommen sind.</p> <p>Insbesondere der Gestaltungs- und Einpassungsartikel 12 bietet viel Handlungsspielraum für die Gestaltung von Neubauten im Gespräch mit Grundeigentümer.</p> <p>Artikel 14 bietet Hand zur Konzentration von Nutzungen an neuralgischen Punkten wie dem Kronenplatz oder dem Bartholoméplatz und kann als Grundlage dienen, die Wohnnutzung in einzelnen Strassen und Gassen zu stärken.</p> <p>Dadurch, dass Art. 28 den Gemeinderat als Planerlassende Instanz festlegt, öffnen sich Lenkungsmöglichkeiten für eine qualitätsvolle Entwicklung in der Kernzone B. Wichtig ist, dass Grundeigentümer von Beginn weg mit an Bord sind.</p> <p>Hierfür wäre es von Vorteil, wenn das in Art. 4 empfohlene Bauermittlungsgesuch zur Pflicht würde für Bauvorhaben in der Kernzone.</p>

	<p>Art. 21 nennt explizit alle kantonale Schutzobjekte in der Kernzone: Rathaus, Dorfbad, Badhotel Tamina, Gasthof Löwen, Hotel Lattmann</p>	
<p>Überbauungsplan Zentrum SNV Vom 29. Februar 2016</p>	<p>Regelt die Bebauung des Perimeters «Zentrum».</p> <p>Es soll eine überzeugende und rücksichtsvolle Zentrumsbebauung umgesetzt werden, die aufs Alte Rathaus Rücksicht nimmt. Das Kernzonenreglement hat dafür keine Gültigkeit.</p> <p>Vier Baubereiche sind vorgesehen, plus eine Tiefgarage. Die Tiefgarage muss als erstes erstellt werden. Alle bestehenden Bauten müssen zurückgebaut werden. Die Ausnahme bildet die Central-Liegenschaft, die nur rückgebaut werden darf, wenn ein «vorzügliches Neubauprojekt mit qualitativ hochstehender Aussenraumgestaltung» vorliegt. Sowohl für die Zentrumsbebauung wie auch für den Ersatzbau der Central-Liegenschaft wird ein qualitätssicherndes Verfahren gefordert.</p> <p>Die besonderen Vorschriften gewähren eine gastronomische Nutzung im Erdgeschoss, solange hierfür ein Baubewilligungsverfahren durchgeführt wird.</p>	<p>Die Brache im Zentrum schmerzt, ist unschön und sorgt für Unsicherheit. Mitten im Dorfkern bietet sie die Chance für ein Leuchtturmprojekt im Herzen der Gemeinde.</p> <p>Unterschiedliche Entwicklungsvorstellungen der Grundeigentümer haben bisher die Entwicklung gehemmt. Es gibt eine etwas verknorzte Vorgeschichte. Sie muss in einem offenen und fairen Dialog zwischen allen Beteiligten und Einsprechern überwunden werden, um einen Grundkonsens zu erreichen. Danach können weitere Planungsschritte eingeleitet werden (vollständige Überarbeitung des Sondernutzungsplans von 1995).</p> <p>Für allfällige Projekte müssen die Nutzungen im Erdgeschoss klar bedacht werden. Ein gastronomischer Betrieb an dieser Stelle wäre spannend – zumal sie einer der wenigen prominent sichtbaren und gastronomisch genutzten Aussenräume im Herzen der Gemeinde ist. Die gastronomische Nutzung wäre mit einer allfälligen gastronomischen Nutzung im Dorfbad zu ergänzend koordinieren. Alternativ - oder zusätzlich – wäre ein Gemeindesaal wertvoll. Auch ein kleines 3*-Hotel wäre</p>

		<p>eine Option. Ideal wäre eine Kombination aus allem.</p> <p>Ein Ideenwettbewerb könnte neue Inputs liefern.</p>
<p>Neues Baureglement &amp; Bauen mit Mass in Bad Ragaz Ideen, Anregungen &amp; Fragen an den Gemeinderat von Bad Ragaz Vom September 2017</p>	<p>Die IG Bauen mit Mass regt den Dialog an und will im Rahmen der Revision des kantonalen Planungs- und Baugesetz das kommunale Baureglement revidieren. Kritisiert werden insbesondere der fahrlässige Umgang mit dem Aussenraum, renditeorientierte Bautätigkeit und entsprechend ungenügende Einpassung von Neubauten im Ortskern. Grosses Potenzial messen sie der Baumassenziffer zu.</p>	<p>Steht in keinem Widerspruch zur NS. Kann allenfalls Argumente stärken und Synergien erzeugen.</p>
<p>Schutzverordnung vom 21. April 2009</p>	<p>Die Schutzverordnung regelt, wie die Schutzgegenstände (insb. geschichtliche und architektonisch-städtebauliche) in der Gemeinde Bad Ragaz erhalten werden.</p> <p>Im Ortskern ist die Schutzverordnung in erster Linie für Ortsbildschutzgebiete und Kulturobjekte von Bedeutung. Ortsbildschutzgebiete im Ortskern sind «Dorfkern und Bäder».</p> <p>Kulturobjekte im Perimeter der NS sind Nr. 10 Altes Rathaus (Rathausplatz) Nr. 11 Dorfbad (Rathausplatz) Nr. 12 Hotel Lattmann – Hauptfassade (Am Platz) Nr.13 Gasthof Löwen (Löwenstrasse) Nr. 14 Haus Töbeli (Badstrasse) Nr. 16 Klostermühle (Pfäferserstrasse) Nr. 17 Hof Ragaz (Pfäferserstrasse) Nr. 25 Chalet (Pfäferserstrasse)</p> <p>In diesem Kontext greifen Art. 4-6:</p>	<p>Die Schutzverordnung steht nicht im Widerspruch zur Nutzungsstrategie.</p> <p>Grundsätzlich liefert sie eine solide Basis für die sorgfältige bauliche Weiterentwicklung der unter Schutz stehenden Ortsteile. Sie stärkt damit die Aussagen der Stossrichtungen B und C, insbesondere Massnahmen B1, B2 (Gestaltung der Ortsdurchfahrt und der Plätze) sowie B6 (Zentrumsplanung).</p> <p>In Anbetracht der jüngeren Wohnbauten darf allerdings die Frage aufgeworfen werden, welche Bedeutung die Schutzverordnung im bisherigen Baubewilligungsprozess eingenommen hat, bzw. ob sich eine Anpassung des Prozesses zugunsten einer höheren</p>

	<p>Art. 4 Abs. 1 verlangt, dass die äussere Erscheinungsform und die Substanz von Schutzgegenständen zu erhalten ist.</p> <p>Art. 4 Abs. 2 unterbindet sämtliche Massnahmen in der unmittelbaren Umgebung von Schutzgegenständen, die deren Beeinträchtigung zur Folge hätte. Zudem sind Freiräume, die das Ortsbild oder einzelne Bauten prägen, nach Möglichkeit zu erhalten.</p> <p>Art. 5 Die bezeichneten Ortsbildschutzgebiete sind zu erhalten. Bauten und Anlagen müssen sich an den Bestand, dem Charakter des Ortsbilds und der Umgebung anpassen. Ausnahmen und Ersatzbauten sind möglich, solange sich das Ergebnis dem Bestand anpasst und keine weiteren Bestimmungen verletzt werden.</p> <p>Art. 6 Die Kulturobjekte, ihr äusseres Erscheinungsbild und die innere Substanz sind geschützt, solange mit dem Grundeigentümer nichts anderes vereinbart oder per Verfügung bestimmt wurde,</p>	<p>baulichen Qualität im Ortskern lohnen könnte.</p>
<p>Gebührentarif für die Parkplätze auf öffentlichem Grund Vom 29. Januar 2002</p>	<p>In der Kernzone darf oberirdisch nur gegen Gebühr maximal 2h parkiert werden (1.- pro halbe Stunde). Die Parkplätze bei der Post sind gratis (4 PP)</p> <p>Im Parkhaus Zentrum stehen 170 PP 24h/7 Tage bereit. Die erste halbe Stunde ist gratis. Danach kostet jede Stunde zwischen 07.00-19.00 CHF 1.00, zwischen 19.00 und 07.00 CHF 00.50.</p>	<p>Grundsätzlich stehen genügend Parkplätze zur Verfügung – aber sie sind an wenigen Orten konzentriert, die (abgesehen vom Parkhaus) eher peripher des Dorfkerns liegen. Unter Umständen liessen sich einige Parkplätze rochieren, um sie an nützlichere Lagen zu platzieren</p> <p>3 bis 4 Parkplätze im südlichen Oberdorf könnten den grössten</p>

	Tages-, Monats- und Jahrestarife sind möglich.	Verdruss mildern, vermögen aber dennoch nicht die im Raum stehenden Forderungen nach Parkplätzen zu befriedigen.
Projekt Wartensteinbahn Stand Juni 2019	Eine IG möchte die Wartensteinbahn reanimieren und hat dazu schon einige Vorleistungen erbracht. Z.B. zeigte eine Studie, dass das Trasse in gutem Zustand ist. Das BAV sieht bezüglich einer ersten Einschätzung keinen Grund für Einwände. Der sportliche Fahrplan sieht vor, die Bahn für die Bad RagARTz 2021 in Betrieb zu nehmen.	Der Vorschlag kommt der Stadtanalyse entgegen, die als langfristige Vision die Reaktivierung der Wartensteinbahn vorschlug – mit eventueller Verlängerung bis an den Bahnhof.  Ob und wie das zukünftige Trasse durchs Oberdorf führen könnte und wie die Querung der Kantonsstrasse zu bewerkstelligen ist, müssten im Rahmen einer Machbarkeitsstudie geprüft werden.

## 4.2. Auswertung Umfrage Eigentümer

27.09.2019

EspaceSuisse  
Schweizerische Eidgenossenschaft  
Bundesamt für Raumentwicklung  
Bundesamt für Umwelt, Baudirektion und Energie  
Bundesamt für Wirtschaft und Verkehr



**Workshop Eigentümer**  
Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie

Dani Bärter, Remy Hedler 20. Juni 2019

Workshop Eigentümer  
**Sinn und Zweck der Nutzungsstrategie**

Die Wohn- und Detailhandelspotenziale im Ortskern erkennen

- Die Marktbedürfnisse identifizieren
- Entwicklungsschwerpunkte setzen

Werkzeug: Partizipativer Prozess

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 2

Workshop Eigentümer  
**Konzentrat der Ortskernanalyse Bad Ragaz (1)**

- Detailhandel und Tourismus sind im Umbruch, überall.
- Kurgäste werden zu Freizeit- und Gesundheitsgästen. Sie bleiben weniger lang und sind mobiler.
- Das Grand Resort hat die Flucht nach vorne gewagt und das Dorf im gewissen Sinne zurückgelassen.
- Es gilt die Stärken zu nutzen!
  - Das Kurbad besitzt bis heute eine gute Ausstrahlung.
  - Das Dorf besitzt Charme.
  - Mutige Lösungen für ein noch attraktiveres Dorf sind gefragt.

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 3

Workshop Eigentümer  
**Konzentrat der Ortskernanalyse Bad Ragaz (2)**

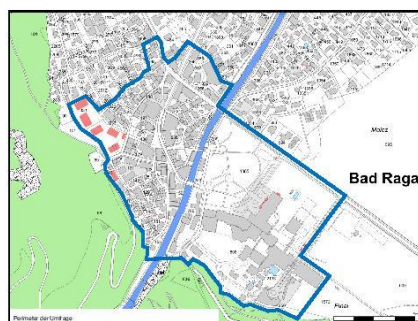
- Die bestehende Hotellerie im Dorf soll erhalten bleiben. Dazu müssen Qualitätsangebote geschaffen werden. Das gilt auch für die Gastronomie und den Detailhandel.
- Bad Ragaz darf Herz zeigen! Die Qualität sollte weiter gesteigert und eine gewisse Romantik gepflegt werden.
- Eine gute Partnerschaft zwischen Dorf und Grand Resort ist wichtig.

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 4

Workshop Eigentümer  
**Die Umfrage**

- Bereich Oberdorf gemäss Perimeter
- 534 Eigentümer (und Stockwerkeigentümer) wurden angeschrieben
- 108 haben geantwortet, teilweise zuständig für mehrere Liegenschaften
- Rücklauf: 20 %
- Besten Dank für das Engagement!

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 5





Workshop Eigentümer

**Hinweis**

Diese Umfrage ist nicht repräsentativ und dient als Ausgangslage für die Diskussionen in den Workshops. Ziel ist ein konstruktiver Dialog über die Zukunft des Ortskerns.

Die Auswertung erfolgte anonym.

Es können keine direkten Schlussfolgerungen für Massnahmen oder Haltungen daraus abgeleitet werden.

Especk/Ulmer Dorfkernewicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 7

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Seit wann sind Sie Eigentümer dieses Liegenschaft?**

▪ Weniger als 1 Jahr	1
▪ 1 – 5 Jahre	27
▪ Über 5 Jahre	29
▪ Über 15 Jahre	59

*Kommentar: Ca. 25 Prozent der Antwortenden sind «neue» Eigentümer.*

Especk/Ulmer Dorfkernewicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 8

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Welches sind die Motive für den Besitz?**

▪ Eigenbedarf	62
▪ Aus Familienbesitz	29
▪ Rendite/Vorsorge	32
▪ Liebhaberei	8

Especk/Ulmer Dorfkernewicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 9

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Welches Baujahr hat das Haus?**

▪ Vor 1700	6
▪ 1701 – 1900	18
▪ 1901 – 1950	19
▪ 1951 – 2000	19
▪ nach 2000	20

*Kommentar: Sehr heterogener Mix, einige Neubauten.*

Especk/Ulmer Dorfkernewicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 10

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie ist das Haus gegliedert?**

▪ 0 Wohnungen	0
▪ 1 Wohnung	13
▪ 2 Wohnungen	14
▪ 3 Wohnungen	9
▪ 4 Wohnungen	10
▪ 5-6 Wohnungen	12
▪ 7-8 Wohnungen	9
▪ über 8 Wohnungen	30

*Kommentar: Hoher Anteil an grossen Liegenschaften. Zeigt Neubauaktivität.*

Especk/Ulmer Dorfkernewicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 11

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Grösse der Gewerbefläche (in m<sup>2</sup>)?**

▪ unter 50	0
▪ 50 – 100	11
▪ 100 – 150	5
▪ 150 – 200	7
▪ 200 – 300	5
▪ 300 - 1000	7
▪ über 1000	2

*Kommentar: 37 EigentümerInnen mit Gewerbefläche sind in die Umfrage eingebunden. Verhältnis von «Grossen» und «Kleinen» ist aussergewöhnlich für ein Dorf.*

Especk/Ulmer Dorfkernewicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 12

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wie ist das Erdgeschoss genutzt?**

▪ Wohnen	43
▪ Laden	38
▪ Büro / Dienstleistung	27
▪ Garage	11
▪ Abstellfläche	11
▪ Gewerbe	26
▪ leer	1
▪ Café / Restaurant	17

*Kommentar: Viel Wohnen im Erdgeschoss, aber auch viel Gewerbe und Läden. Das ist ein aktiver Ort mit einem schönen Mix an unterschiedlichen Nutzungen!*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 13

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Ihre Einschätzung des Renovationsbedarfs?**

▪ Gering. Ist in einem guten Zustand.	68
▪ Kleine Renovationsarbeiten nötig	31
▪ grössere Renovationsarbeiten stehen an	5
▪ grundsätzliche Sanierung nötig	3
▪ Das Haus sollte ersetzt werden (Abriss).	3

*Kommentar: Die Bauten sind insgesamt in einem guten Gesamtzustand. Kein hoher Handlungsbedarf!*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 14

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Sehen Sie Entwicklungsbedarf für Ihr Haus?**

▪ Nein, es stimmt so.	88
▪ Die Nutzung könnte besser sein.	4
▪ Die Rendite sollte besser sein.	9
▪ Das Erdgeschoss macht mir Sorgen.	8
▪ Ich denke gelegentlich an einen Verkauf.	7

Weiteres:

▪ Umgebungsgestaltung ohne Engagement	1	
▪ Dachfenster vergrössern		1
▪ Alternative oder Erneuerung der Heizung		2
▪ Es wird nie ein Renditehaus		1

*Kommentar: Sehr stabile, zufriedenstellende Gesamtsituation. Sorgen EG latent vorhanden.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 15

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Welche Massnahmen würde Ihre Position als Liegenschaftsbesitzer stärken? (1)**

▪ Ich würde mich für meine Gasse / Strasse einsetzen, wenn dabei klare Ziele erkennbar sind.	46
▪ Ich wäre interessiert an einer Beratung im Umgang mit meinem historischen Haus (Umnutzung/Renovation).	6
▪ Ich wäre interessiert, meinen Aussenraum aufzuwerten (Vorgarten, Pflanzen, Aufenthaltsbereich), wenn mich die Gemeinde dabei unterstützt (Beratung).	9

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 16

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Welche Massnahmen würde Ihre Position als Liegenschaftsbesitzer stärken? (2)**

▪ Ich wäre interessiert an einem regelmässigen Austausch zwischen Ladenbesitzenden und Eigentümern, um meine Erdgeschossfläche optimal einzusetzen.	4
▪ Ich wäre bereit, eine gemeinsame Organisation zu unterstützen, die Liegenschaften im Oberdorf erstet, renoviert und vermarktet.	8

Weiteres:

▪ Verkehrsberuhigung / Verkehrsfrei / Fahrbeschränkung	4
▪ Garage	1
▪ Eigenverantwortung ist zentral, nicht alle Aufgaben der Allgemeinheit/Gesellschaft abwälzen. Gemeinde muss aber unterstützen.	1

*Kommentar: Erfolich viel Engagement zeigt sich für die eigene Gasse. Diesen Elan nutzen!*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 17

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wohnen Sie im Oberdorf von Bad Ragaz?**

▪ Ja, in diesem Haus	52
▪ Ja, in einer anderen Liegenschaft	8
▪ Nein	55

*Kommentar: Eigentümer zu ca. 50 Prozent im eigenen Haus wohnhaft.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 18

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wie beurteilen Sie das Wohnen im Oberdorf?**

▪ attraktiv	54
▪ mässig attraktiv	38
▪ wenig attraktiv	9

*Kommentar: Nur die Hälfte beurteilt das Wohnen im Dorf als attraktiv, es bestehen deutliche Vorbehalte.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 19

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wo liegen die Stärken im Oberdorf? (1)**

▪ attraktive Wohnungen	32
▪ Nähe zum ÖV	73
▪ Nähe zu Einkaufsmöglichkeiten	98
▪ historisches Umfeld	33
▪ attraktive Umgebung	31
▪ Nähe Zentrum / kurze Wege	98
▪ Nähe zur Tamina	56
▪ gepflegte Aussenräume	13
▪ schöne Gärten, Grünflächen und Terrassen	12

*Kommentar: Kurze Distanzen trumpfen, die gepflegte Stimmung ist von untergeordneter Bedeutung.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 20

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wo liegen die Stärken beim im Oberdorf? (2)**

Weitere:

▪ Weniger Autobahnlärm als andere Dörfer im Rheintal	1
▪ Nähe zu medizinischem Zentrum / Kurpark	2
▪ Kurort-Flair	1
▪ Hohe Lebensqualität	1

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 21

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wo liegen die Schwachpunkte beim Wohnen? (1)**

▪ wenig Licht / Sonne	34
▪ keine Aussicht	19
▪ enge Grundrisse	8
▪ nicht kinderfreundlich	21
▪ Parkieren schwierig	62
▪ Verkehrslärm	22
▪ nachts unsicheres Gefühl	2
▪ Nachtlärm von Personen	6
▪ Nachtlärm von Gastro- oder Barbetrieb	8
▪ Verunreinigungen und Müll/Littering	10
▪ wenig geeignet für Menschen mit Behinderungen	3

*Kommentar: Keine akuten Schwachpunkte. Die Parkplätze sind ein Dauerthema (auch andernorts).*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 22

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wo liegen die Schwachpunkte beim Wohnen? (2)**

Weiteres:

▪ Fehlende Abfalleimer	1
▪ Risiko von Felsstürzen am Guschakopf	1
▪ Fehlendes Leben / «totes» Zentrum	2
▪ Glocken um 6 Uhr früh müssten nicht sein	1
▪ Touristenfeindlich	1
▪ Verkehrskonzept / Verkehrsführung an Anlässen	2
▪ Dienstleistungsangebot seit Jahren rückläufig	1
▪ Zu viele Autos in der Strasse. Es braucht eine Fussgängerzone mit Cafés und Bänken.	1

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 23

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Was sollte man Ihrer Meinung nach unternehmen für das Wohnen im Oberdorf? (1)**

▪ mehr Wohnen im EG	4
▪ Verkehr einschränken	45
▪ Verkehr nachts einschränken	14
▪ Bauvorschriften lockern	29
▪ Parkieren erleichtern	47
▪ Zufahrt verbessern für Anwohner	8
▪ Aussenräume aufwerten	32
▪ mehr Ersatzneubauten	5
▪ alte Häuser denkmalgerecht renovieren	44

*Kommentar: Der Verkehr wirkt belastend und dennoch scheint er fürs Dorf ein wichtiger Treiber zu sein (Parkplätze). Sorgfältiges Sanieren im Ortskern ist gewünscht.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 24

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Was sollte man Ihrer Meinung nach unternehmen für das Wohnen im Oberdorf? (2)**

Weiteres:

- Mietpreise senken für Gewerbe und Läden für mehr Leben im Oberdorf. 3
- Verkehrsfrei / Tempo 20 / Tempo 30 3
- Mehr Parkplätze / Parkhaus ausbauen 2
- Wasserdurchlässige Parkplätze und Vorgärten fördern 2
- Neue Unternehmen und Marketing fördern, Touristen nach Bad Ragaz locken. 1
- Mehr Hotels und Leben ins Dorf bringen; jährlich 2-4 Strassenfeste, Dorfbachhalle und Plätze mit Konzerten bespielen. 1

Especkli/Leu Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 25

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie steht es um die Vermietbarkeit der Wohnungen?**

- sehr gut vermietbar 37
- mässig gut vermietbar 24
- teilweise längere Leerstände 9

*Kommentar: Grundsätzlich gute Situation, Gewisse Lagen aber anspruchsvoller zum Vermieten.*

Especkli/Leu Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 26

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie ist die Entwicklung der Mietpreise der Wohnungen (letzte 5 bis 10 Jahre)?**

- Eher steigend 11
- Eher sinkend 9
- Etwa gleichbleibend 47

*Kommentar: Stabile Situation, aber unter Schweizer Schnitt. (CH: +10% von 2009 bis 2019)*

Especkli/Leu Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 27

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Typische Wohnungsmiete in Fr./m²J?**

- unter 100 0
- 100 – 120 2
- 120 – 150 6
- 150 – 180 9
- 180 – 220 12
- 220 – 250 7
- 250 – 300 4
- über 300 2

*Kommentar: Eher hohes Mietpreinsniveau ohne klaren Schwerpunkt. Untypisch.*

Especkli/Leu Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 28

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie steht es um die Vermietbarkeit der Flächen im Erdgeschoss (falls vorhanden)?**

- sehr gut vermietbar 20
- mässig gut vermietbar 23
- teilweise längere Leerstände 4

*Kommentar: Eher schwierigere Situation. Hier muss man handeln.*

Especkli/Leu Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 29

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie ist die Entwicklung der Mietpreise der EG-Flächen (letzte 5 bis 10 Jahre)?**

- eher steigend 6
- eher sinkend 11
- stark sinkend 7
- etwa gleichbleibend 23

*Kommentar: Spürbare Abwärtstendenz. Typisch für Strukturwandel.*

Especkli/Leu Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 30

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Typische Wohnungsmiete in Fr./m<sup>2</sup>J?**

▪ 30 – 80	1
▪ 81 – 120	1
▪ 121 – 150	3
▪ 151 – 180	3
▪ 181 – 220	3
▪ 221 – 250	4
▪ 251 – 300	1
▪ 301 – 400	2
▪ Über 400	0

*Kommentar: Eher teure, aber recht typische Spreizung. Weder Top-Lagen noch -Preise.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 31

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wie attraktiv empfinden Sie das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort?**

▪ sehr attraktiv	9
▪ attraktiv	33
▪ mässig attraktiv	47
▪ wenig attraktiv	21

*Kommentar: Deutlich getrübtetes Eigenbild. Hier muss man handeln.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 32

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wo sehen Sie Schwächen des Oberdorfs als Begegnungs- und Einkaufsort? (1)**

▪ Viele leere Ladenlokale	80
▪ dürftiges Ladenangebot	36
▪ Viele Plätze, aber kein klares Zentrum	25
▪ eher schwierig zum Parkieren	22
▪ Wenig attraktiv zum Flanieren und Verweilen	50
▪ eher zu viel Verkehr	39
▪ Läden zu weit auseinander	1
▪ Eher schwierig zum Parkieren	59
▪ Warenangebot nicht mein Geschmack	15
▪ Restaurants/Cafés wenig attraktiv	40

*Kommentar: Die leeren Lokale schmerzen richtig, der Mangel an Parkplätzen und die fehlende Aufenthaltsqualität stören. Das Dorf lebt vor allem am Abend nicht mehr richtig.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 33

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Wo sehen Sie Schwächen des Oberdorfs als Begegnungs- und Einkaufsort? (2)**

Weiteres:

▪ Kaufkraft ist gesunken	1
▪ Tempo 50 im Ortskern ist zu schnell, besonders während Veranstaltungen.	1
▪ Wenig Kreativität seitens der Ladenbesitzer	1
▪ Dorf ist tot; nach 20.00 ziehen kaum Leute umher	22
▪ Wenig Bäume	1
▪ Mietzinse für Läden sind zu hoch	2
▪ Bepflanzung Kronenplatz	1
▪ Kantonsstrasse ist ein grosses Problem	1
▪ Das Zentrum muss malerisch und schön sein; in der Gastronomie sind lokale Angebote gefragt, Cafés und Teestuben sind über Terrassen zu verbinden und sollten Matcha Latte und Karottensaft anbieten.	1

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 34

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**In welche Richtung soll sich das Oberdorf entwickeln? (1)**

▪ Die Richtung stimmt. Man muss das Bestehende pflegen.	22
▪ Es soll eine Art Wohnzimmer werden: weniger Strasse, gemütliches Verweilen, attraktive Läden und Cafés.	64
▪ Man muss die Nische suchen: kleine, persönliche Läden und Angebote mit engem Kundenbezug.	50
▪ Der Einkauf wird sich in Bad Ragaz kaum halten können. Dazu sind Mels, Sargans und Landquart zu nahe.	19
▪ Man muss den Detailhandel ausbauen: Grössere Ladenflächen, Parkplätze, Werbung machen.	17

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 35

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**In welche Richtung soll sich das Oberdorf entwickeln? (2)**

▪ Im Oberdorf braucht's mehr Inszenierung: Kurortromantik beleben, Bergkulisse zelebrieren, Wasser zulassen	51
▪ Wir müssen weiter auf den Tourismus setzen und die Gastronomie und die Hotellerie stärken und ausbauen.	58
▪ Als Kurort ist Bad Ragaz prädestiniert als Wohnort älterer Personen: Man muss sich mehr auf sie ausrichten.	23

*Kommentar: «Weniger wie bisher» findet wenig Begeisterung. Gesetzt wird weiterhin auf Tourismus und Detailhandel – aber im dörflichen, gemütlichen Rahmen mit lokalem Anstrich.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 36

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**In welche Richtung soll sich das Oberdorf entwickeln? (3)**

Weiteres:

- Beide Nischen entwickeln. Bad Ragaz sollte nicht Einkaufszentrum werden, sondern eine Erfahrung. Wer herkommt, will sich wohlfühlen, auch wenn nur für einen Tag. 1

Especkli/Lea Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 37

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Welche Massnahmen könnten das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort aufwerten? (1)**

- gemeinsame Öffnungszeiten 22
- mehr gemeinsame Werbung 21
- mehr Cafés und Aussensitzplätze 48
- mehr Grün, mehr Blumen, mehr Bäume 39
- weniger / langsamerer Verkehr 56
- mehr Parkplätze in oder beim Ortskern 28
- mehr Veloabstellplätze 16
- mehr Platz für Aussenverkauf 25
- gezielt attraktive Läden ansiedeln 53
- Das Thermalwasser im Dorf sichtbar machen 54

Especkli/Lea Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 38

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Welche Massnahmen könnten das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort aufwerten? (2)**

- Zugänge zur Tamina schaffen 20
- Das Dorfbad inszenieren 43
- Hauptstrasse im Oberdorf umgestalten 51
- attraktivere und bessere Verbindungen zum Bahnhof für den ÖV und den Fuss- und Veloverkehr 11
- Vermehrt Feste, Messen in den Zwischenjahren der BadRagARTz 42

*Kommentar: Weniger Verkehr, mehr attraktive Läden und sichtbares Wasser: Gesucht wird Erleuchtung und Gemütlichkeit.*

Especkli/Lea Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 39

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Thema Historische Liegenschaften im Oberdorf (Hotel Fortuna, Dorfbad, Bank Linth) (1)**

- Das Dorfbad wäre anders besser genutzt. 38
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Rest. Central) gehört zu Bad Ragaz und sollte sanft renoviert werden. 60
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Restaurant Central) kann einem neuen Projekt weichen. 12
- Wir brauchen eine Strategie, wie wir mit unseren historischen Bauten umgehen wollen. 36
- Die historischen Bauten sind ein bedeutendes Erbe von Bad Ragaz, zu dem wir Sorge tragen müssen. 63
- Die Art der Nutzung des Dorfbads ist heute optimal. 18

*Kommentar: Historisches Erbe wird geschätzt, aber die Nutzung wirft zum Teil Fragen auf.*

Especkli/Lea Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 40

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Thema Historische Liegenschaften im Oberdorf (Hotel Fortuna, Dorfbad, Bank Linth) (2)**

Weiteres:

- Anstelle der Linth-Liegenschaft einen grossen Dorfplatz schaffen und Märkte darauf abhalten. 1
- Das Dorfbad könnte z.B. nur dem Spa-Haus Schaub dienen; in der Liegenschaft der Bank Linth liesse sich das Tourismusbüro einquartieren. 1
- Keine Notwendigkeit historische Liegenschaften zu erhalten. Veränderung braucht Mut zu Neuem. 1

Especkli/Lea Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 41

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Ist das heutige Verkehrsregime auf der Kantonsstrasse optimal für das Oberdorf?**

- ja, ganz klar 4
- wahrscheinlich ja 15
- kaum 39
- sicher nicht 41

*Kommentar: Aktuelles Verkehrsregime geniesst ausserordentlich wenig Sympathien.*

Especkli/Lea Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 42

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Welches Verkehrsregime denken Sie, wäre besser für das Oberdorf? (1)**

- weitgehend autofrei 31
- Begegnungszone (Tempo 20, Vortritt Fussgänger) 36
- Tempo 30 (Vortritt Autos) 46
- Die Strasse kann bleiben, wie sie ist. 13
- Man sollte einen Versuch starten und sehen, wie es sich bewährt. 30
- Es braucht eine Neugestaltung der Strasse 3

*Kommentar: Verkehrsregime und Gestaltung zweirangig, solange langsamer gefahren wird.*

Rapportbüro Dorfkernebildung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 43

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Welches Verkehrsregime denken Sie, wäre besser für das Oberdorf? (2)**

Weiteres:

- Einbahnregime 3
- Strasse unter den Boden verlegen. 1
- Umfahrung via Rosenbergli nach Pfäfers 6
- Abstimmung vom 21. Mai 2017 war gegen Variante Mühlerainstrasse. Volkswillen akzeptieren. 2
- Es braucht eine Neugestaltung der Strasse 3
- Verkehr ins Taminatal und zum Personalparkplatz des Grand Resorts über Mühlerainstrasse führen. 1
- Fahrverbot für Camions (ausgenommen Zubringer) 1
- Nadelöhr Wartensteinbahntunnel erweitern. 1
- Tafel des Grand Resorts bei Einbieger Mühlerainstrasse / Maiefelderstrasse gefährlich! 1.

Rapportbüro Dorfkernebildung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 44

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Was sollte beachtet werden, falls das Verkehrsregime angepasst wird? (1)**

- Die Kantonsstrasse kann bleiben, wo sie ist, sollte aber weniger verkehrsorientiert gestaltet sein. 14
- Die Kantonsstrasse soll vom Bartholomé- bis zum Kronenplatz platzähnlich gestaltet werden. 28
- Die Neugestaltung der Kantonsstrasse ist nur Kosmetik und löst keine Probleme. 28
- Die Mühlerainstrasse sollte eine Option zur Entlastung der Kantonsstrasse und für Parkplätze bleiben. 40
- Ein Dorfplatz vor dem alten Dorfbad würde dem Oberdorf ein klares Zentrum verschaffen. 52

Rapportbüro Dorfkernebildung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 45

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Was sollte beachtet werden, falls das Verkehrsregime angepasst wird? (2)**

- Es braucht entlang der Kantonsstrasse nach Pfäfers mehr Raum für Aussensitzplätze, Kunst und Begrünung. 33
- Egal was kommt: weggefallene Parkplätze sind anderswo zu kompensieren (z.B. an der Mühlerainstrasse). 27
- Die Kantonsstrasse nach Pfäfers braucht einen identitätsstiftenden Namen (z.B.: Im Oberdorf). 3
- Die Strassenraumgestaltung im Oberdorf ist egal, solange der Verkehr flüssig rollt. 5

*Kommentar: Ein neuer Dorfplatz vor dem Dorfbad findet Anklang. Uneinigkeit über künftige Gestaltung der Kantonsstrasse.*

Rapportbüro Dorfkernebildung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 46

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie ist dem Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz am meisten geholfen? (1)**

- Wir müssen ausgefallene touristische Angebote schaffen. 38
- Die Hotellerie im Dorf muss gepflegt werden, damit sie wieder zu Kräften kommt. 62
- Wenn die Betriebe im Dorf mit dem Grand Resort zusammenspannen, profitieren alle. 47
- Was das Oberdorf braucht ist eine gehaltvolle Hotellerie und eine gutbürgerliche Gastronomie. 70
- Der Tourismus folgt einer eigenen Dynamik, in die man nicht eingreifen muss. 4

Rapportbüro Dorfkernebildung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 47

Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Wie ist dem Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz am meisten geholfen? (2)**

- Das Grand Resort sichert den Tourismus für Bad Ragaz. Mehr braucht es gar nicht. 4
- Wir sollten uns damit abfinden, dass der Tourismus in Bad Ragaz an Bedeutung verloren hat. 7
- Bad Ragaz sollte sich vom Tourismus lösen und sich wirtschaftlich breiter aufstellen. 7

*Kommentar: Sehr starker Wille spürbar, den Tourismus weiterzutragen. Bad Ragaz bleibt Tourismusort?*

Rapportbüro Dorfkernebildung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Eigentümer 48

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Auf welche Art von Tourismus muss Bad Ragaz in Zukunft setzen? (1)**

- Schwerpunkt Wintertourismus im Pizolgebiet 27
- Schwerpunkt Sommertourismus mit Wandern, Biken, usw. 56
- Wellness und Gesundheitstourismus mit dem Thermalwasser als Sujet. 79
- Kunst- und Kulturtourismus vor dem Hintergrund Bad RagARTz und LIGHTRAGAZ. 69
- Erlebnistourismus vor dem Hintergrund Belle Époque mit neuem Dorfplatz vor dem Dorfbad, Sommerkonzerten, Bildhauerevents auf dem Dorfplatz, reaktivierter Wartensteinbahn usw. 61

Especk/Ulrich Dorfkerneentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie Workshop Eigentümer 49

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Auf welche Art von Tourismus muss Bad Ragaz in Zukunft setzen? (2)**

- Genusstourismus mit Schwerpunkt Gastronomie und Wein. 31
- Eventtourismus wie zB. Arosa mit dem Humorfestival, Quellrock Openair, etc. 22
- Das ist alles vergebene Liebesmüh, es braucht keine Tourismusförderung in Bad Ragaz. 4

Kommentar: Schwerpunkte des Bad Ragazer Tourismus sind klar Wellness & Gesundheit, mit Tradition und Kultur in den Nebenrollen. Die Sommerzeit ist wichtiger als der Winter.

Especk/Ulrich Dorfkerneentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie Workshop Eigentümer 50

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Was muss man jetzt tun? (1)**

- Soll Bad Ragaz weiterhin ein wichtiger Name und das Oberdorf charmantes Ausflugsziel für die Region bleiben, brauchen wir eine Vision, wie wir uns in Zukunft positionieren und entwickeln wollen. 72
- Diese Nutzungsstrategie ist ein wichtiger erster Schritt. Aber man muss sie auch umsetzen. 48
- Die Verkehr- und Strassenraumgestaltung im Oberdorf ist weniger dringend. Zuerst müssen wir uns um den Detailhandel kümmern. 15
- Wir müssen mit dem Kanton kooperieren, um rasch eine gute Verkehrslösung zu entwickeln. 48

Especk/Ulrich Dorfkerneentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie Workshop Eigentümer 51

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Was muss man jetzt tun? (2)**

- Wer Bad Ragaz hört, denkt nur ans Grand Resort. Das Resort ist zwar wichtig für die Zukunft von Bad Ragaz, braucht aber eine klare Rolle. 25
- Die Geschäfte und die Hauseigentümer müssen sich zusammuntun und sich absprechen in Bezug auf die Erdgeschossnutzungen im Oberdorf. Sie haben das gleiche Interesse an einem lebendigen Bad Ragaz. 38

Kommentar: Die Vision hat Vorrang. Der Drang nach Veränderung ist spürbar – lieber heute als morgen.

Especk/Ulrich Dorfkerneentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie Workshop Eigentümer 52

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Was muss man jetzt tun? (3)**

Weiteres:

- Historische Hotels sanft renovieren
- 1. Verkehrsproblem lösen, 2. Dorfzentrum gestalten, 3. Gastronomie/Hotellerie sanieren 2
- Verkehr nach Pfäfers/Taminatal aus Dorf nehmen.
- Den Weg zur Taminaschlucht klar beschildern.
- Vernünftige Mietpreise für Geschäfte, Läden und Gewerbe.
- Eine Altersresidenz wie in Meilen (Parkresidenz) und 3- oder 4-Sterne-Hotels.
- Das Grand Resort darf Bad Ragazer nicht zu gewissen Handlungen nötigen.
- Es braucht im Oberdorf sowohl Wohngebäude wie auch Hotels.
- Gartenwirtschaft Central erhalten!

Especk/Ulrich Dorfkerneentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie Workshop Eigentümer 53

Workshop Eigentümer – Die Umfrage  
**Soll das Oberdorf wieder attraktiver werden, ist Zusammenarbeit gefragt.**

- Es braucht alle: Gewerbe, Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel, die Eigentümer und die Gemeinde. 91
- Wir müssen die Zusammenarbeit unter den Gewerbebetreibenden neu organisieren. 13
- Wir haben unter den Gewerbebetreibenden bereits eine ausreichend gute Zusammenarbeit. 2
- Gar nicht. Die Zusammenarbeit zwischen Gewerbebetreibenden, Eigentümern und der Gemeinde bringt nichts. 2
- Ich will in einer bestehenden oder neuen Organisation auf ein attraktives Oberdorf hinzuwirken. 20

Kommentar: Wichtigkeit der Zusammenarbeit wird erkannt, die Bereitschaft dazu ist mässig.

Especk/Ulrich Dorfkerneentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie Workshop Eigentümer 54



Workshop Eigentümer – Die Umfrage

**Gesamtkommentar Umfrage Eigentümer**

- Der Rücklauf war ok. Das Interesse an der Entwicklung im Dorf ist da, aber nicht riesig.
- Man ist sich der Wohnqualität nur teilweise bewusst. Der Ortskern genießt wenig Sympathien. Warum?
- Die Wohnungen lassen sich gut vermieten, die Läden mässig.
- Im Ortskern vermisst man das Gemütliche, ortet das Manko aber nur bedingt in der Gestaltung. Ein neuer Platz vor dem Dorfbad findet dennoch Anklang.
- Den Verkehr erkennt man weniger als Problem; vielmehr stört man sich ob der unpassenden Geschwindigkeit.
- Die Tourismusausrichtung von Bad Ragaz prägt auch die heutigen Zukunftsvisionen stark.

EspeckHinter Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 55

Workshop Eigentümer

**Workshop – Bewertung der Kernsätze**

**Ziel: Klare Aussagen finden, konkrete Massnahmen formulieren**

Ablauf:

- Team Netzwerk Altstadt hat 13 Kernsätze auf A3-Blätter formuliert.
- Pro A3-Blatt ein Kernsatz. Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer soll zu jedem Kernsatz EIN Punkt auf EINE Antwort kleben.
- Anschliessend faire und offene Diskussion im Plenum.

EspeckHinter Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Eigentümer 56

### 4.3. Auswertung Umfrage Läden / Gastro

27.09.2019

**EspaceSuisse**  
 Nationaler Entwicklungspartner für den Tourismus  
 www.espace-suisse.ch



**Workshop Läden/Gastro/Dienstleister**  
 Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie

Dani Baxer, Romy Reder 12. Juni 2018

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister  
**Sinn und Zweck der Nutzungsstrategie**

Die Wohn- und Detailhandelspotenziale im Ortskern erkennen

- Die Marktbedürfnisse identifizieren
- Entwicklungsschwerpunkte setzen

Werkzeug: Partizipativer Prozess

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 2

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister  
**Konzentrat der Ortskernanalyse Bad Ragaz (1)**

- Detailhandel und Tourismus sind im Umbruch, überall.
- Kurgäste werden zu Freizeit- und Gesundheitsgästen. Sie bleiben weniger lang und sind mobiler.
- Das Grand Ressor hat die Flucht nach vorne gewagt und das Dorf im gewissen Sinne zurückgelassen.
- Es gilt die Stärken zu nutzen!
  - Das Kurbad besitzt bis heute eine gute Ausstrahlung.
  - Das Dorf besitzt Charme.
  - Mutige Lösungen für ein noch attraktiveres Dorf sind gefragt.

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 3

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister  
**Konzentrat der Ortskernanalyse Bad Ragaz (2)**

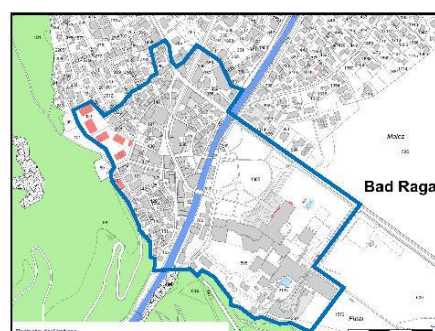
- Die bestehende Hotellerie im Dorf soll erhalten bleiben. Dazu müssen Qualitätsangebote geschaffen werden. Das gilt auch für die Gastronomie und den Detailhandel.
- Bad Ragaz darf Herz zeigen! Die Qualität sollte weiter gesteigert und eine gewisse Romantik gepflegt werden.
- Eine gute Partnerschaft zwischen Dorf und Grand Resort ist wichtig.

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 4

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister  
**Die Umfrage**

- Bereich Oberdorf gemäss Perimeter
- 105 Geschäfte wurden angeschrieben
- 31 haben geantwortet
- Rücklauf: 30 %
- Besten Dank für das Engagement!

EspaceSuisse Dorfkernentwicklung Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 5



Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Hinweis**

Diese Umfrage ist nicht repräsentativ und dient als Ausgangslage für die Diskussionen in den Workshops. Ziel ist ein konstruktiver Dialog über die Zukunft des Ortskerns.

Die Auswertung erfolgte anonym.

Es können keine direkten Schlussfolgerungen für Massnahmen oder Haltungen daraus abgeleitet werden.

Spezialkürse | Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister | 7

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Seit wann betreiben Sie dieses Geschäft?**

- Weniger als 1 Jahr 0
- 1 – 5 Jahre 6
- Über 5 Jahre 30

**Seit wann sind Sie an dieser Lage?**

- Weniger als 1 Jahr 1
- 1 – 5 Jahre 4
- Über 5 Jahre 31

*Kommentar: Sehr viele eingeseessene Betriebe. Stabile Szene von Akteuren.*

Spezialkürse | Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister | 8

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Ihre Funktion**

- Inhaber 26
- Geschäftsführer 14
- Filialleiter 6
- Anderes 2

**Ihr Engagement für Ihr Geschäft?**

- Existenz 31
- Nebenerwerb 3
- Hobby / Leidenschaft 3

*Kommentar: Der Ortskern wird bestimmt durch den klassischen Detailhandel und einem hohen Anteil typischer Geschäftsformen.*

Spezialkürse | Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister | 9

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Wie hoch ist die Mietbelastung in Fr./m<sup>2</sup>J?**

- unter 150 3
- 150 bis 200 8
- 200 bis 300 9
- 300 bis 400 3
- über 400 4
- Eigentum 2

*Kommentar: Relativ klassisches Preisgefüge mit verhältnismässig mehr teuren Flächen.*

Spezialkürse | Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister | 10

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Grösse der Gaststube / des Geschäfts in m<sup>2</sup>?**

- unter 30 2
- 30 bis 60 6
- 60 bis 100 12
- 100 bis 200 7
- 200 bis 300 0
- über 300 6

*Kommentar: Mix kleiner und mittlerer Flächen, typischerweise eher wenig Grösse.*

Spezialkürse | Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister | 11

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Ihre Umsatzentwicklung (2013 = 100 Prozent)**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
150%				1	2	4
130%		1	2	2	1	3
110%		6	7	2	5	5
100%	21	8	5	6	7	3
90%		6	5	7	4	4
70%			3	4	4	3
50%				1	1	2

*Kommentar: Uneinheitlich, aber ausgeglichen. Keine ausgeprägte Tendenz nach unten oder oben.*

Spezialkürse | Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister | 12

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

### Genereller Geschäftsgang der letzten 10 Jahre?

▪ Steil aufwärts	0
▪ Langsam aufwärts	7
▪ Etwa gleichbleibend	4
▪ Langsam abwärts	16
▪ Steil abwärts	8

*Kommentar: Generelle Situation wird eher negativ empfunden, schlechter als der eigene Geschäftsgang.*

Spezialkürse Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 13

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

### Wie beurteilen Sie das Oberdorf als Geschäftsstandort?

▪ optimal	15
▪ mittelfut	12
▪ suboptimal	6
▪ ungeeignet	2

*Kommentar: Mittlere bis gute Zufriedenheit mit dem Standort.*

Spezialkürse Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 14

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

### Gibt es Ihr Geschäft noch in 5 Jahren?

▪ Ja	20
▪ Eher ja	6
▪ Vielleicht	5
▪ Eher nein	3
▪ Nein	2

**Warum «eher nein» oder «nein»?**

▪ Nachfolge unklar	5
▪ zu wenig Rendite	4
▪ schwieriger Standort	3
▪ genereller Wandel in Detailhandel	2
▪ rückläufige Branche	1

*Kommentar: Relativ gute Entschlossenheit und Optimismus spürbar.*

Spezialkürse Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 15

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

### Falls «Ja»: Sind Sie in fünf Jahren noch im Oberdorf anzutreffen?

▪ Ja	23
▪ Eher ja	4
▪ Eher nein	4
▪ Nein	2

**Warum «eher nein» oder «nein»?**

▪ Der Standort Ortskern wird an Bedeutung verlieren	5
▪ Ich brauche einen Standort mit Parkplätzen vor dem Haus	4
▪ Pensionierung	1

*Kommentar: Klares Bekenntnis zum Oberdorf.*

Spezialkürse Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 16

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

### Wie attraktiv empfinden Sie das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort?

▪ sehr attraktiv	0
▪ attraktiv	6
▪ mässig attraktiv	20
▪ wenig attraktiv	9

*Kommentar: Substanzielle Zweifel an eigener Attraktivität.*

Spezialkürse Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 17

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

### Welches sind die Stärken im Vergleich zu anderen Kur- und Tourismusorten?

- stimmungsvoller Ortskern	0
- schöne Grünflächen und Plätze	14
- wenig Verkehr	3
- gutes Parkplatzangebot	3
- gute Erreichbarkeit (Bahn, Bus, Auto)	20
- gutes Ladenangebot	6
- gute Cafés und Restaurants	10
- intimer Flair: man kennt sich	14
- historisches Umfeld	8
- Thermalwasser	27
- Grand Resort Bad Ragaz	20

*Kommentar: Bekenntnis zum Thermalwasser, sonst verhaltene Beurteilung, Wenig Charme, Weshalb? Ist man zu kritisch mit sich selber?*

Spezialkürse Dorfkerneentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 18

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Wo sehen Sie Schwächen des Oberdorfes von Bad Ragaz als Begegnungs- und Einkaufsort?**

- Viele leere Ladenlokale	28
- Läden zu weit auseinander	3
- dürftiges Ladenangebot	18
- Warenangebot trifft nicht meinen Geschmack.	6
- Restaurants/Cafés sind wenig attraktiv	14
- wenig attraktiv zum Flanieren und Verweilen	17
- Viele Plätze, aber kein klares Zentrum	9
- eher schwierig zum Parkieren	21
- eher zu viel Verkehr	5

*Kommentar: Leerstand macht Sorge, Parkierung und Angebotsqualität schwingen negativ mit.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 19

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**In welche Richtung soll sich das Oberdorf entwickeln? (1)**

- Die Richtung stimmt. Man muss das Bestehende pflegen.	4
- Es soll eine Art Wohnzimmer werden: weniger Strasse, gemütliches Verweilen, attraktive Läden und Cafés.	19
- Man muss die Nische suchen: kleine, persönliche Läden und Angebote mit engem Kundenbezug.	21
- Der Einkauf wird sich in Bad Ragaz kaum halten können. Dazu sind Mels, Sargans und Landquart zu nahe.	3
- Man muss den Detailhandel ausbauen: Grössere Ladenflächen, Parkplätze, Werbung machen.	10

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 20

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**In welche Richtung soll sich das Oberdorf entwickeln? (2)**

- Im Oberdorf braucht's mehr Inszenierung: Kurortromantik beleben, Bergkulisse zelebrieren, Wasser zulassen	17
- Wir müssen weiter auf den Tourismus setzen und die Gastronomie und die Hotellerie stärken und ausbauen.	25
- Als Kurort ist Bad Ragaz prädestiniert als Wohnort älterer Personen: Man muss sich mehr auf sie ausrichten.	3

*Kommentar: -Weiter wie bisher- ist keine Option. Setzen will man auf das Dörfliche und den Tourismus.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 21

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Welche Massnahmen könnten das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort aufwerten? (1)**

- gemeinsame Öffnungszeiten	5
- mehr gemeinsame Werbung	11
- mehr Cafés und Aussensitzplätze	17
- mehr Grün, mehr Blumen, mehr Bäume	14
- weniger / langsamerer Verkehr	9
- mehr Parkplätze in oder beim Ortskern	18
- mehr Veloabstellplätze	6
- mehr Platz für Aussenverkauf	5
- gezielt attraktive Läden ansiedeln	23
- Das Thermalwasser im Dorf sichtbar machen	15

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 22

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Welche Massnahmen könnten das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort aufwerten? (2)**

- Zugänge zur Tamina schaffen	6
- Das Dorfbad inszenieren	13
- Hauptstrasse im Oberdorf umgestalten	11
- attraktivere und bessere Verbindungen zum Bahnhof für den ÖV und den Fuss- und Veloverkehr	8
- Vermehrt Feste, Messen in den Zwischenjahren der BadRagARTz	20

*Kommentar: Qualität- und aktivitätsbringende Massnahmen schwingen eher oben aus.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 23

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Thema Historische Liegenschaften im Oberdorf (Hotel Fortuna, Dorfbad, Bank Linth)**

- Das Dorfbad wäre anders besser genutzt.	19
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Rest. Central) gehört zu Bad Ragaz und sollte sanft renoviert werden.	23
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Restaurant Central) kann einem neuen Projekt weichen.	7
- Wir brauchen eine Strategie, wie wir mit unseren historischen Bauten umgehen wollen.	13
- Die historischen Bauten sind ein bedeutendes Erbe von Bad Ragaz, zu dem wir Sorge tragen müssen.	21
- Die Art der Nutzung des Dorfbads ist heute optimal.	1

*Kommentar: Historisches Erbe wird geschätzt, aber die Nutzung wirft zum Teil Fragen auf.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 24

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Ist das heutige Verkehrsregime auf der Kantonsstrasse optimal für das Oberdorf?**

- ja, ganz klar 1
- wahrscheinlich ja 13
- kaum 13
- sicher nicht 5

*Kommentar: Es ist eine gewisse Hilfslosigkeit spürbar beim Thema Verkehr.*

Spacialfälle Dorfkerne/Entwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Läden / Gastro / Dienstleister 26

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Welches Verkehrsregime denken Sie, wäre besser für das Oberdorf?**

- weitgehend autofrei 6
- Begegnungszone (Tempo 20, Vortritt Fussgänger) 11
- Tempo 30 (Vortritt Autos) 12
- Die Strasse kann bleiben, wie sie ist. 11
- Man sollte einen Versuch starten und sehen, wie es sich bewährt. 8

Weiteres:

- Umgestaltung in eine Gemeindestrasse mit Tempo 30 1
- Viele oberirdische Parkplätze. 1

*Kommentar: Die Kantonsstrasse bleibt diffus vom Verkehrsregime her. Tendenz zu Tempo 30 oder Tempo 20.*

Spacialfälle Dorfkerne/Entwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Läden / Gastro / Dienstleister 26

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Was sollte beachtet werden, falls das Verkehrsregime angepasst wird? (1)**

- Die Kantonsstrasse kann bleiben, wo sie ist, sollte aber weniger verkehrsorientiert gestaltet sein. 6
- Die Kantonsstrasse soll vom Bartholomé- bis zum Kronenplatz platzähnlich gestaltet werden. 10
- Die Neugestaltung der Kantonsstrasse ist nur Kosmetik und löst keine Probleme. 7
- Die Mühlerainstrasse sollte eine Option zur Entlastung der Kantonsstrasse und für mehr Parkplätze bleiben. 17
- Ein Dorfplatz vor dem alten Dorfbad würde dem Oberdorf ein klares Zentrum verschaffen. 9

Spacialfälle Dorfkerne/Entwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Läden / Gastro / Dienstleister 27

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Was sollte beachtet werden, falls das Verkehrsregime angepasst wird? (2)**

- Es braucht entlang der Kantonsstrasse nach Pfäfers mehr Raum für Aussensitzplätze, Kunst und Begrünung. 8
- Egal was kommt: weggefallene Parkplätze sind anderswo zu kompensieren (z.B. an der Mühlerainstrasse). 11
- Die Kantonsstrasse nach Pfäfers braucht einen identitätsstiftenden Namen (z.B. Im Oberdorf). 1
- Die Strassenraumgestaltung im Oberdorf ist egal, solange der Verkehr flüssig rollt. 2

*Kommentar: Mit der Mühlerainstrasse wird weiterhin als Umfahrung geliebtegt. Auch über die übrige Gestaltung herrscht Dissens.*

Spacialfälle Dorfkerne/Entwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Läden / Gastro / Dienstleister 28

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Wie liesse sich die Parkierung für die Kunden verbessern?**

- Wir haben genug Parkplätze, wir brauchen keine Verbesserung. 5
- Uns fehlen vermehrt Kunden, die zu Fuss oder per Velo kommen. 5
- Es braucht mehr Parkplätze an der Mühlerainstrasse. 10
- Es braucht weitere Kurz- und Langzeitparkplätze, und zwar an folgendem Ort: 16
  - Bahnhofstrasse 3
  - Oberdorf 2
  - Zwischen Krienenplatz und Rathaus 2
  - Eine angemessene Zentrumsbebauung mit Tiefgarage. 2
  - Bijouterie Sucky / Fläschstrasse / Raum Hintergasse / Central / Post je 1

*Kommentar: Parkplätze sind auch in Bad Ragaz ein zentraler Diskussionspunkt. Die Ideallösung für jedermann gibt es vermutlich nicht.*

Spacialfälle Dorfkerne/Entwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Läden / Gastro / Dienstleister 29

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage

**Wie ist dem Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz am meisten geholfen? (1)**

- Wir müssen ausgefallene touristische Angebote schaffen. 16
- Die Hotellerie im Dorf muss gepflegt werden, damit sie wieder zu Kräften kommt. 29
- Wenn die Betriebe im Dorf mit dem Grand Resort zusammenspannen, profitieren alle. 18
- Was das Oberdorf braucht ist eine gehaltvolle Hotellerie und mit gutbürgerlicher Gastronomie. 21
- Der Tourismus folgt einer eigenen Dynamik, in die man nicht eingreifen muss. 0

Spacialfälle Dorfkerne/Entwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop/Läden / Gastro / Dienstleister 30

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Wie ist dem Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz am meisten geholfen? (2)**

- Das Grand Resort sichert den Tourismus für Bad Ragaz. Mehr braucht es gar nicht. 0
- Wir sollten uns damit abfinden, dass der Tourismus in Bad Ragaz an Bedeutung verloren hat. 4
- Bad Ragaz sollte sich vom Tourismus lösen und sich wirtschaftlich breiter aufstellen. 2

*Kommentar: Starker Wille spürbar, den Tourismus weiterzutragen. Hotellerie ist zu einem Notfallpatient geworden.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 31

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Auf welche Art von Tourismus muss Bad Ragaz in Zukunft setzen? (1)**

- Schwerpunkt Wintertourismus im Pizolgebiet 16
- Schwerpunkt Sommertourismus mit Wandern, Biken, usw. 22
- Wellness und Gesundheitstourismus mit dem Thermalwasser als Sujet. 25
- Kunst- und Kulturtourismus vor dem Hintergrund Bad RagARTz und LIGHTRAGAZ. 25
- Erlebnistourismus vor dem Hintergrund Belle Époque mit neuem Dorfplatz vor dem Dorfbad, Sommerkonzerten, Bildhauerevents auf dem Dorfplatz, reaktivierter Wartensteinbahn usw. 25

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 32

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Auf welche Art von Tourismus muss Bad Ragaz in Zukunft setzen? (2)**

- GenussTourismus mit Schwerpunkt Gastronomie und Wein. 11
- Eventtourismus wie z.B. Arosa mit dem Humorfestival, Quellrock Openair, etc. 7
- Das ist alles vergebene Liebesmüh, es braucht keine Tourismusförderung in Bad Ragaz. 0

*Kommentar: Sie sehen die Schwerpunkte des Bad Ragazer Tourismus in Kultur & Kunst, Tradition und Wellness & Gesundheit. Die Sommerzeit ist wichtiger als der Winter.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 33

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Soll das Oberdorf wieder attraktiver werden, ist Zusammenarbeit gefragt.**

- Es braucht alle: Gewerbe, Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel, die Eigentümer und die Gemeinde. 30
- Wir müssen die Zusammenarbeit unter den Gewerbebetreibenden neu organisieren. 9
- Wir haben unter den Gewerbebetreibenden bereits eine ausreichend gute Zusammenarbeit. 1
- Gar nicht, die Zusammenarbeit zwischen Gewerbebetreibenden, Eigentümern und der Gemeinde bringt nichts. 0
- Ich bin bereit, in einer bestehenden oder neuen Organisation auf ein attraktives Oberdorf hinzuwirken. 8

*Kommentar: Alle erkennen Handtatsache, wenige wollen handeln.*

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 34

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister – Die Umfrage  
**Gesamtkommentar Umfragen Läden/Betriebe**

- Das Interesse an der Entwicklung im Dorf ist da.
- Die Grundhaltung der Betriebe ist positiv, aber teilweise etwas orientierungslos.
- Es gibt eine doppelte Verunsicherung: Ladennrückgang durch Strukturwandel und Wandel im Tourismus.
- Viele Ideen oder Rezepte im Raum, allerdings ist auch Widerstand spürbar. Erzeugt auf Dauer Frust und wenig Veränderung.
- Man sucht den stimmungsvollen Dorfkern, mit möglichst kleinen Abstrichen beim Verkehr und der Parkierung.
- Man sieht vor allem Chancen in der Bespielung des Aussenraumes (Bestuhlung, Cafés, Grün).
- Die Tourismusausrichtung von Bad Ragaz prägt auch die heutigen Zukunftsvisionen stark.

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 35

Workshop Läden/Gastro/Dienstleister  
**Workshop – Bewertung der Kernsätze**

**Ziel: Klare Aussagen finden, konkrete Massnahmen formulieren**

**Ablauf:**

- Team Netzwerk Altstadt hat 13 Kernsätze auf A3-Blätter formuliert.
- Pro A3-Blatt ein Kernsatz. Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer soll zu jedem Kernsatz EIN Punkt auf EINE Antwort kleben.
- Anschliessend faire und offene Diskussion im Plenum.

Spezialkürse Dorfentwicklung/Bad Ragaz - Nutzungsstrategie/Workshop Läden / Gastro / Dienstleister 36

#### 4.4. Workshop Läden / Gastro / Dienstleister vom 12 Juni 2019 und Workshop Eigentümer vom 24. Juni 2019

## EspaceSuisse

Verband für Raumplanung  
Association pour l'aménagement du territoire  
Associazione per la pianificazione del territorio  
Associazioni per la pianificazione dal territori



Espace Suisse, Team Netzwerk Altstadt  
Rémy Rieder

Bern, 28. Juni 2019

An Dani Bauer

#### **Bad Ragaz, Workshop Lädeler, Hotellerie, Gastronomie vom 12. Juni 2019, 19.00 bis 21.00**

Allgemein. Es erschienen rund 20 Personen; 105 Fragebogen waren schickt worden, 31 wurden retourniert. Wegen der tiefen Teilnehmerzahl war die Stimmung zuerst etwas verhalten, besserte sich aber rasch.

#### **Vision nötig!**

Die Lädeler sehen die Wichtigkeit und Notwendigkeit einer Vision fürs Ortszentrum.

#### **Ambiente im Dorf stimmt fast**

Das Gesamtambiente stimmt. In Bad Ragaz ist immer etwas los. 2018 war mit Bad RagARTz und Light Ragaz turbulent im positiven Sinn. Keine Katerstimmung in den Zwischenjahren der Bad RagARTz.

#### **Das (Thermal-)Wasser ins Dorf bringen und sichtbar machen**

Das Wasser und speziell das Thermalwasser sind im Dorf zu wenig spürbar. Im Dorf gibt es zwar 33 Brunnen, aber sie kommen zu wenig zur Geltung. Es besteht auch kein Konzept, wie die Brunnen gepflegt werden. Für den einzigen Thermalwasserbrunnen vor dem Dorfbad ist wäre mehr Pflege wünschenswert; die Verantwortung scheint nicht geregelt. Mit wenigen Massnahmen wäre viel erreichbar, z.B. Becher zur Verfügung stellen, den Brunnen regelmässig reinigen. Es wird generell zu wenig ersichtlich, dass dort Thermalwasser fliesst.

#### **Das Dorfbad mit attraktiverer Nutzung füllen.**

Man ist sich einig, dass das Dorfbad besser genutzt werden sollte. Auch das Thermalwasser im Dorfbad müsste zugänglicher werden.

Der Betrieb, der aktuell die Konzession hält (Schaub) macht seine Sache gut und müsste dafür miteingebunden werden. Das Tourismusbüro hat zu wenig Bezug zum Bad und ist darin für Gäste und Touristen nur schwer zu finden. Gefragt sind eine attraktivere und passendere Nutzung fürs Bad. Die Idee eines Kaffees im Dorfbad findet Unterstützung. Dafür braucht das Tourismusbüro einen alternativen und sichtbaren Standort, an den die Gäste gelenkt werden. Heildiland Tourismus hängt scheinbar nicht am Standort im Bad und ist Vorschlägen gegenüber möglicherweise offen.

#### **Öffentlicher Platz vor dem Dorfbad weiterverfolgen.**

Die Idee eines grossen Platzes vor dem Dorfbad kommt gut an. Heute finden bereits viele Veranstaltungen zwischen dem Dorfbad und dem alten Rathaus statt, ohne dass dafür eigens ein Platz existiert. Ein Platz gäbe dem Ganzen eine Bühne.

EspaceSuisse Verband für Raumplanung  
Sulgenrain 20 3007 Bern +41 31 380 76 76 info@espacesuisse.ch www.espacesuisse.ch



### **Überbauung Zentrum differenziert angehen**

Die Baulücke schmerzt und ist ein heikler Punkt. Einerseits passiert gefühlt nichts, andererseits darf auf den Kiesflächen offiziell nicht parkiert werden, was für Kopfschütteln sorgt. Ein gutes Projekt könnte viel Drive bringen; ein offener und fairer Dialog zwischen den Eigentümern müsste geführt, die Absichten offen auf den Tisch gelegt werden. Eine Chance.

### **Situation im Oberdorf verbessern**

Das südliche Oberdorf wird der Rolle als Visitenkarte zwischen Grand Resort, dem Dorf und der Taminaschlucht nicht gerecht. Dort muss das Angebot stimmen, doch das tut es zurzeit nicht. Es kaum einen Grund, hinzugehen. Die leeren Schaufenster des Hotels Fortuna stören und müssten bespielt werden. Die Eigentümerin müsste für lokale Anliegen ein offenes Ohr haben. Ein Einzelgespräch wird vorgeschlagen. Cafés sind öfters gleichzeitig zu; die Öffnungszeiten könnten als erster Schritt angepasst werden. Egal, was im südlichen Oberdorf passiert - es ist alles besser als die jetzige Situation. Zudem fehlen Parkplätze, die dort dringend nötig wären.

### **Mühlerainstrasse als temporäre Umfahrung beibehalten**

Bei Veranstaltungen wird der Ortskern temporär via Mühlerainstrasse umfahren. Das funktioniert gut, auch wenn der Transit ins Taminatal erschwert wird. Als Umfahrung des Ortskerns kommt sie in heutiger Form nicht in Frage. Der Saneierungsbedarf besteht nach wie vor. Die sich daraus ergebende Synergie für eine Umgestaltung sollte genutzt werden. Als grundsätzliche Option als temporäre Umfahrung kann sie weiterhin genutzt werden. In Zukunft ist das Ziel, sie nicht als verlagerte Kantonsstrasse, sondern als bessere Umfahrung bei Anlässen im Ortskern zu anzubieten.

### **Den Verkehr nicht umleiten, sondern im Zentrum belassen**

Im Oberdorf wünscht man sich Kundenfrequenzen wie an der Maienfelder-/Sarganserstrasse. Dort pulsiert der Detailhandel. Den Grund sieht man in den Parkplätzen, die rege genutzt werden. Man befürchtet, dass sich eine Umleitung des Verkehrs aus dem Ortskern stark negativ aufs Geschäft auswirken würde.

Man ist sich einig, dass der Verkehr auf der Kantonsstrasse für den Ort wichtig ist. Eine Anpassung des Regimes wird grundsätzlich akzeptiert, solange der Verkehr zirkulieren darf und die Planung schlüssig aufzeigt, was mit dem Ortskern geschieht. Propagiert wird die Koexistenz von Dorfzentrum, Verkehr und Detailhandel. Man hat das Gefühl, dass der Gemeinderat diese Ansinnen stützt.

### **Wenig Kurzzeitparkplätze schaffen**

Scheint in erster Linie im Oberdorf ein Thema zu sein. Sie scheinen vor allem für einheimische Kunden wichtig (Gäste und Touristen sind zu Fuss oder mit dem ÖV unterwegs). Es fehlt das Verständnis dafür, dass die Parkplätze im Perimeter Überbauung Zentrum nicht als Übergangslösung genutzt werden.

### **Lokale Kundschaft nicht vergessen**

Die Beziehungen zu lokalen Kunden sind sehr gut. Der direkte und intime Kontakt wird als Vorteil erkannt und sollte weiter ausgebaut werden. Das tägliche Brot wird mit dem Einkauf durch Einheimische verdient (die Gastronomie bildet eine Ausnahme). Insbesondere im Winter spürt man kaum etwas von Tourismuskästen. Das Angebot muss daher Gäste und Einheimische gleichermaßen bedienen.

### **Herausfordernd, das Wohnen als Stütze fürs Erdgeschosses zu etablieren**

Im EG-Wohnen sieht man eher Konfliktpotenzial. Das Zentrum sei nicht zum Wohnen gemacht. Allerdings wird auch erkannt, dass die Lage der Liegenschaft ausschlaggebend ist. Gerade im Oberdorf gibt es viele Veranstaltungen - damit müsste man leben können. Dass das Wohnen

die Erdgeschossnutzungen stützen kann, wird zwar erkannt, die sich damit bietenden Chancen eher weniger. Viele Liegenschaftseigentümer wohnen nicht in Bad Ragaz, sind schwer zu erreichen und interessieren sich nicht immer für die lokalen Anliegen.

#### **Starke Beziehungen zwischen Lädeler halten, gute zum Grand Resort pflegen und Beziehungen zur Verwaltung verbessern**

Die Beziehungen zwischen GR und den Lädeler im Dorf sind gut. Das Gewerbe lobt den Austausch mit dem GR und freut sich ab dessen Kundschaft, auch wenn sie es seltener über die Tamina schafft. Die Tamina wird nicht als Röstigraben verstanden, im Gegenteil. Unter den Lädeler im Ortskern ist der Zusammenhalt hoch, es ist sehr viel Engagement spürbar. Der Gewerbeverein ist stark, arbeitet gut zusammen und kann gut organisieren. Allerdings wünscht man sich von der Verwaltung etwas mehr Anerkennung und Entgegenkommen bei Anlegen und Vorschlägen. Informationen scheinen teilweise stark informell zu fließen, mehr Transparenz könnte nicht schaden. Ein runder Tisch könnte helfen.

#### **Den Ladenmix verbessern**

Die Lebensmittelgeschäfte sind stark in Ragaz. Der Sektor zieht Gäste von auswärts an. Ansonsten scheint es schwierig, in Bad Ragaz gezielt Unternehmen anzusiedeln. Den Grund dafür erkennt man in den zu hohen EG-Mieten. Man trauert etwas dem Kurdirektor hinterher, der für einen guten Austausch sorgte zwischen Eigentümern, Läden und der Verwaltung. Heute hätte das Heidiland diese Rolle (Standortförderung) doch Heidiland Tourismus ist zu gross, zu wenig massgeschneidert und entsprechend zu wenig lokal. Man sieht den Gemeinderat in der Pflicht; Wirtschaftsförderung erkennt man nicht als Aufgabe der Gastronomie/Gewerbes. Mittel hierfür wären vorhanden, so die Meinung. Gemeinde muss in den Lead.

#### **Qualitätsvolle Hotellerie in der Mittelklasse nötig**

Es fehlen mindestens drei gute Mittelklassehotels. In den Hotels am Kroneplatz (Krone, Bambi) ist Bewegung drin, da kommt etwas. Man verspricht sich davon vieles fürs Oberdorf. Neue Hotels sind aber kaum finanzierbar. Davon profitieren die Ferienwohnungen, die zunehmen. Man befürchtet eine zunehmende Konkurrenz aus dieser Sparte und damit weiter erschwerte Rahmenbedingungen für die angeschlagenen Hotellerie. Der Wunsch nach Regulierung steht im Raum.

#### **Austausch zwischen Eigentümern und Ladenbetreiber aufgleisen**

Man erkennt die Wichtigkeit des Austauschs. Gleichzeitig wurden in der Vergangenheit negative Erfahrung gemacht im Gespräch mit Grundeigentümern und fühlte sich nicht ernst genommen. In diesem Zusammenhang wünscht man sich mehr Unterstützung von der Gemeinde.

28. Juni 2019  
EspaceSuisse, Team Netzwerk Altstadt

Rémy Rieder

EspaceSuisse, Team Netzwerk Altstadt  
Daniel Bauer

Hüttwilen, 27. Juni 2019

An Rémy Rieder

**Bad Ragaz (BR), Workshop 2, Eigentümer, 26. Juni 2019, 19.00 bis 21.00 Uhr**

Zusammenfassung der Diskussion:

#### **BR braucht eine Vision**

Die Eigentümer sind bereit, eine gemeinsame Vision zu entwickeln. Sie sehen die Notwendigkeit davon und sie sehen die Wichtigkeit der Zusammenarbeit. Einige Akteurinnen und Akteure zeigen hohe Motivation mitzuarbeiten.

#### **Die Zusammenarbeit fördern**

Es herrscht deutliche Übereinstimmung, dass die Dorfkernentwicklung eine gemeinsame Sache sein muss. Alle sollten sich an diesem Projekt beteiligen.  
Gemeinde, Eigentümer, Detaillisten, Hotelliers, Gastronomen  
Der Lead sollte bei der Gemeinde sein.  
Der Gewerbeverein ist fit zu machen.  
Die Zusammenarbeit zwischen Gemeinde und Gewerbeverein ist zu intensivieren.

#### **Das Wasser als USP**

Das Thermalwasser ist das grosse Aushängeschild für den Ort Bad Ragaz. Damit muss vermehrt gearbeitet werden.  
Thermalwasser als Tourismusangebot  
Thermalwasser oder Wasser der Tamina als Gestaltungselement im Aussenbereich. Plätze, Strasse, Parks, usw.  
Thermalwasser als Element beim Dorfbad  
Das Wasser ist für Bad Ragaz **die** Einzigartigkeit.

#### **Tourismus in BR**

BR und der Tourismus gehören seit Jahrzehnten zusammen. Zur Zeit entwickelt sich ein ambivalentes Verhältnis Hassliebe. Die Qualität im Dorf im Bereich Hotellerie und Gastronomie ist gesunken. Das Niveau ist abgerutscht. Gute Häuser gingen verloren. Verschiedene Projekte sind konzeptlos unterwegs und rutschen womöglich immer tiefer ab.

Zu lange hat man sich auf das Grand Resort verlassen. Im Dorf selber hat man den Tourismus lange zu wenig gepflegt.

Der Tourismus gehört zum Dorf. Man sollte unbedingt versuchen ihn zu «reanimieren». Die Themen im Tourismus: Wasser, Wellness, Gesundheit; Kultur, Kunst

Dorfbad: Das Dorfbad als Visitenkarte im Ort muss besser genutzt werden, die Bäderlandschaft sollte unbedingt öffentlich zugänglich werden. Vom Dorfbad müssten alle Hotelbetriebe im Dorf profitieren können. Das Tourismusbüro muss sichtbar im Dorf platziert werden. Es gehört nicht in den Innenhof des Dorfbades versteckt. Der Platz vor dem Dorfbad ist gestalterisch zu einem Dorfplatz für Kunst, Kultur, Märkte, usw. aufzuwerten.

Problematik im Tourismus: Banken finanzieren Tourismusprojekte kaum.

Zum Projekt Wartensteinbahn als Leuchtturmprojekt und seinen Nutzen für Bad Ragaz gibt es keine dezidierten Aussagen. Man scheint abwarten und erst einmal schauen zu wollen.

Der Bahnhof

Am Bahnhof ist die «Adresse» ins Dorf suboptimal. Der Empfang der Gäste an diesem Ort ist qualitativ schlecht. Leerstehende Häuser machen den Raum zum Bahnhof hin unattraktiv.

### **Verkehr**

Kantonsstrasse durch Oberdorf ist ok. Dies kann so bleiben.

Ein anderes Verkehrsregime wäre denkbar. 30er Zone oder Begegnungszone (Tempo 20). Der Gast im Oberdorf sollte die Strasse gut und sicher queren können.

Eine Ausweichvariante für das Oberdorf ist mit der Mühlerainstrasse gegeben. Dies funktioniert heute schon und sollte auch künftig funktionieren.

Man befürchtet, dass ein Ausbau der Mühlerainstrasse dazu führt, dass später doch diese Achse als Hauptverkehrsverbindung genutzt und das Oberdorf für den Durchgangsverkehr geschlossen würde. Dies wollen die Eigentümer nicht.

Parkplätze im Oberdorf sind wichtig.

Die Tiefgarage sollte wenn möglich erweitert und vergrössert werden.

Weitere Tiefgaragen sind gewünscht.

Kurzzeitparkplätze sind vor allem im südlichen Teil des Oberdorfs zu schaffen. Diese sind sehr gewünscht.

Parkplätze in der Mühlerainstrasse werden zu wenig wahrgenommen. In dieser Strasse hat es heute schon Parkplätze, sind werden vergleichsweise wenig genutzt. Eine erweiterte Parkmöglichkeit in der Mühlerainstrasse wird eher ablehnend beurteilt.

Verbindungen mit dem ÖV zwischen Bahnhof und Oberdorf aber auch für den ganzen Ort werden begrüsst. Es fällt der Vorschlag, einen Ortsbus einzuführen, der regelmässig vom Bahnhof aus in einem Rundkurs die ganze Gemeinde erschliesst und mit dem Oberdorf vernetzt.

### **Ambiente im Dorf**

Die Strasse braucht eine gestalterische Aufwertung. Sie sollte künftig nicht als Strasse, sondern als Platz wahrgenommen werden.

Im Dorf Plätze mit Sitzbänken, Brunnen und Blumen schaffen. Die Leute sollen sich wohl fühlen.

27. Juni 2019

EspaceSuisse, Team Netzwerk Altstadt

Daniel Bauer

Seite 2

## Kernsätze und Bewertung durch Anwesende der Workshops

### Läden-Gastro

Bei den Läden / Gastronomen kommen ca. 20 Personen. Die Stimmung ist zuerst verhalten, besser sich aber rasch in eine engagierte Diskussion zu den Kernsätzen.

### Eigentümer

Der Workshop der Eigentümer wird von ca. 40 Personen besucht. Es werden zwei Gruppen gebildet. Die Stimmung ist engagiert und interessiert in einer Gruppe, in der anderen ist die Diskussion etwas zäh. Die Kernsätze werden ähnlich bewertet.

Kernsatz	Sehe ich so.	Sehe ich nicht so.	egal/ unwichtig
Bad Ragaz lebt vom Wasser und vor allem vom Thermalwasser. Es hebt uns von anderen Gemeinden und Tourismusregionen ab.	<p>•••••</p> <p>••••• (18)</p> <p>•••••</p> <p>••••• (26)</p>	<p>•• (2)</p> <p>•• (2)</p>	
Bad Ragaz fehlt eine klare Entwicklungsvorstellung und eine Vision für die Zukunft. Uns würde es helfen, wenn wir wüssten, wo Bad Ragaz 2040 stehen will.	<p>•••••</p> <p>••••• (17)</p> <p>•••••</p> <p>••••• (20)</p>		<p>• (1)</p> <p>•• (2)</p>
Das Thema Umfahrung und Verkehr ist zurzeit vom Tisch. Für Veranstaltungen im Dorf kann die Mühlerainstrasse als temporäre Umleitung genutzt werden.	<p>••••• (15)</p> <p>••••• (14)</p>	<p>••• (3)</p> <p>••••• (13)</p>	

Falls eine zusätzliche Tiefgarage im Rahmen der Überbauung Zentrum erstellt wird, dann existieren genügend Parkplätze im Oberdorf.	.....(4) .....(13)	.....(11) .....(11)	•(1)
Für ein Kurzzeitparkieren genügen einige wenige (3-5 PP) Parkplätze im Oberdorf.	.....(4) .....(7)	..... ••(14) .....(18)	•(1)
Der Tourismus hat in Bad Ragaz Zukunft. Im Oberdorf muss aber das touristische Angebot zugeschnitten werden auf die Themen Wellness + Gesundheit, Kunst + Kultur und Lokalkolorit + Tradition.	.....(13) .....(20)	.....(5) ••(3)	••(2)
Es gibt im Oberdorf kaum Hotels oder gastronomische Angebote im mittleren Segment. Hier liegt ein grosses Potenzial brach.	.....(14) .....(24)	.....(4) ••(2)	
Die Eigentümer und Läden sollten sich vermehrt über die Nutzung der Erdgeschosse im Ortskern unterhalten und gemeinsame Projekte realisieren. Ziel muss ein lebendiges Oberdorf mit wenig Leerständen sein.	.....(18) .....(22)		•(1)
Wir brauchen im Oberdorf mehr Frequenzen, um die Gastronomie und den Detailhandel zu stützen. Weil der Reiz der Angebote zwischen Dorf und Grand Resort nicht mehr spielt, fehlt ein Teil der touristischen Frequenzen. Diese müssen wir reanimieren.	.....(17) .....(19)	•(1) ••(2)	•(1)

Für die Gemeinde soll die Überbauung Zentrum zum Leuchtturmprojekt werden. Sie kann damit die Entwicklung im Oberdorf antossen und mit der Markthalle Rahmenbedingungen schaffen für innovative Kleinunternehmen, Kunst + Kultur und Anlässe für den Tourismus.	..... (5) ..... (13)	..... (13) ..... (6)	..... (3)
Das Dorfbad bietet Potenzial für ein Dorftreffpunkt mit Aussenraumqualität. Hier könnte ein Dorfplatz zwischen Dorfbad und Überbauung Zentrum für Einheimische und Touristen entstehen. Nutzungen: Märkte, Konzerte, Gastronomie, Kunst, usw.	..... (19) ..... (20)		
Das Wohnen hat im Oberdorf an Bedeutung gewonnen. Damit können wir die Liegenschaften und Grundstücke rentabel halten. Der Detailhandel und die Gastronomie hingegen verlieren immer mehr an Bedeutung.	..... (12)	..... (11)	..... (2)

Die Herausforderungen im Dorfkern betreffen uns alle – wir sitzen im selben Boot. Ich bin gewillt, gemeinsam auf ein attraktives Oberdorf hinzuwirken.	Ich bringe mich ein in einer neuen Organisation.	Ich bringe mich ein in bestehender Form, aber intensiver.	Das ist nichts für mich.
--	--	---	--------------------------

	<p>..... (4)</p> <p>..... (15)</p>	<p>..... (9)</p> <p>• (1)</p>	<p>..... (4)</p> <p>..... (4)</p>	
Viele Themen beschäftigen Bad Ragaz und sein Oberdorf. Wir können aber nicht alles gleichzeitig lösen. Wir sollten deshalb zuerst:	Die Verkehrsführung optimieren.	Das Parkplatzangebot vergrössern.	Den Aus- und Strassenraum im Ortskern aufwerten.	Eine Standort- und Wirtschaftsförderung einführen.
	<p>..... (6)</p>	<p>..... (2)</p> <p>• (1)</p>	<p>.....</p> <p>• (13)</p> <p>.....</p> <p>..... (20)</p>	<p>• (1)</p> <p>..... (5)</p>



## 4.5. Umfragebogen Eigentümer

### EspaceSuisse

Verband für Raumplanung  
Association pour l'aménagement du territoire  
Associazione per la pianificazione del territorio  
Associazion per la planisaziun dal territori

## Umfrage Liegenschaftseigentümer

im Oberdorf Bad Ragaz (gemäss Perimeter Nutzungsstrategie)

Danke, dass Sie sich kurz Zeit nehmen (10'-20')!

- Bitte Zutreffendes ankreuzen.
- Auch teilweise ausgefüllte Bögen sind willkommen.
- Bei mehreren Häusern in Ihrem Besitz: Bitte pro Liegenschaft einen Bogen ausfüllen.
- Bei mehreren Eigentümern: Es reicht, wenn pro Haus ein Fragebogen ausgefüllt wird.
- Der Bogen kann anonym abgegeben werden.

Bitte retour an EspaceSuisse bis 30. April 2019. Ein frankiertes Antwortcouvert liegt bei. Sie können den Fragebogen auch digital über folgenden Link ausfüllen: <https://findmind.ch/c/Eigentuemmer>. Vielen Dank!!

Vertraulichkeit:

Diese Fragebogen werden nur vom Team Netzwerk Altstadt bearbeitet.

Die Auswertung der Daten erfolgt in anonymisierter Form.

Adresse der Liegenschaft:

Ihr Name:

Ihre Adresse:

### a) Fragen zum Haus

Seit wann sind Sie Eigentümer dieser Liegenschaft?

- Weniger als 1 Jahr     1 – 5 Jahre     über 5 Jahre     über 15 Jahre

Welches sind die Motive für den Besitz? (Mehrfachnennung möglich)

- Eigenbedarf     aus Familienbesitz     Rendite / Vorsorge     Liebhaberei  
 andere: \_\_\_\_\_

Welches Baujahr hat das Haus (ungefähr bzw. soweit bekannt)?

Wie ist das Haus gegliedert?

Anzahl Wohnungen:

ca. m<sup>2</sup> Gewerbe- und Geschäftsflächen:

Wie ist das Erdgeschoss genutzt?

- Wohnen     Büro / Dienstleistung     Café / Restaurant     Laden  
 Gewerbe     Garage     Abstellfläche     leer

Wie würden Sie den jetzigen Renovationsbedarf innen und aussen einschätzen?

- Gering. Das Haus ist in einem sehr guten Zustand.     Kleine Renovationsarbeiten wären nötig.  
 Das Haus bedarf einer grundsätzlichen Sanierung.     Das Haus sollte ersetzt werden (Abriss).  
 Es stehen grössere Renovationsarbeiten an, z.B. energetische Sanierung, Ersatz der Haustechnik.

EspaceSuisse Verband für Raumplanung  
Sulgenrain 20 3007 Bern +41 31 380 76 76 info@espacesuisse.ch www.espacesuisse.ch



**Sehen Sie Entwicklungsbedarf für Ihr Haus?**

- Nein, es stimmt so für mich.
- Die Rendite sollte besser sein.
- Ich denke gelegentlich an einen Verkauf.
- Die Nutzung könnte besser sein.
- Das Erdgeschoss macht mir Sorgen.
- anderer: \_\_\_\_\_

**Welche Massnahmen würden Ihre Position als Liegenschaftsbesitzer stärken, Ihre Liegenschaft aufwerten? (Mehrfachnennung möglich)**

- Ich würde mich für meine Gasse / Strasse einsetzen, wenn dabei klare Ziele erkennbar sind (Entwicklung der Wohnqualität oder Ladenlage).
- Ich wäre interessiert an einer Beratung im Umgang mit meinem historischen Haus (Umnutzung/Renovation).
- Ich wäre interessiert, meinen Aussenraum aufzuwerten (Vorgarten, Pflanzen, Aufenthaltsbereich), wenn mich die Gemeinde dabei unterstützt (Beratung).
- Ich wäre interessiert an einem regelmässigen Austausch zwischen Ladenbesitzenden und Eigentümern, um meine Erdgeschossfläche optimal einzusetzen.
- Ich wäre bereit, eine gemeinsame Organisation zu unterstützen, die Liegenschaften im Oberdorf erstet, renoviert und vermarktet.
- andere: \_\_\_\_\_

**b) Fragen zum Wohnen im Oberdorf Bad Ragaz**

**Wohnen Sie im Oberdorf von Bad Ragaz?**

- nein
- ja, in diesem Haus
- ja, in einer anderen Liegenschaft

**Wie beurteilen Sie das Wohnen im Oberdorf von Bad Ragaz?**

- attraktiv
- mässig attraktiv
- wenig attraktiv

**Wo sind die Stärken beim Wohnen im Oberdorf von Bad Ragaz? (Mehrfachnennung möglich)**

- attraktive Wohnungen
- Nähe zum ÖV
- Nähe zu Einkaufsmöglichkeiten
- historisches Umfeld
- attraktive Umgebung
- Nähe Zentrum/kurze Wege
- Nähe zur Tamina
- gepflegte Aussenräume
- schöne Gärten, Grünflächen und Terrassen
- andere: \_\_\_\_\_

**Wo liegen die Schwächen beim Wohnen im Oberdorf von Bad Ragaz? (Mehrfachnennung möglich)**

- wenig Licht / Sonne
- keine Aussicht
- enge Grundrisse
- nicht kinderfreundlich
- Parkieren schwierig
- Verkehrslärm
- nachts unsicheres Gefühl
- Nachtlärm von Personen
- Nachtlärm von Gastro- oder Barbetrieb
- Verunreinigungen und Müll/Littering
- wenig geeignet für Menschen mit Behinderungen
- wenig geeignet für alte Menschen
- andere: \_\_\_\_\_

**Was sollte man Ihrer Meinung nach unternehmen für das Wohnen im Oberdorf von Bad Ragaz?**

**(Mehrfachnennung möglich)**

- mehr Wohnen im EG
- Verkehr einschränken
- Verkehr nachts einschränken
- Bauvorschriften lockern
- Parkieren erleichtern
- Zufahrt verbessern für Anwohner
- Aussenräume aufwerten
- mehr Ersatzneubauten
- alte Häuser denkmalgerecht renovieren
- anderes: \_\_\_\_\_



**c) Fragen zum Vermieten (falls zutreffend)**

**Wie steht es um die Vermietbarkeit der Wohnungen?**

- sehr gut vermietbar     mässig gut vermietbar     teilweise längere Leerstände

**Wie ist die Entwicklung der Mietpreise der Wohnungen (letzte 5-10 Jahre)?**

- eher steigend     eher sinkend     etwa gleichbleibend

**Können Sie uns einen typischen Mietpreis für eine Ihrer (mittelgrossen) Wohnungen nennen?**

Anzahl Zimmer:  Fläche in m<sup>2</sup>:  Miete pro Monat ohne Nebenkosten:

**Wie steht es um die Vermietbarkeit der Fläche im Erdgeschoss (falls vorhanden)?**

- sehr gut vermietbar     mässig gut vermietbar     teilweise längere Leerstände

**Wie ist die Entwicklung der Mietpreise der EG-Fläche (letzte 5-10 Jahre)?**

- eher steigend     eher sinkend     stark sinkend     etwa gleichbleibend

**Können Sie uns den aktuellen Mietpreis für die EG-Fläche nennen?**

Mietzins netto pro Monat (ohne NK):  Falls nicht: Fläche in m<sup>2</sup>:  Fr/m<sup>2</sup>:

**d) Fragen zum Standort Oberdorf Bad Ragaz**

**Wie attraktiv empfinden Sie das Oberdorf von Bad Ragaz als Begegnungs- und Einkaufsort?**

- sehr attraktiv     attraktiv     mässig attraktiv     kaum attraktiv

**Wo sehen Sie Schwächen des Oberdorfes als Begegnungs- und Einkaufsort? (Mehrfachnennung möglich)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Viele leere Ladenlokale                | <input type="checkbox"/> Läden zu weit auseinander                       |
| <input type="checkbox"/> dürftiges Ladenangebot                 | <input type="checkbox"/> Warenangebot entspricht nicht meinem Geschmack. |
| <input type="checkbox"/> Restaurants/Cafés sind wenig attraktiv | <input type="checkbox"/> wenig attraktiv zum Flanieren und Verweilen     |
| <input type="checkbox"/> Viele Plätze, aber kein klares Zentrum | <input type="checkbox"/> eher schwierig zum Parkieren                    |
| <input type="checkbox"/> eher zu viel Verkehr                   | <input type="checkbox"/> andere: _____                                   |

**In welche Richtung soll sich das Oberdorf von Bad Ragaz entwickeln? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Die Richtung stimmt. Man muss das Bestehende pflegen.
- Es soll eine Art Wohnzimmer werden: weniger Strasse, gemütliches Verweilen, attraktive Läden und Cafés.
- Man muss die Nische suchen: kleine, persönliche Läden und Angebote mit engem Kundenbezug.
- Der Einkauf wird sich in Bad Ragaz kaum halten können. Dazu sind Mels, Sargans und Landquart zu nahe.
- Man muss den Detailhandel ausbauen: Grössere Ladenflächen, Parkplätze, Werbung machen.
- Im Oberdorf braucht's mehr Inszenierung: Kurortromantik beleben, Bergkulisse zelebrieren, Wasser zulassen
- Als Kurort ist Bad Ragaz prädestiniert als Wohnort älterer Personen: Man muss sich mehr auf sie ausrichten.
- Wir müssen weiter auf den Tourismus setzen und die Gastronomie und die Hotellerie stärken und ausbauen.

**Welche Massnahmen könnten das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort aufwerten? (Mehrfachnennungen möglich)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> attraktivere und bessere Verbindungen zum Bahnhof mit dem ÖV und für den Fuss- und Veloverkehr | <input type="checkbox"/> mehr gemeinsame Werbung               |
| <input type="checkbox"/> Vermehrt Feste, Messen etc. wären in den Zwischenjahren der Bad RagARTz ein Gewinn             | <input type="checkbox"/> mehr Grün, mehr Blumen, mehr Bäume    |
| <input type="checkbox"/> gemeinsame Öffnungszeiten  | <input type="checkbox"/> mehr Parkplätze in oder beim Ortskern |
| <input type="checkbox"/> mehr Cafés und Aussensitzplätze  | <input type="checkbox"/> mehr Platz für Aussenverkauf          |
| <input type="checkbox"/> weniger / langsamerer Verkehr  | <input type="checkbox"/> Hauptstrasse im Oberdorf umgestalten  |
| <input type="checkbox"/> mehr Veloabstellplätze   | <input type="checkbox"/> Zugänge zur Tamina schaffen           |
| <input type="checkbox"/> gezielt attraktive Läden ansiedeln   | <input type="checkbox"/> andere: _____                         |
| <input type="checkbox"/> Das Thermalwassers im Dorf sichtbar machen   |  |
| <input type="checkbox"/> Das Dorfbad inszenieren  |  |

3



**Thema Historische Liegenschaften im Oberdorf (z.B. Hotel Victoria, Dorfbad, Liegenschaft Bank Linth)  
(Mehrfachnennungen möglich)**

- Das Dorfbad wäre anders besser genutzt.
- Die Art der Nutzung des Dorfbads ist heute optimal.
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Restaurant Central) gehört zu Bad Ragaz und sollte sanft renoviert werden.
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Restaurant Central) kann einem neuen Projekt weichen.
- Wir brauchen eine Strategie, wie wir mit unseren historischen Bauten umgehen wollen.
- Die historischen Bauten sind ein bedeutendes Erbe von Bad Ragaz, zu dem wir Sorge tragen müssen.

**Thema Kantonsstrasse: Stellt das heutige Verkehrsregime das Optimum dar für das Oberdorf von Bad Ragaz?**

- ja, ganz klar
- wahrscheinlich ja
- kaum
- sicher nicht

**Welches Verkehrsregime denken Sie, wäre besser für das Oberdorf? (Mehrfachnennungen möglich)**

- weitgehend autofrei
- Begegnungszone (Tempo 20, Vortritt für Fussgänger)
- Tempo 30 (Vortritt für Autos)
- Die Strasse kann bleiben, wie sie ist.
- Man sollte mit einem Versuch starten und sehen, wie es sich bewährt.
- andere: \_\_\_\_\_

**Was sollte beachtet werden, falls das Verkehrsregime angepasst wird? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Die Kantonsstrasse kann bleiben, wo sie ist, sollte aber weniger verkehrsorientiert gestaltet sein.
- Die Kantonsstrasse soll vom Bartholomé- bis zum Kronenplatz platzähnlich gestaltet werden.
- Die Neugestaltung der Kantonsstrasse ist nur Kosmetik und löst keine Probleme.
- Die Mühlerainstrasse sollte eine Option zur Entlastung der Kantonsstrasse und für mehr Parkplätze bleiben.
- Ein Dorfplatz vor dem alten Dorfbad würde dem Oberdorf ein klares Zentrum verschaffen.
- Die Kantonsstrasse nach Pfäfers braucht einen identitätsstiftenden Namen (z.B. Im Oberdorf).
- Die Strassenraumgestaltung im Oberdorf ist egal, solange der Verkehr flüssig rollt.
- Es braucht entlang der Kantonsstrasse nach Pfäfers mehr Raum für Aussensitzplätze, Kunst und Begrünung.
- Egal was kommt: weggefallene Parkplätze sind anderswo zu kompensieren (z.B. an der Mühlerainstrasse).

**e) Fragen zum Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz**

**Wie ist dem Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz am meisten geholfen? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Wir müssen ausgefallene touristische Angebote schaffen.
- Die Hotellerie im Dorf muss gepflegt werden, damit sie wieder zu Kräften kommt.
- Wenn die Betriebe im Dorf mit dem Grand Resort zusammenspannen, profitieren alle.
- Was das Oberdorf braucht ist eine gehaltvolle Hotellerie und mit gutbürgerlicher Gastronomie.
- Der Tourismus folgt einer eigenen Dynamik, in die man nicht eingreifen muss.
- Das Grand Resort sichert den Tourismus für Bad Ragaz. Mehr braucht es gar nicht.
- Wir sollten uns damit abfinden, dass der Tourismus in Bad Ragaz an Bedeutung verloren hat.
- Bad Ragaz sollte sich vom Tourismus lösen und sich wirtschaftlich breiter aufstellen.

**Auf welche Art von Tourismus muss Bad Ragaz in Zukunft setzen? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Schwerpunkt Wintertourismus im Pizolgebiet
- Schwerpunkt Sommertourismus mit Wandern, Biken, usw.
- Wellness und Gesundheitstourismus mit dem Thermalwasser als Sujet.
- Kunst- und Kulturtourismus vor dem Hintergrund Bad RagARTz und LIGHTRAGAZ.
- Erlebnistourismus mit vor dem Hintergrund Belle Époque mit neuem Dorfplatz vor dem Dorfbad, Sommerkonzerten, Bildhauerevents auf dem Dorfplatz, reaktivierter Wartensteinbahn usw.
- Genusstourismus mit Schwerpunkt Gastronomie und Wein
- Eventtourismus wie zB. Arosa mit dem Humorfestival, Quellrock Openair,
- Das ist alles vergebene Liebesmüh, es braucht keine Tourismusförderung in Bad Ragaz.



#### f) Blick in die Zukunft

##### Was muss man jetzt tun? (Mehrfachnennungen möglich)

- Soll Bad Ragaz weiterhin ein wichtiger Name und das Oberdorf charmantes Ausflugsziel für die Region bleiben, brauchen wir eine Vision, wie wir uns in Zukunft positionieren und entwickeln wollen.
- Diese Nutzungsstrategie ist ein wichtiger erster Schritt. Aber man muss sie auch umsetzen.
- Der Verkehr- und Strassenraumgestaltung im Oberdorf sind weniger dringend. Zuerst müssen wir uns um den Detailhandel kümmern.
- Wir müssen mit dem Kanton kooperieren, um rasch eine gute Verkehrslösung fürs Oberdorf zu entwickeln.
- Wer Bad Ragaz hört, denkt nur ans Grand Resort. Das Resort ist zwar wichtig für die Zukunft von Bad Ragaz, braucht aber eine klare Rolle.
- Die Geschäfte und die Hauseigentümer müssen sich zusamm tun und sich absprechen in Bezug auf die Erdgeschossnutzungen im Oberdorf. Sie haben das gleiche Interesse an einem lebendigen Bad Ragaz.
- Man sollte den Bau neuer Wohnüberbauungen verhindern und stattdessen die historischen Hotels im Ortskern erneuern.
- andere: \_\_\_\_\_

##### Soll das Oberdorf wieder attraktiver werden, ist Zusammenarbeit gefragt. (Mehrfachnennungen möglich)

- Es braucht alle: Gewerbe, Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel, die Eigentümer und die Gemeinde.
- Wir müssen die Zusammenarbeit unter den Gewerbebetreibenden neu organisieren.
- Wir haben unter den Gewerbebetreibenden bereits eine ausreichend gute Zusammenarbeit.
- Gar nicht. die Zusammenarbeit zwischen Gewerbetreibenden, Eigentümern und der Gemeinde bringt nichts.
- Ich bin bereit, in einer bestehenden oder neuen Organisation auf ein attraktives Oberdorf hinzuwirken.

Danke fürs Ausfüllen.

Die Fragebogen werden im Mai 2019 ausgewertet. Im Rahmen eines Workshops möchten wir gemeinsam mit Ihnen und den anderen Liegenschaftsbesitzenden des Oberdorfs von Bad Ragaz die Resultate der Umfrage und die möglichen Schlüsse daraus diskutieren. Notieren Sie sich bitte folgenden Termin:

**Gemeinsamer Workshop der Eigentümer: 26. Juni 2019, 18.00 bis 20.00 Uhr**

Beste Grüsse, das Team Netzwerk Altstadt von EspaceSuisse



## 4.6. Umfragebogen Läden/Gastro

### EspaceSuisse

Verband für Raumplanung  
Association pour l'aménagement du territoire  
Associazione per la pianificazione del territorio  
Associazion per la planisaziun dal territori

## Umfrage Läden/Gastronomie/Gewerbe

im Oberdorf Bad Ragaz (gemäss Perimeter Nutzungsstrategie)

*Danke, dass Sie sich kurz Zeit nehmen (10-20')!*

- Bitte Zutreffendes ankreuzen.
- Auch teilweise ausgefüllte Bögen sind willkommen.
- Der Bogen kann anonym abgegeben werden.

Bitte retour an EspaceSuisse bis 30. April 2019. Ein frankiertes Antwortcouvert liegt bei. Sie können den Fragebogen auch digital über folgenden Link ausfüllen: <https://findmind.ch/c/gewerbetreibende> Vielen Dank!!

*Vertraulichkeit:*

*Diese Fragebogen werden nur vom Team Netzwerk Altstadt bearbeitet.*

*Die Auswertung der Daten erfolgt in anonymisierter Form.*

Name Ihres Geschäftes:

Adresse Ihres Geschäftes:

Ihr Name:

### a) Fragen zu Ihrem Geschäft

**Seit wann betreiben Sie dieses Geschäft?**

- weniger als 1 Jahr       1 – 5 Jahre       über 5 Jahre

**Seit wann sind Sie an dieser Lage?**

- weniger als 1 Jahr       1 – 5 Jahre       über 5 Jahre

**Ihre Funktion? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Inhaber/in       Geschäftsführer/in       Filialleiter/in  
 andere: \_\_\_\_\_

**Wie beurteilen Sie Ihr Engagement für Ihr Geschäft?**

- Existenz       Nebenerwerb       Hobby / Leidenschaft

**Wie hoch ist Ihre Mietbelastung (Fr. /m<sup>2</sup> Jahr ohne NK)?**

- unter 150     150 - 200     200 - 300     300 - 400     über 400

**Wie gross ist Ihr Geschäft (m<sup>2</sup> Verkaufsfläche / Gaststube / Arbeitsplatz)?**

- unter 30     30-60     60-100     100-200     200-300     über 300

**Reicht Ihnen die Fläche ihres Geschäftes?**

- Uns reicht diese Fläche     Die Fläche ist eher zu gross     Wir sollten mehr Fläche haben

EspaceSuisse Verband für Raumplanung  
Sulgenrain 20 3007 Bern +41 31 380 76 76 info@espacesuisse.ch www.espacesuisse.ch



**b) Fragen zur Geschäftsentwicklung**

**Wie beurteilen Sie Ihren Geschäftsgang in den letzten 10 Jahren?**

**Könnten Sie die ungefähre Umsatzentwicklung der letzten Jahre skizzieren (2013 = 100%)?**

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
150%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
130%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
110%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
100%	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
90%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50%	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Wie beurteilen Sie den generellen Geschäftsgang im Oberdorf in den letzten 10 Jahren?**

- steil aufwärts                       langsam aufwärts                       etwa gleichbleibend  
 langsam abwärts                       steil abwärts  
 warum \_\_\_\_\_

**c) Fragen zum Standort Oberdorf Bad Ragaz**

**Wie beurteilen Sie das Oberdorf von Bad Ragaz als Ihren Geschäftsstandort?**

- optimal                       mittelgut                       suboptimal                       ungeeignet

**Wie attraktiv empfinden Sie das Oberdorf von Bad Ragaz als Begegnungs- und Einkaufsort?**

- sehr attraktiv                       attraktiv                       mässig attraktiv                       wenig attraktiv

**Welches sind die Stärken im Vergleich zu anderen Kur- und Tourismusorten? (Mehrfachnennungen möglich)**

- stimmungsvoller Ortskern                       schöne Grünflächen und Plätze                       wenig Verkehr  
 gutes Parkplatzangebot                       gute Erreichbarkeit (Bahn, Bus, Auto)                       gutes Ladenangebot  
 gute Cafés und Restaurants                       intimer Rahmen: man kennt sich                       historisches Umfeld  
 Thermalwasser                       Grand Resort Bad Ragaz                       anderes: \_\_\_\_\_

**Wo sehen Sie Schwächen des Oberdorfes als Begegnungs- und Einkaufsort? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Viele leere Ladenlokale                       Läden zu weit auseinander  
 dürrftiges Ladenangebot                       Warenangebot entspricht nicht meinem Geschmack.  
 Restaurants/Cafés sind wenig attraktiv                       wenig attraktiv zum Flanieren und Verweilen  
 Viele Plätze, aber kein klares Zentrum                       eher schwierig zum Parkieren  
 eher zu viel Verkehr                       andere: \_\_\_\_\_

**In welche Richtung soll sich das Oberdorf von Bad Ragaz entwickeln? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Die Richtung stimmt. Man muss das Bestehende pflegen.  
 Es soll eine Art Wohnzimmer werden: weniger Strasse, gemütliches Verweilen, attraktive Läden und Cafés.  
 Man muss die Nische suchen: kleine, persönliche Läden und Angebote mit engem Kundenbezug.  
 Der Einkauf wird sich in Bad Ragaz kaum halten können. Dazu sind Mels, Sargans und Landquart zu nahe.  
 Man muss den Detailhandel ausbauen: Grössere Ladenflächen, Parkplätze, Werbung machen.  
 Im Oberdorf braucht's mehr Inszenierung: Kurortromantik beleben, Bergkulisse zelebrieren, Wasser zulassen  
 Als Kurort ist Bad Ragaz prädestiniert als Wohnort älterer Personen: Man muss sich mehr auf sie ausrichten.  
 Wir müssen weiter auf den Tourismus setzen und die Gastronomie und die Hotellerie stärken und ausbauen.  
 andere: \_\_\_\_\_



**Welche Massnahmen könnten das Oberdorf als Begegnungs- und Einkaufsort aufwerten? (Mehrfachnennungen möglich)**

- attraktivere und bessere Verbindungen zum Bahnhof mit dem ÖV und für den Fuss- und Veloverkehr
- Vermehrt Feste, Messen etc. wären in den Zwischenjahren der Bad RagARTz ein Gewinn
- gemeinsame Öffnungszeiten
- mehr Cafés und Aussensitzplätze
- weniger / langsamerer Verkehr
- mehr Veloabstellplätze
- gezielt attraktive Läden ansiedeln
- Das Thermalwassers im Dorf sichtbarer machen
- Das Dorfbad inszenieren
- mehr gemeinsame Werbung
- mehr Grün, mehr Blumen, mehr Bäume
- mehr Parkplätze in oder beim Ortskern
- mehr Platz für Aussenverkauf
- Hauptstrasse im Oberdorf umgestalten
- Zugänge zur Tamina schaffen
- andere: \_\_\_\_\_

**Thema Historische Liegenschaften im Oberdorf (z.B. Hotel Victoria, Dorfbad, Liegenschaft Bank Linth) (Mehrfachnennungen möglich)**

- Das Dorfbad wäre anders besser genutzt.
- Die Art der Nutzung des Dorfbads ist heute optimal.
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Restaurant Central) gehört zu Bad Ragaz und sollte sanft renoviert werden.
- Die Liegenschaft der Bank Linth (Restaurant Central) kann einem neuen Projekt weichen.
- Wir brauchen eine Strategie, wie wir mit unseren historischen Bauten umgehen wollen.
- Die historischen Bauten sind ein bedeutendes Erbe von Bad Ragaz, zu dem wir Sorge tragen müssen.

**Thema Kantonsstrasse: Stellt das heutige Verkehrsregime das Optimum dar für das Oberdorf von Bad Ragaz?**

- ja, ganz klar
- wahrscheinlich ja
- kaum
- sicher nicht

**Welches Verkehrsregime denken Sie, wäre besser für das Oberdorf? (Mehrfachnennungen möglich)**

- weitgehend autofrei
- Begegnungszone (Tempo 20, Vortritt für Fussgänger)
- Tempo 30 (Vortritt für Autos)
- Die Strasse kann bleiben, wie sie ist.
- Man sollte mit einem Versuch starten und sehen, wie es sich bewährt.
- andere: \_\_\_\_\_

**Was sollte beachtet werden, falls das Verkehrsregime angepasst wird? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Die Kantonsstrasse kann bleiben, wo sie ist, sollte aber weniger verkehrsorientiert gestaltet sein.
- Die Kantonsstrasse soll vom Bartholomé- bis zum Kronenplatz platzähnlich gestaltet werden.
- Die Neugestaltung der Kantonsstrasse ist nur Kosmetik und löst keine Probleme.
- Die Mühlerainstrasse sollte eine Option zur Entlastung der Kantonsstrasse und für mehr Parkplätze bleiben.
- Ein Dorfplatz vor dem alten Dorfbad würde dem Oberdorf ein klares Zentrum verschaffen.
- Die Kantonsstrasse nach Pfäfers braucht einen identitätsstiftenden Namen (z.B. Im Oberdorf).
- Die Strassenraumgestaltung im Oberdorf ist egal, solange der Verkehr flüssig rollt.
- Es braucht entlang der Kantonsstrasse nach Pfäfers mehr Raum für Aussensitzplätze, Kunst und Begrünung.
- Egal was kommt: weggefallene Parkplätze sind anderswo zu kompensieren (z.B. an der Mühlerainstrasse).

**Wie liesse sich die Parkierung für die Kunden verbessern? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Wir haben genug Parkplätze, wir brauchen keine Verbesserung.
- Es braucht weitere Kurz- und Langzeitparkplätze, und zwar an folgendem Ort: \_\_\_\_\_
- Uns fehlen vermehrt Kunden, die zu Fuss oder per Velo kommen.
- Es braucht mehr Parkplätze an der Mühlerainstrasse.
- anderes: \_\_\_\_\_

**d) Fragen zum Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz**

**Wie ist dem Tourismus im Oberdorf von Bad Ragaz am meisten geholfen? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Wir müssen ausgefallene touristische Angebote schaffen.
- Die Hotellerie im Dorf muss gepflegt werden, damit sie wieder zu Kräften kommt.
- Wenn die Betriebe im Dorf mit dem Grand Resort zusammenspannen, profitieren alle.

3





- Was das Oberdorf braucht ist eine gehaltvolle Hotellerie und mit gutbürgerlicher Gastronomie.
- Der Tourismus folgt einer eigenen Dynamik, in die man nicht eingreifen muss.
- Das Grand Resort sichert den Tourismus für Bad Ragaz. Mehr braucht es gar nicht.
- Wir sollten uns damit abfinden, dass der Tourismus in Bad Ragaz an Bedeutung verloren hat.
- Bad Ragaz sollte sich vom Tourismus lösen und sich wirtschaftlich breiter aufstellen.

**Auf welche Art von Tourismus muss Bad Ragaz in Zukunft setzen? (Mehrfachnennungen möglich)**

- Schwerpunkt Wintertourismus im Pizolgebiet
- Schwerpunkt Sommertourismus mit Wandern, Biken, usw.
- Wellness und Gesundheitstourismus mit dem Thermalwasser als Sujet.
- Kunst- und Kulturtourismus vor dem Hintergrund Bad RagARTz und LIGHTRAGAZ.
- Erlebnistourismus mit vor dem Hintergrund Belle Époque mit neuem Dorfplatz vor dem Dorfbad, Sommerkonzerten, Bildhauerevents auf dem Dorfplatz, reaktivierter Wartensteinbahn usw.
- Genusstourismus mit Schwerpunkt Gastronomie und Wein.
- Eventtourismus wie zB. Arosa mit dem Humorfestival, Quellrock Openair.
- Das ist alles vergebene Liebesmüh, es braucht keine Tourismusförderung in Bad Ragaz.

**e) Blick in die Zukunft**

**Gibt es Ihr Geschäft noch in 5 Jahren?**

- ja       eher ja       vielleicht       eher nein       nein

**Warum „eher nein“ oder „nein“?**

- Nachfolge unklar
- zu wenig Rendite
- rückläufige Branche
- schwieriger Standort
- genereller Wandel in Detailhandel
- anderes: \_\_\_\_\_

**Falls ja: Sind Sie in 5 Jahren noch im Oberdorf von Bad Ragaz anzutreffen?**

- ja       eher ja       eher nein       nein

**Warum „eher nein“ oder „nein“?**

- Der Standort im Oberdorf von Bad Ragaz wird an Bedeutung verlieren
- Ich brauche einen Standort mit Parkplätzen vor dem Haus
- Der Trend geht hin zu grösseren Flächen. Das kann das Oberdorf nicht bieten.
- anderes: \_\_\_\_\_

**Soll das Oberdorf wieder attraktiver werden, ist Zusammenarbeit gefragt. (Mehrfachnennungen möglich)**

- Es braucht alle: Gewerbe, Hotellerie, Gastronomie, Detailhandel, die Eigentümer und die Gemeinde.
- Wir müssen die Zusammenarbeit unter den Gewerbebetreibenden neu organisieren.
- Wir haben unter den Gewerbebetreibenden bereits eine ausreichend gute Zusammenarbeit.
- Gar nicht. die Zusammenarbeit zwischen Gewerbetreibenden, Eigentümern und der Gemeinde bringt nichts.
- Ich bin bereit, in einer bestehenden oder neuen Organisation auf ein attraktives Oberdorf hinzuwirken.

Danke fürs Ausfüllen.

Die Fragebogen werden im Mai 2019 ausgewertet. Im Rahmen eines Workshops möchten wir gemeinsam mit Ihnen und den anderen Gewerbebetreibenden des Oberdorfs von Bad Ragaz die Resultate der Umfrage und die möglichen Schlüsse daraus diskutieren. Notieren Sie sich bitte folgenden Termin:

**Gemeinsamer Workshop der Detaillisten und Gastronomen: 12. Juni 2019, 19.00 bis 21.00 Uhr**

Beste Grüsse, das Team Netzwerk Altstadt von EspaceSuisse



## 4.7. Protokolle der Begleitgruppe

### Protokoll der 1. Begleitgruppensitzung vom 13. Februar 2019

#### Begleitgruppe Netzwerk Altstadt

---

**Protokoll  
der ersten Zusammenkunft im Oberstufen-Schulhaus Kirchgasse,  
13. Februar 2019, 17.00h bis 19.00h**

Teilnehmer: gemäss Einladung

Entschuldigt: Ruedi Zwicky

Gemeindepräsident Daniel Bühler begrüsst alle Anwesenden, erklärt das Zustandekommen dieser Begleitgruppe und dankt allen für die Bereitschaft an diesem Forum mitzuwirken. Er erklärt, dass keine Stellvertretung möglich ist. Wer einen Termin nicht wahrnehmen kann, ist nicht dabei. Die Gemeinde wird nur als "Beobachter" anwesend sein, die eigentliche "Arbeit" liegt bei der Begleitgruppe. Die ganze Prozessdauer werde uns etwa 1 ½ Jahre beschäftigen.

Daniel Bauer ergänzt, dass die Dorfkernanalyse bereits erfolgt sei, jetzt werde die Nutzungsstrategie der Altstadt erarbeitet. Es gibt drei Sitzungen. Die Begleitgruppe wird so quasi der Spiegel sein, ob wir auf dem richtigen Weg für die Nutzungsstrategie sind. Eine aktive Mitarbeit ist somit unbedingt erwünscht.

Es folgt eine Vorstellungsrunde, Daniel Bauer und Rémy Rieder beginnen, dann:

Peter Walser: Architekt, 25 Jahre in Bad Ragaz, Bezug zum Dorfkern (BzDk): als "aktiver" Bewohner sehr interessiert

Mario Bianchi: in BR aufgewachsen, Berufspilot, BzDk: sein Vater war im Gemeinderat tätig, kennt jeden Winkel

Thomas Bollhalder: hier aufgewachsen, Elternhaus neben Coop, BzDk: als Präsident der CVP hier dabei, Initiant Reaktivierung Wartenstein-Bahn, selbst. Ingeneering Automobil-Zulieferer

Rosa Ilmer: Lehre in Bad Ragaz absolviert, seit 14 Jahre Wirtin im Löwen, BzDk: wohnt und arbeitet mitten in BR, erlebt Laden-Sterben hautnah, als Präsidentin BR-Tourismus hier dabei.

Christian Grünenfelder: 10 Jahre bei der Gemeinde Bad Ragaz tätig, interessiert Sicht der Bürger.

Daniel Bühler: Gemeindepräsident Bad Ragaz, in verschiedenen Projekten mit der Bevölkerung tätig etc.

Daniel Grünenfelder: CEO TaminaTherme, 9 Jahre in der Geschäftsleitung der Grand Resort Bad Ragaz tätig, BzDk : seit 5 Jahren in Bad Ragaz wohnhaft, ein attraktives BR unbedingt wichtig, man muss dazu Sorge tragen.

Hugo Schwitter: aufgewachsen in BR, BzDk : eigene Firma in BR, hat noch erlebt wie in Bad Ragaz Pferde beschlagen wurden, heute sei das Dorf beinahe "tot". BR liegt im sehr am Herzen; ist als Präsident der SVP hier.

Markus Probst: schon sehr lange (50 Jahre) in BR, Inhaber eines Ingeneering-Unternehmens, BzDk : wohnt im Weilig (im ältesten Dorfteil), ist als Präsident CVP hier.

Harry Widrig: nicht hier aufgewachsen, ist aber Ragazer Bürger und Ragazer durch und durch, mit 25 nach BR gezogen, BzDk: ihm liegt sehr viel am Zentrum, dem sterbenden Schwan. Hofft sehr, dass eine lebendige Zukunft für Bad Ragaz "erarbeitet" wird.

Damir Rukawina: in BR aufgewachsen, BzDk : hat ein Optik-Geschäft im Dorfkern, sieht auch das Ladensterben, es würde ihm weh tun, wenn das in die falsche Richtung gehen würde.

Peter Rupf: aufgewachsen in BR, BzDk: hat viele Jahre Modegeschäft im Dorfkern geführt, findet es schade, dass der Heimatschutz sich so stark in die Bautätigkeit einmischt. Dorf liegt ihm sehr am Herzen. Entwicklung macht ihm Sorge. Ist froh, dass etwas gegen das "Sterben" unternommen wird.

Barbara Steinbacher: aufgew. im Taminatal, seit drei Jahren wohnhaft in Bad Ragaz, selbst. Rechtsanwältin in Landquart, als Präsidentin der SP hier, BzDk: vertritt auch Taminataler Bevölkerung, ein attraktives BR ist auch für die Taminataler wichtig.

Markus Kressig: 21 Jahre in BR, ebenfalls Taminataler, betreibt die Drogerie in BR, BzDk; viel Wandel miterlebt, vom geschäftlichen her ist es ihm ein grosses Anliegen eine gute Lebensqualität in BR zu haben, aber auch den Konsumenten nicht vergessen. Oberirdische PP sind halt sehr wichtig und dafür möchte er eintreten.

Rémy Rieder: erklärt, was ist Netzwerk Altstadt und was in über 70 Gemeinden bereits angewendet wurde. Stadtanalyse, Nutzungsstrategie und "Gassenclub" sowie die Hausanalysen sind die "Grundlagen" für die Projekte.

Daniel Bauer: Erklärung der Stadtanalyse, es ist eine reine Aussensicht von EspaceSuisse. Grundsätzlich: der Detailhandel steht überall unter Druck, BR hat super Ausgangslage, sehr attraktiv, es muss versucht werden, das hohe Niveau noch zu verbessern; die Stärken herauszuschälen und zu nutzen.

Es entsteht eine grössere Diskussion um das Gebäude des alten Dorfbades Bad Ragaz, welches jetzt dem Kanton St.Gallen gehört. Das Info-Büro des Heidiland-Tourismus ist anscheinend ebenfalls im Umbruch, es besteht die Möglichkeit, dass das Tourismus-Büro eine andere Strategie einschlägt und somit die Eventualität, dass das Gebäude des alten Dorfbades anders genutzt werden könnte.

R.Rieder: Vorstellung zeitlicher Ablauf des weiteren Vorgehens der Nutzungsstrategie. Die Mitglieder Begleitgruppe dürfen gerne auch an den Workshops mit Gastro/Läden und Eigentümer mitwirken. Dann werde die Definition der Nutzungsstrategie festgelegt und Termine für weitere Workshops werden mitgeteilt. Dies ist der übliche Ablauf in diesem Prozess. Die Kerngruppe aus der Verwaltung sei grundsätzlich nur administratorisch unterwegs.

Es wird der festgelegte Perimeter für die Nutzungsstrategie vorgestellt.

Wichtiges Votum/Frage aus der Begleitgruppe: worum geht es hier und heute?  
Es geht definitiv nur um den Ortskern. Die Belebung und Attraktivierung des Dorfkerns und der Altstadt.

Ein weiteres Thema: Die "Verbindung Bahnhof / Dorf" dürfe auf keinen Fall ausser Acht gelassen werden. Das Angebot z.B. einer "Tschu-Tschu-Bahn" vom Bahnhof ins Dorf würde sicher während der BadRagartz grossen Anklang finden und eine Aufwertung von Bad Ragaz bedeuten.

Was dürfen die Anwesenden erwarten:  
eine Strategie, hinter der Alle stehen können; einen partizipativen Prozess zwischen allen Beteiligten; ein sog. Dreiklang zwischen Geschäften/Eigentümer/Gemeinde.

Es soll eine Strategie für den Ortskern gebaut werden, bei dem Massnahmen herausgelesen und Teile davon herausgenommen werden können.

Ganz schön wäre, wenn eine Vision über das Ganze gesetzt werden könnte.  
BadRagazmobil darf nicht vergessen werden, weil das ein Gesamtprojekt ist.

Zusammen soll eine Strategie entwickelt werden und dann müssen alle dahinter stehen. Jemand muss den Lead übernehmen und vorausgehen, im vorliegenden Fall soll das die Gemeinde sein. Es müssen Arbeits- und Finanz-Ressourcen zur Verfügung gestellt werden. Und das ist ein Politikum. Strategisch ist die Gemeinde gefordert, operativ natürlich die Detaillisten, Gastronomen etc., diese organisieren dann Events usw.

Bezüglich Leerstände muss ein Umdenken herbeigeführt werden. Bisher wurden die Liegenschaften über die Mietzinse im EG finanziert. Jetzt muss eine neue Idee umgesetzt werden, indem die Eigentümer anders denken und das Wohnen an erste Stelle setzen um die Liegenschaften zu finanzieren.

Termine: Versand der Umfragen an Detaillisten/Gastro und Eigentümer Ende März 2019, Rückmeldungen sollen im April erfolgen.

Workshops Detaillisten und Gastronomen 12. Juni 2019; Eigentümer 26. Juni 2019  
2. Sitzung Begleitgruppe Mittwoch 23. Oktober 2019, 17.00-19.00h

Es wird eine Terminumfrage (Doodle) für den 23. Oktober gewünscht (bereits bekannte Abwesenheiten), mit allenfalls zwei drei anderen Terminen.

Es sind Dokumentationen EspaceSuisse aufgelegt, welche gerne mitgenommen werden können.

Offizieller Schluss der Zusammenkunft durch GP Daniel Bühler mit dem Hinweis auf das nächste öffentliche Forum in der Sporthalle Badrieb am 4. Juli 2019.

Für das Protokoll:

Erna Komminoth  
Gemeinde Bad Ragaz

Bad Ragaz, 26. Februar 2019

## Protokoll der 2. Begleitgruppensitzung vom 24. Oktober 2019

### Begleitgruppe Netzwerk Altstadt

---

#### Protokoll der zweiten Zusammenkunft im Oberstufen-Schulhaus Kirchgasse, 24. Oktober 2019, 18.00h bis 20.0000h

Teilnehmer: gemäss Einladung

Entschuldigt: Barbara Steinbacher, Thomas Bollhalder (Daniel Grünenfelder später)

Anwesend:

7 Personen (extern) der Begleitgruppe sowie Daniel Bauer, Rémy Rieder, Daniel Bühler, Christian Grünenfelder, Erna Komminoth.

Begrüssung durch Gemeindepräsident Daniel Bühler:

Er erklärt, dass die Gemeinde nur begleitend tätig ist, die Ideen sollen aus der Bevölkerung kommen, sprich Grundeigentümer, Gewerbe und Gastronomie.

Daniel Bauer:

Bedauert, dass nicht mehr Teilnehmer anwesend sind. Dies könnte aber auch die Möglichkeit sein, dass intensivere Diskussionen entstehen, wenn nur eine kleine Gruppe beteiligt ist. Die Anwesenden haben die Arbeit von EspaceSuisse sicher mitbekommen, wenn auch nur am Rande. Beispielsweise mit dem Ausfüllen der Fragebögen oder der Teilnahme an den Workshops.

EspaceSuisse möchte die "Aussensicht" behalten und nicht etwas in Form biegen, wenn es politisch nicht passt. Die "Neutralität" soll auf alle Fälle gewahrt bleiben. Die Anwesenden bekommen den Rückblick über die Stadtanalyse erklärt, den Ablauf der Nutzungsstrategie, die diversen Umfragen etc. (anhand einer PP-Präsentation).

Bad Ragaz ist etwas Besonderes. Bad Ragaz ist schön, attraktiv und Bad Ragaz darf auch Herz zeigen.

**"Ragaz isch Ragaz"** - mit diesem Leitsatz, resp. Arbeitstitel, möchte EspaceSuisse die Nutzungsstrategie umsetzen.

Rémy Rieder gibt einen Rückblick über die Workshops mit den beiden Gruppen Eigentümer und Detaillisten.

Mit Bad Ragartz haben wir eine super Karte in der Hand. Diese Karte muss man ausspielen und auf ebendiesen Zug aufspringen. Die Stiftung Bad Ragartz wäre bereit, mehr für das Dorf zu "machen", das muss unbedingt genutzt werden.

Dann muss man Plätze im Oberdorf schaffen (auch neue) die z.B. mit oder von Kunsthandwerk umgeben sind. Oder von Detaillisten, die nicht unbedingt den ganzen Tag geöffnet haben. Spezialitäten-Geschäfte, welcher Art auch immer.

Diskussion:

Es müssen unbedingt mehr Tagestouristen ins Dorf kommen. Es muss mehr Frequenz im Oberdorf geben. Wirklich wichtig sei die Gastronomie, wenn diese stimmt, kommen auch mehr Touristen. Auch nicht gastronomische Angebote müssen "stimmen".

Die Heidi-Geschichte wäre auch ein Thema. Bad Ragaz kommt in dieser weltweit bekannten Geschichte schliesslich auch vor.

Aber: vorsichtig sein, dass der Graben zwischen Dorf und Grand Resort nicht noch grösser wird.

Die Aussage "Ragaz isch Ragaz" findet verschiedene Anhänger. Die einen finden es gut, die anderen finden, es töne abwertend.

Ragaz isch Ragaz soll nur als Arbeitstitel gelten, nicht als Kommunikationsmittel gegen aussen.

Wieder grosse Diskussion betr. Parkplätze im Oberdorf. Fazit: es sollten unbedingt bis zu vier (bewirtschaftete) Parkplätze für die schnelle Kundschaft zur Verfügung gestellt werden (bspw. vor der Apotheke).

Das Zentrumsprojekt ist enorm wichtig. Es kann sogar eine Schlüssel-Position für spätere und weitere Projekte einnehmen. Die Gemeinde ist gefordert, mit den Eigentümern der Liegenschaften im Zentrum (bspw. Gebäude Bank Linth) Gespräche für eine allfällige Übernahme zu führen.

Auch muss allenfalls das Kernzonen-Reglement angepasst werden, damit wohnen im EG in der Kernzone gestärkt wird, resp. überhaupt möglich gemacht wird.

Wohnen im EG kann auch "gefährlich" sein. Es soll nicht sein, dass Touristen oder Besucher nicht mehr durchlaufen können, wenn der Raum quasi bis fast auf die Strasse genutzt wird.

Man fragt sich: wie läuft der Tourist das Dorf ab. Hintergelegene Räume sind jetzt schon sehr spannend. Man kann bereits jetzt schon vieles entdecken. Räume sind attraktiv. Das Problem liegt auf der Hauptachse. Dort wird man als Tourist blockiert. Und dort muss angesetzt werden, dass der Besucher ungehindert auch über die Hauptachse flanieren kann.

Noch einmal zurück zu den Plätzen: der Brunnen vor dem Dorfbad ist schön UND eine Schande. Er ist grün, schimmelig und dreckig. Dieser Brunnen muss vor dem Dorfbad (bspw. Trottoir) platziert werden, damit alle Besucher vom Thermalwasser kosten können.

Und wieder das Thema PP: diejenigen PP, welche diesen Sommer wieder provisorisch eingezeichnet wurden und von der LightRagaz für die Busse benutzt werden konnten, sollten nun definitiv eingezeichnet und bewirtschaftet werden.

Fazit: Schlüsselprojekt ist ganz klar die Kantonsstrasse sowie auch das Zentrumsprojekt. PP sind sicher wichtig, aber nicht das einzig Wahre.

Frage zum Thema "Le Corbusier": diese Stiftung möchte nach Bad Ragaz kommen. Frau Heidi Weber sei "total wütend" auf die Zürcher und möchte deshalb die Sammlung nach Bad Ragaz bringen. Antwort: die Gemeinde habe das Thema "erkannt" und stehe mit Frau Weber bereits in Kontakt.

Der Leiter Bau- und Betriebsdienste wird von einem Anwesenden direkt verbal "attackiert". Worauf eine Teilnehmerin der Begleitgruppe die positive Aussage macht, dass nicht wieder ein schwarzer Peter gesucht wird, sondern dass man gemeinsam und miteinander eine Lösung für ein lebendiges Oberdorf sucht und Vorwärts schaut. Nur zusammen findet man einen Weg.

Schlussendlich: wir müssen versuchen, eine positive Bewegung zu starten. Die positive Grundstimmung muss vorhanden sein, dann passiert auch im positiven etwas. Ansonsten geht die Abwärtsspirale immer weiter nach unten.

Und absolut wichtig und vorrangig: wie gehen wir mit der Kantonsstrasse in Zukunft um. Wird es möglich sein, eine T30 oder sogar T20 Zone zu realisieren?! Es muss auf alle Fälle Lösungen geben. Die Gemeinde hat dieses Anliegen auch beim Kanton deponiert. Ausserdem ist Bad Ragaz nicht alleine mit diesem Anliegen. Es hat auch andere Gemeinden, die Forderungen für eine T30 Zone auf Kantonsstrassen vorbringen wollen oder müssen.

Weiteres Vorgehen:



Die eingebrachten Ideen von heute werden noch in den Bericht eingebunden und dieser entsprechend überarbeitet. Dann wird eine 3. Begleitgruppensitzung mit Abschluss der Nutzungsstrategie stattfinden. Das Datum für die Sitzung wird mittels einer Terminumfrage eruiert, voraussichtlich im ersten Halbjahr nächstes Jahr. Anschliessend ist auch eine öffentliche Präsentation der Nutzungsstrategie in einem 4. Forum vor den Sommerferien 2020 vorgesehen.

Schlusswort durch GP Daniel Bühler – Dank an Alle.

Für das Protokoll:

Erna Komminoth  
Gemeinde Bad Ragaz

Bad Ragaz, 1. November 2019

## Protokoll der 3. Begleitgruppensitzung vom 12. März 2020

### Begleitgruppe Netzwerk Altstadt

---

#### Protokoll der dritten Zusammenkunft im Rathaus Bad Ragaz, 12. März 2020, 18.00h bis 20.0000h

Teilnehmer: gemäss Einladung

Entschuldigt: Peter Rupf, Markus Kressig

Anwesend:

10 Personen (extern) der Begleitgruppe sowie Daniel Bauer, Rémy Rieder, Daniel Bühler, Christian Grünenfelder, Erna Komminoth.

Begrüssung durch Gemeindepräsident Daniel Bühler, mit einem kurzen Rückblick über die getätigten Arbeiten im Zusammenhang mit dem Projekt Dorfkernentwicklung.

Daniel Bauer und Remy Rieder: Präsentieren die PPP mit den entsprechenden Erläuterungen. Die Vorarbeit für die Umsetzung der Dorfkernentwicklung ist abgeschlossen. Das Wichtigste, die Umsetzung, beginnt erst. Und diese funktioniert nur, wenn alle miteinander am gleichen Strick ziehen und alle zusammen gemeinsam arbeiten.

Diskussion:

Es wird moniert, dass das Konzept *Platz machen Raum schaffen* (von Mario Bianchi) fehle. Dies sei überhaupt nirgends erwähnt worden. Auch das Thema des "Corbusier-Museum" ist nirgends erwähnt; für diese Frau Corbusier und dieses Projekt müsste man in Bad Ragaz den roten Teppich auslegen.

Das Zentrumsprojekt ist unter Punkt B6 der vorgestellten Nutzungsstrategie aufgeführt (Text: *Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren [mit Hotel, öffentlichen Räumen]* ).

Die Frage des Verkehrs löst sich von selber, wenn das Dorfkernprojekt realisiert sei.

Fazit aus der Diskussion: genau jetzt, mit dieser aufgegleisten Nutzungsstrategie ist die Chance da, das Projekt Zentrum neu anzupacken.

Enorm wichtig sei auch die Bespielung der leeren Schaufenster im Oberdorf. Gewünscht ist, dass dies im nächsten halben Jahr umgesetzt wird. Anscheinend würden einige Detaillisten/Gewerbetreibende gerne Räume mieten, mit einer unüblichen Kündigungsfrist von 1 Woche. Nur seien die Eigentümer der entsprechenden Liegenschaften eher zurückhaltend mit der Vermietung. Da müsste man w.m. etwas Druck aufsetzen.

Es wird die Frage gestellt, ob die Gemeinde schon etwas bzgl. dem Dorfentwickler unternommen habe.

Die Gemeinde wollte warten, bis die heutige Sitzung durchgeführt werde. Es seien aber bereits Kriterien für den neuen Dorfentwickler aufgestellt worden. Nicht vergessen, Bad Ragaz mobil läuft gleichzeitig und es gebe viele Überschneidungen.

Ein Teilnehmer hat seine Rolle in der Begleitgruppe noch nicht gefunden. Er wisse für sich nicht genau, was er machen solle, resp. was von ihm erwartet werde. Er finde, man müsse jetzt Prioritäten setzen. Die Signalwirkung müsse jetzt passieren. Die Strategie muss gefahren werden. Der Dorfentwickler muss jetzt gesucht werden.

Der Gemeinderat suche eine/n Dorfentwickler, welcher ein "Büro/Unternehmen" im Rücken hat. Das stösst auf enormes Unverständnis bei den Teilnehmern. Es muss eine PERSON sein und nicht ein Büro.

Die in der Nutzungsstrategie aufgeführte Prioritätenliste wurde seitens EspaceSuisse nur auf Wunsch der Gemeinde erstellt. Normalerweise werde keine Prioritätenliste abgegeben. Und diese sei auch nicht in "Stein gemeiselt", sondern es seien Vorschläge. Die Anwesenden Mitglieder der Begleitgruppe wollen aber über die Priorisierung der Massnahmen diskutieren. Damit alle mit absoluter Überzeugung hinter dieser Nutzungsstrategie stehen können und der künftige Ortsentwickler auch den notwendigen Rückhalt bekommt.

Vorschlag aus der Runde: noch einmal zusammensitzen und die Prioritäten diskutieren/ festlegen, damit wirklich alle Mitglieder der Begleitgruppe hinter der Nutzungsstrategie stehen können.

Die Anwesenden vereinbaren, den Termin für die zusätzliche Zusammenkunft auf den **Montag, 23. März 2020, 18.00h**, wieder im Rathaus Bad Ragaz, festzulegen. Der Schlussbericht von EspaceSuisse wird den Mitgliedern per mail zugestellt. Jeder soll seine "Hausaufgaben" machen und diese Nutzungsstrategie studieren, damit an der nächsten Sitzung die Priorisierung der einzelnen Punkt vorgenommen werden kann. Schlussendlich wird dann ein entsprechender Bericht verfasst und zusammen mit der Nutzungsstrategie der Bevölkerung zugänglich gemacht.

Schlusswort durch GP Daniel Bühler mit dem besten Dank an alle Anwesenden für die Mitarbeit.

Für das Protokoll:

Erna Komminoth  
Gemeinde Bad Ragaz

Bad Ragaz, 17. März 2020

#### 4.8. Vorschlag für Priorisierung der Massnahmen

Vorschlag Team Netzwerk Altstadt vor Einbezug der Begleitgruppe	Priorität					Frist		
	Massnahme	Schlüssel-massnahme?	hoch	mittel	tief	egal	kurzfr.	Mit-telfr.
A1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.	JA	x						x
A2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren		x				x		
A3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst erlebbar machen		x				x		
A4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.		x				x		
A5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.		x					x	
B1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.	JA	x						x
B2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.			x					x
B3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)			x					x
B4 Den Detailhandel an Plätzen konzentrieren.			x				x	
B5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.		x				x		
B6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren (mit Hotel, öffentlichen Räumen).	JA	x				x	x	x
C1 Das Wohnen im EG in den ruhigen rückwärtigen Gassen ermöglichen.				x				x
C2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.		x						x
D1 Einen Ortsentwickler beauftragen.	JA	x				x		
D2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.	JA	x				x		

Priorität: Wie ist die Dringlichkeit der Massnahme? / Frist: Wann ist die Massnahme anzugehen?

Auswertung der Antworten aus der Begleitgruppe (n=12)	Priorität					Frist		
	Schlüssel- massnahme?	hoch	mittel	tief	egal	kurzfr.	Mit- telfr.	Langfr.
Massnahme								
A1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.	2	3	5	1		4	8	7
A2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren	2	5	6			10	5	4
A3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst erlebbar machen	1	4	8			6	6	4
A4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.	2	4	6	1		4	6	1
A5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.		2	2	6			8	2
B1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.	3	4	2	4		1	4	8
B2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.	1	1	3	4	1	1	1	8
B3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)	1	1	3	5	1	1	1	8
B4 Den Detailhandel an Plätzen konzentrieren.			3	2	5	1	3	6
B5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.	2	9	2			8	3	
B6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren (mit Hotel, öffentlichen Räumen).	11	11	1			9	5	3
C1 Das Wohnen im EG in den ruhigen rückwärtigen Gassen ermöglichen.				6	4		1	11
C2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.		3	2		5	1	1	10
D1 Einen Ortsentwickler beauftragen.	11	11				12		
D2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.	2	4	6			9	6	4

Priorität: Wie ist die Dringlichkeit der Massnahme? / Frist: Wann ist die Massnahme anzugehen?

Die intensiv hinterlegten Felder markiert die meistgewählte Antwort.

Konsolidierte Abschlusstabelle für die Priorisierung der Massnahmen	Priorität					Frist		
	Schlüssel-massnahme?	hoch	mittel	tief	egal	kurzfr.	Mit-telfr.	Langfr.
Massnahme								
A1 Ein erstarktes und eigenes Selbstverständnis fürs Dorf entwickeln.		x					x	
A2 Das Thermalwasser mit 36.5°C kommunizieren, zeigen, zelebrieren			x			x		
A3 Das Dorfbad mit neuer Nutzung bestärken: Wasser und Kunst erlebbar machen		x				x		
A4 Die ausserordentliche Ausstrahlung der Bad RagARTz kollektiv aufgreifen und nutzen.			x				x	
A5 Das südliche Oberdorf auf den Gast, den Tourist ausrichten.			x				x	
B1 Die Durchfahrt im Ortskern in ein siedlungsverträgliches Verkehrsregime überführen.	JA	x						x
B2 Die Platzkette im Ortskern mit Badplatz und Bernard Simon-Platz komplettieren.			x					x
B3 Die Plätze nach klaren Themenschwerpunkten gestalten (Wasser, Handwerk, Kunst, ...)				x				x
B4 Den Detailhandel an Plätzen konzentrieren.			x				x	
B5 Beim Bernard Simon-Platz 3 bis 4 zusätzliche Kurzzeitparkplätze einrichten.		x				x		
B6 Einen Wettbewerb fürs Zentrumsprojekt lancieren (mit Hotel, öffentlichen Räumen).	JA	x				x		
C1 Das Wohnen im EG in den ruhigen rückwärtigen Gassen ermöglichen.				x				x
C2 Das Wohnen im südlichen Oberdorf fördern, um die Mieten der EG-Flächen zu entlasten.			x					x
D1 Einen Ortsentwickler beauftragen.	JA	x				x		
D2 Den Austausch fördern zwischen Detaillisten, Gastronomen und Eigentümern.		x				x		

Priorität: Wie ist die Dringlichkeit der Massnahme? / Frist: Wann ist die Massnahme anzugehen?