

# Wettbewerbsvorteile nutzen

In jeder Gemeinde gibt es Orte, welche Menschen anziehen. Da kann man sich fragen: Was macht es aus, dass man einen Ort mag? Wie können Orte zielgerichtet gepflegt und entwickelt werden?

Von Dieter Pfister und Daniel Berchtold\*

Bei der Beurteilung von Orten sind «objektive», an Objekte gebundene Aspekte wichtig: Der Belag der Fusswege, der beim Gehen angenehm wirkt, die Begrünung, die Angebote der Ladengeschäfte, die Belebtheit. Wo Menschen sind, kommen andere gerne hinzu, die Leere jedoch ist selten anziehend. Häufig wird dann danach gefragt, wie man einen Ort beleben könnte, wenn Defizite wahrgenommen werden. Das ist aber nicht in allen Fällen zielführend.

## Besuchermotivation hat Vorrang

Häufig besteht das Problem darin, dass ein Ort eben gerade auch im Falle einer geringen Belebung den Vorstellungen der Besucher entsprechen sollte. Wenn es darum geht, die Gestaltung eines Ortskernes den veränderten Bedürfnissen anzupassen, ist der Vergleich eines Orts mit dem Produkt einer Firma hilfreich. Ein Produkt muss Wünsche und funktionale, qualitative sowie emotionale Anforderungen erfüllen und wird dann zum Markenprodukt,

wenn es ein klares Profil hat, nicht jede Mode mitmacht, sich selber treu und ähnlich bleibt. Das darf aber nicht zur Erstarrung führen. Übertragen auf Räume heisst das: Lebendigkeit und Wachstum erfolgen, indem Gestaltungsmuster erkennbar sind, welche einen Ort unverwechselbar prägen und einem Besucher in guter Erinnerung bleiben. Wir reden dann von der Atmosphäre, die für uns einen Besuch lohnenswert macht.

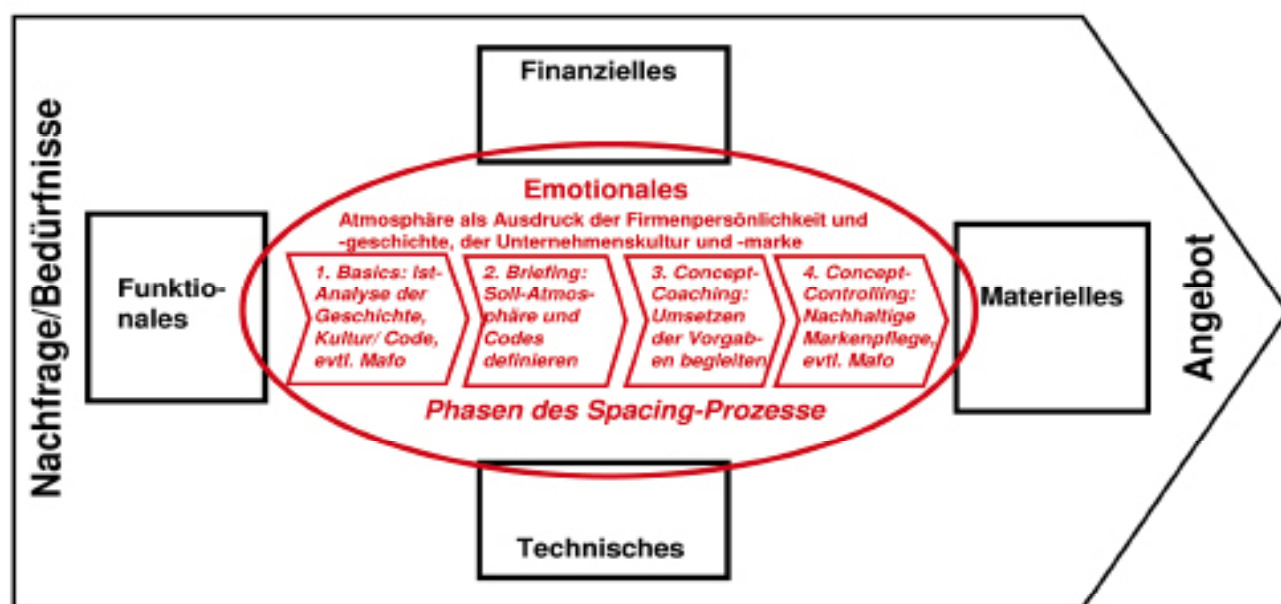
## Standortpotenziale erkennen

Doch was ist das, die Atmosphäre, und was ist der Massstab für deren bewusste Gestaltung und Pflege? Neben der Befragung der Bewohner, Besucher und Passanten geht es darum, die Qualitäten des Ortes selber zu erfassen und herauszufinden, welche Potenziale er hat. Anhand der Geschichte des Ortes wird das spezielle Muster aufgenommen, das zu seiner aktuellen Gestaltung geführt hat, und beschrieben, was wir als «Atmosphäre» wahrnehmen. Dabei wird der Ort in Atmosphärenzonen unterteilt

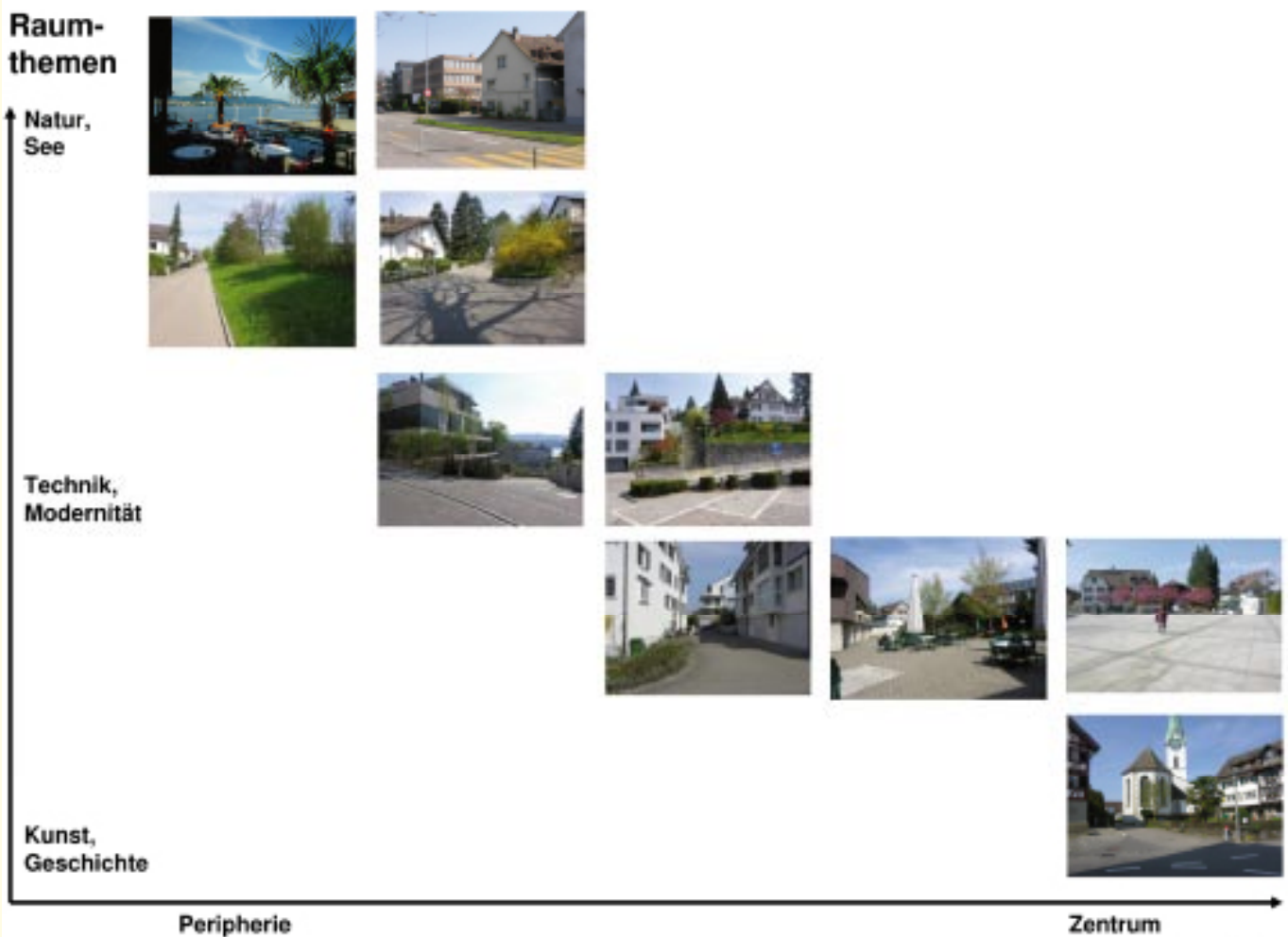
je mit unterschiedlichen Ausprägungen der Baustile, der Körnigkeit, der Bedeutung von Geschichte, der Raumaussagen und -nutzungen, der Flows und Communities etc. Aus dem Ist kann dann eine Soll-Atmosphäre erarbeitet und für die einzelnen Zonen abgeleitet werden. Für einen konkreten Ort ist schliesslich festzulegen, zu welchen der umliegenden Atmosphären er Bezug nehmen soll und wie sich das alles konkretisiert und materialisiert. Eine besondere Bedeutung hat eine einprägsame, intuitive Orientierung und eine den Bedürfnissen entsprechende Führung der Fusswegverbindungen. Mit diesem Verfahren lassen sich Kriterien für die Beurteilung von Projekten erarbeiten, was speziell auch im Falle von Gestaltungswettbewerben hilfreich ist und vor Enttäuschungen bewahren kann. Wichtig dabei ist, dass die erarbeiteten langfristigen Zielvorstellungen rechtzeitig in die jeweiligen Wettbewerbsvorgaben oder in die Beurteilung von Bauprojekten einfließen. So entsteht eine nachhaltige Wirkung und wird Flickwerk vermieden.

## Innenstadt-Planung und Hauseigentümerinteressen treffen sich

Um die Nutzer und die Gebäudeeigentümer eines Ortes in den Prozess einzubinden, wird



Die Einteilung in Atmosphärenzonen, das sogenannte «Spacing», weist mehrere Phasen auf. Wenn alle Vorgaben und Entwürfe stimmig zusammenpassen, wird ein Ort den Erwartungen von Einwohnern und Besuchern gerecht.



Das Beispiel Zollikon zeigt, wie viele verschiedene Atmosphären in ein und derselben Gemeinde vorhanden sind.

durch Befragungen gemessen, wie ein Ort auf die verschiedenen Zielgruppen wirkt. Hier gibt es inzwischen bewährte Instrumente der Marktforschung (zum Beispiel der Spacing-Monitor von gfs-zürich), welche die Wirkung der Raum-Atmosphäre erheben. Dabei erkennen wir, ob und in welchen Dimensionen die Ziele der Soll-Atmosphäre erreicht worden sind, was dann Hinweise für eine Feinabstimmung gibt. Es geht bei solchen Vorhaben um langfristig gül-

tige Leitbilder, welche dank der Akzeptanz bei allen Beteiligten einen Mehrwert erzeugen und die nötige Kontinuität über Jahrzehnte sicherstellen.

Obenstehende Grafik zeigt abschliessend skizzenhaft, wie eine Gemeinde in Atmosphärenzonen unterteilt werden kann und welche Phasen ein solcher Prozess der Raumentwicklung, des «Spacings» aufweist. Wenn alle Vorgaben und Entwürfe stimmig zusammenpas-

sen, kann der Ort allmählich zu dem werden, was die Einwohner und Besucher von ihm erwarten: Ein Bezugspunkt, zu welchem alle Beteiligten eine positive Beziehung entwickeln und welchen sie gerne besuchen.

\* Daniel Berchtold ist für die Markimo AG in Zürich tätig ([www.markimo.ch](http://www.markimo.ch)). Er leitet in der Gemeinde Zollikon ein Projekt zur Positionierung und Entwicklung des Ortskernes. Für die Messung der Atmosphäre arbeitet die Markimo AG mit Dieter Pfister von Pfister Marketing & Spacing ([www.pfister-marketing.ch](http://www.pfister-marketing.ch)) aus Binnigen zusammen.

Der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement SVSM gehören rund 100 Mitglieder aus den Bereichen Standortmanagement, Regionenmarketing und Siedlungsentwicklung an. Sie fördert den Erfahrungsaustausch und das Networking mit Lunches und Academies mit Referenten zu aktuellen Themen aus der Branche. Neu ist die Plattform [www.standortmanager.ch](http://www.standortmanager.ch), wo sich die Standort-Profis registrieren lassen können.

#### Nächste Veranstaltung:

#### SVSM Awardverleihung 16. September:

Der Award wird für herausragende Leistungen im Standortmarketing, im Standortmanagement und in der Wirtschaftsförderung in der Schweiz vergeben, 2010 bereits zum vierten Mal. Die Verleihung findet im Zunfthaus zur Waag in Zürich statt. Weitere Infos unter [www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch).



SVSM  
Schweizerische Vereinigung  
für Standortmanagement

SVSM Geschäftsstelle

Wengistrasse 7

8004 Zürich

Tel. 044 455 56 71

[info@svsm-standortmanagement.ch](mailto:info@svsm-standortmanagement.ch)

[www.svsm-standortmanagement.ch](http://www.svsm-standortmanagement.ch)