



**IG Innenstadt**  
**BIEL/CI Centre-ville**  
**BIENNE**

# Zukunftsbild der Bieler Innenstadt

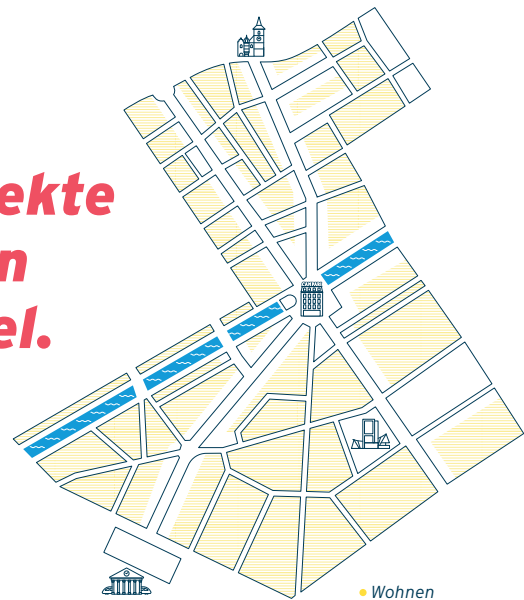


# Der Wandel der Innenstädte hat eben erst begonnen.



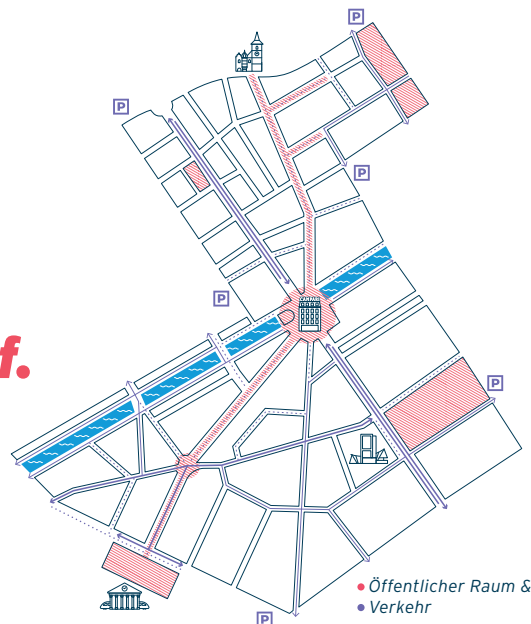
- 1** Die Bieler Innenstadt wird in den nächsten Jahren ihr Wesen und ihr Gesicht verändern. Die Veränderung wird nicht von heute auf morgen erfolgen, aber sie ist tiefgreifend.
- 2** Heute sind sowohl die Erwartungen der Bevölkerung und der wirtschaftlichen Akteurinnen und Akteure wie auch die Gebäude stark auf das Einkaufen im Sinne von begehbaren «Regalsystemen» fixiert. Diese Fixierung hat keine Zukunft mehr.
- 3** Haupttreiber dieser Veränderung ist ein grundlegender Strukturwandel im Detailhandel. Ein grosser Teil des Einkaufens wird ins Internet verlegt. Das «Regalsystem» Amazon ist unschlagbar bezüglich Effizienz. Anbieter brauchen weniger Flächen, um sich zu positionieren.
- 4** Der Rückgang der Verkaufsflächen wird sich international fortsetzen, ja sogar beschleunigen. Diese Entwicklung ist gemäss Experten erst am Anfang.
- 5** Auch in Biel wird sich das «Ladensterben» (bzw. -Verkleinern) noch in erheblichem Masse fortsetzen. Niemand kann dies verhindern, auch die Behörden nicht. Mit nostalgischen Beschwörungen der «guten alten Zeiten» werden sich die Spuren des Wandels im Stadtbild nicht aufhalten lassen.
- 6** ...aber wir können das Beste daraus machen - die Bedrohung als Chance auffassen. «Weniger Läden» heisst nicht «weniger Leben».
- 7** Nachdem unsere Innenstadt ihre einseitige Widmung als Einkaufszentrum überwunden haben wird, wird sie eine positive und wichtige Zukunft als Erlebnis- und Aufenthaltsstandort für alle Menschen haben.
- 8** Unsere Innenstadt wird langfristig nicht mehr in erster Linie von Einkaufenden frequentiert sein, sondern von Menschen aller Altersschichten, die sich gerne hier aufhalten, die hier Begegnungen und Erlebnisse aller Art suchen: Verweilen, Konsumieren, Spielen, sozial Austauschen - das Einkaufen wird nur noch eine dieser Erlebnismöglichkeiten sein.
- 9** Unsere Innenstadt hat gute Voraussetzungen für die Entwicklung vom Einkaufs- zum Erlebnisort: Sie ist zentral und überschaubar. Sie hat zahlreiche Orte, die sich ideal für Begegnungen und Aufenthalt eignen. Sie hat etliche gebaute und natürliche Orte und Räume, die man als Schönheiten inszenieren kann. In ihr wohnen viele Menschen. Die Unterschiedlichkeit der kulturellen und gesellschaftlichen Hintergründe wirkt belebend. Die Durchmischung von Nutzungen (Wohnen, Dienstleistungen, Gewerbe) ist für eine Innenstadt überdurchschnittlich hoch.
- 10** Generell wird das Wohnen wichtiger in und für die Bieler Innenstadt. Urbane Lebensqualität wird zunehmend gesucht. Das Innenstadt-Wohnen der Zukunft ist nicht mehr auf die eigenen vier Wohnungswände begrenzt, sondern schliesst auch den öffentlichen Raum und seine Aufenthaltsqualität mit ein. Die Grenze zwischen privatem und öffentlichem Raum in der Innenstadt löst sich auf.
- 11** Das Bieler Zentrum wird von der gesamthaft positiven Stadtentwicklung profitieren. Zahlreiche Wohnüberbauungen für den Mittelstand bringen Kaufkraft, Unternehmungen (z.B. UBS) siedeln sich an oder bauen aus und bringen zusammen mit dem Fachhochschul-Campus und dem Innovationspark neue Talente nach Biel. Das Wohnangebot entwickelt sich für den Mittelstand positiv, zum Teil sogar direkt am Zentrum gelegen.

# Unsere Stadt ist das perfekte «Labor» für einen positiven Umgang mit dem Wandel.



- 12** Trotz dieser guten Voraussetzungen wird sich der Wandel der Innenstadt in den nächsten Jahren nicht reibungslos vollziehen. Vielmehr wird er irgendwo zwischen zwei Extremen erfolgen: Wird es ein tiefes «Tal der Tränen» mit vielen Ladenleerständen und anderen Verödungszeichen geben? Oder werden wir den Wandel positiv gestalten? Die Bielerinnen und Bieler haben es selber in der Hand.
- 13** Voraussetzung für eine gute Entwicklung ist der Blick nach vorne (statt dem Betauern der Vergangenheit), ist die Offenheit für neue Ideen (statt das Festhalten an Gewohnheiten), ist der Mut zur Innovation und zum Experimentieren, ist das Bekenntnis zu Qualität und gegenseitigem Respekt bei der Inanspruchnahme des öffentlichen Raums.
- 14** Wenn alle Akteurinnen und Akteure ihren Beitrag für eine lebenswerte Innenstadt leisten, werden wir in den nächsten Jahren eine Erfolgsgeschichte schreiben statt über ein Problem klagen.
- 15** Die Bevölkerung, jung und alt, wird die Innenstadt als einen Ort in Biel schätzen lernen, den man nicht nur als Passant durchheilt oder als Einkaufende zielgerichtet besucht, sondern in dem sich der Aufenthalt lohnt. Wir werden alle mehr Zeit in der Innenstadt verbringen als heute: Auf Märkten, Spielplätzen, Erweiterungen von Gastronomie- und anderen Anbietern (bspw. Bibliothek) - oder schlicht für die Begegnung mit Zeitgenossen und Zeitgenossen in attraktiv gestalteten und möblierten Stadträumen
- 16** Die Gewerbetreibenden werden ihre Angebote an die neuen Ansprüche an Erlebnis und Einkaufen anpassen, sie werden aktiv auf die Kundinnen und Kunden zugehen und das Beste aus der Digitalisierung und aus dem emotionalen Potenzial (sinnliche Erlebnisse, Beratung...) ihrer Produkte machen.
- 17** Bewohnerinnen und Bewohner der Innenstadt werden ihr Lebensgefühl nicht nur aus den eigenen vier Wänden schöpfen, sondern vermehrt auch von der Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums profitieren wollen.
- 18** Liegenschaftsbesitzerinnen und -besitzer werden erkennen, dass die Zeit der langen, teuren Ladenmietverträge vorbei ist. Sie werden clevere neue Strategien für ihre Objekte realisieren: Die oberen Geschosse für attraktives, urbanes Wohnen positionieren, damit den finanziellen Druck vom Erdgeschoss nehmen - und so wieder attraktiv werden für Geschäfte, die Qualität bieten (bspw. mit lokalen Produkten oder soziokulturellen Angeboten), aber nicht die hohen Mieten der internationalen (Mode-)Ketten bezahlen können. Und dies nicht nur in jahrelangen Mietverträgen, sondern auch kurzfristig, temporär. Nicht zuletzt werden die Bieler Innenstadt und ihre bestens gelegenen Flächen auch wieder attraktiv für Nutzungen ausserhalb des Detailhandels.
- 19** Regionale Produkt- und Dienstleistungsanbieter werden die Innenstadt und ihre Erschließungs- und Erlebnisqualität als Promotionsplattform entdecken, auch temporär, etwa im Sinne von Pop-Up-Präsenzen.

# Gestaltung des öffentlichen Raums: Die Stadt Biel schlägt ein neues Kapitel auf.



**20** Das Zentrum der Stadt Biel wird im öffentlichen Raum Anpassungen und bauliche Veränderungen verlangen. Die Behörden der Stadt Biel gehen ohne Tabus über die Bücher und und überdenken die aktuelle Gestaltung grundlegend: Mehr menschlicher Massstab in Ergänzung zur abstrakten Ästhetik von grossen Achsen und Plätzen; Mobiliar und Begrünung, die zum Verweilen und Spielen einladen; differenziertes Nebeneinander aller Mobilitätsformen; Förderung der Liebe zu Detail und Qualität in den Bereichen Reklamen und Gastgewerbe; Förderung der qualitätsvollen Inanspruchnahme des öffentlichen Raums inklusive Innenhöfe. Mit diesem Engagement seitens der Stadt Biel geht die Erwartung einher, dass sich auch die privaten Akteure in ihren Einflussbereichen konsequent und partnerschaftlich für die Zukunft der Innenstadt einsetzen.

**21** In der IG Innenstadt haben sich Vertreterinnen und Vertreter aller Akteure zusammengeschlossen, um entlang diesen Ideen gemeinsam in und an der Innenstadt zu arbeiten. Neben dem breiten Schulterchluss ist für diesen «Bieler Ansatz» auch der Mut zum Ausprobieren, zum Experimentieren und zum Temporären charakteristisch.

**22** Kein anderes Stadtgebiet erfüllt derart viele öffentliche Funktionen wie die Innenstadt von Biel: Image- und identitätsbildendes «Gesicht» der ganzen Stadt, Mobilitätsdrehscheibe, Lebens- und Erlebnisraum, kommerzielles und kulturelles Zentrum etc. Zugleich ist sie von den eingangs erwähnten Veränderungen in Gesellschaft und Gewerbe stark betroffen. Deshalb gilt der Innenstadt ein besonderes Augenmerk der Behörden. Dieses steht jedoch nicht in Konkurrenz zur Attraktivierungsarbeit in anderen Stadtquartieren, sondern ergänzt diese.

## Quellenverzeichnis

**Enz Kaspar;** *Ladensterben: Vermieter und Politik stehen Ladensterben in der Ostschweiz ratlos gegenüber*, in *Tagblatt* (04.03.2018), <https://www.tagblatt.ch/ostschweiz/ladensterben-vermieter-und-politik-stehen-ladensterben-in-der-ostschweiz-ratlos-gegenueber-id.1006770>

**Fitzsche Daniel;** *Wie wir in Zukunft einkaufen*, in *NZZ* (02.12.2017) <https://www.nzz.ch/feuilleton/architektur-und-gesellschaft/jan-gehl-plaediert-gesellschaftsvertraeglichen-stadtbau-leben-zwischen-haeusern-ld.108229>

**Gehl Jan** (2015), *Städte für Menschen* (4. Auflage), Verlag: Jovis

**Gottlieb Duttweiler Institute;** *Future Public Space* (2018), [https://staedteverband.ch/cmsfiles/180416\\_zora\\_future\\_public\\_spaces\\_d.pdf](https://staedteverband.ch/cmsfiles/180416_zora_future_public_spaces_d.pdf)

**Gottlieb Duttweiler Institute,** *Shopping and the City 2020*, [https://www.gdi.ch/media/summaries/Shopping\\_and\\_the\\_City\\_Summary.pdf](https://www.gdi.ch/media/summaries/Shopping_and_the_City_Summary.pdf)

**Heinemann Gerrit,** *Internet gegen Innenstadt: Das grosse Ladensterben*, in *ZDF makro* (27.01.2018), <https://www.zdf.de/nachrichten/heute/ladensterben-makro-interview-100.html>

**Menge Oliver;** *«First Friday» liess die verschlafene Bieler Altstadt aufblühen - Initianten wurden ausgezeichnet*, in *Grenchner Tagblatt* (04.02.2018) <https://www.grenchnertagblatt.ch/solothurn/grenchen/first-friday-liess-die-verschlafene-bieler-altstadt-aufbluehen-initianten-wurden-ausgezeichnet-132166883>

**Sayah Amber,** *«Die Stadt war von Autos überschwemmt»*, in *Stuttgarter Zeitung* (22.03.2017), <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.architekt-und-stadtplaner-jan-gehl-die-stadt-war-von-autos-ueberschwemmt.36340750-b272-4acf-8aa6-775093549b85.html>

**Schaffner Andreas,** *Detailhandels-Experte kritisiert: «Es wurde eine Filiale nach der anderen eröffnet, statt nachzudenken»*, in *Aargauer Zeitung* (19.07.2017), <https://www.aargauerzeitung.ch/wirtschaft/detailhandels-experte-kritisiert-es-wurde-eine-filiale-nach-der-anderen-eroeffnet-statt-nachzudenken-131535158>

**Schmutz Christoph G.;** *Wie sich der Detailhandel gegen das Internet wehrt*, in *NZZ* (30.01.2017), <https://www.nzz.ch/wirtschaft/detailhandel-der-zukunft-der-verkaeufer-als-alleskoenner-ld.142646>

**Stadt Biel, Stadtentwicklung,** <https://www.biel-bienne.ch/de/pub/wirtschaft/stadtentwicklung.cfm>

**Zukunftsinstitut;** *Zukunft der Innenstadt: Retail Report 2017* [https://www.trendwelten.eu/themen-trends.html?topic\\_id=171](https://www.trendwelten.eu/themen-trends.html?topic_id=171)