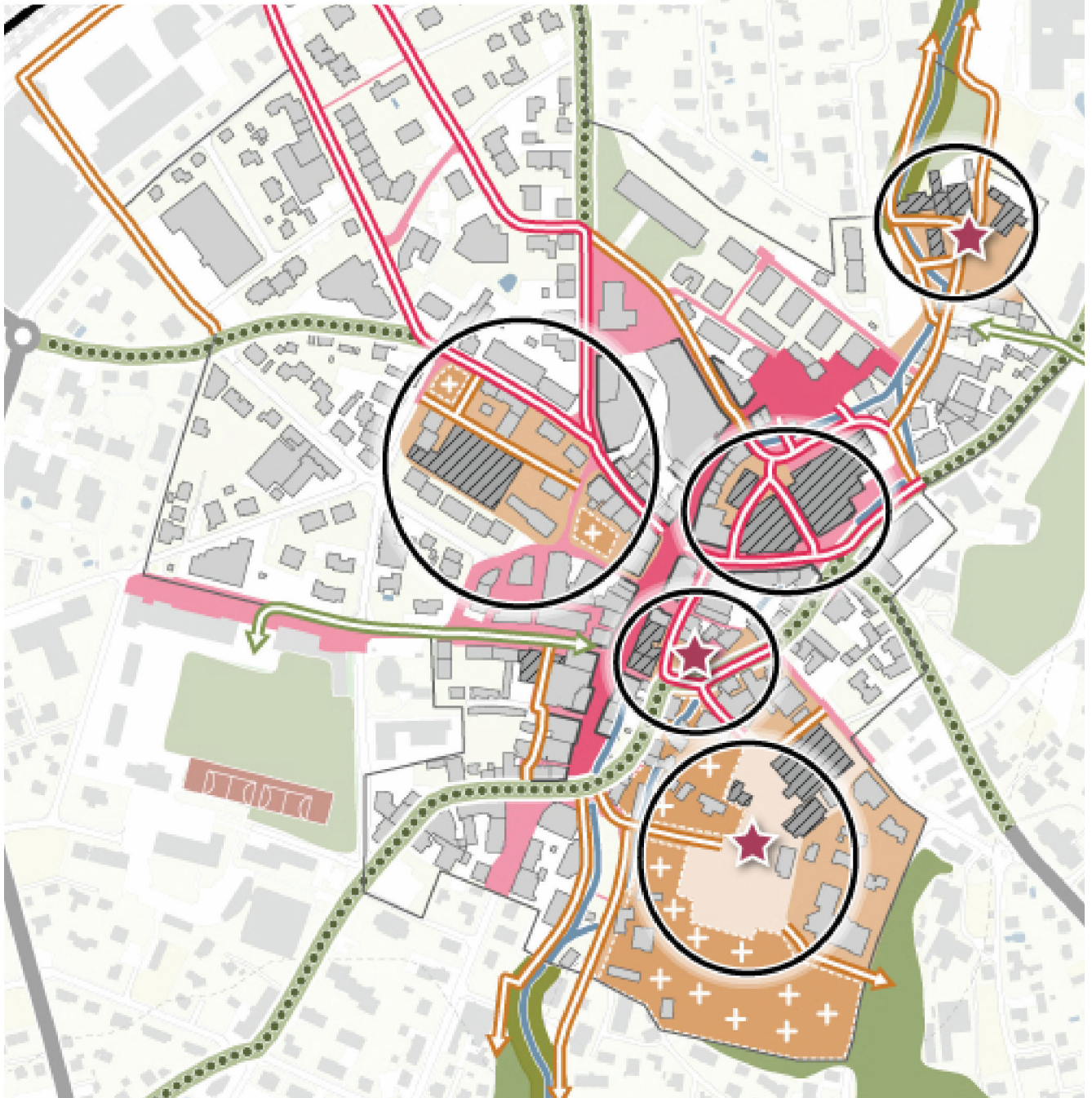


Langenthal

Entwicklungskonzept Stadtzentrum



Impressum

Auftraggeberin	Stadt Langenthal
Projektleiterin	Sabine Gresch Fachstellenleiter Raum und Siedlung, Stadtbauamt
Berichtversion	24.8.2021
Bearbeitungsteam	KONTEXTPLAN: Eva Gerber / eva.gerber@kontextplan.ch (Projektleitung) Götz Datko / goetz.datko@kontextplan.ch Markus Reichenbach / markus.reichenbach@kontextplan.ch Cécile Egli / cecile.egli@kontextplan.ch berchtoldkrass space&options: Philipp Krass / pk@berchtoldkrass.de (Stv. Projektleitung) Nina Haug / nh@berchtoldkrass.de
Fotos	Bearbeitungsteam

Inhaltsverzeichnis

1. Ziel und Vorgehen	5
1.1 Aufgabenstellung	5
1.2 Bearbeitungsperimeter	7
1.3 Partizipatives Vorgehen	7
2. Das Stadtzentrum heute	10
2.1 Langenthaler Zentrumsviertel und ihre Ankerpunkte	10
2.2 Arbeiten und Wohnen	14
2.3 Potenzialräume	16
2.4 Grün-blaues Netzwerk	18
2.5 Durchwegung	20
2.6 Versorgungs- und Erlebnisbereiche	23
2.7 Erkenntnisse zum Stadtzentrum aus der Bevölkerungsbefragung	28
3. Handlungsfelder und Handlungsempfehlungen	31
3.1 Übersicht Handlungsfelder	31
3.2 Handlungsfeld 1: Städtebau und Ortsbild	33
3.3 Handlungsfeld 2: Einkauf, Kultur & Erlebnis	36
3.4 Handlungsfeld 3: Mobilität	41
3.5 Handlungsfeld 4: Arbeiten und Wohnen	45
3.6 Handlungsfeld 5: Öffentlicher Raum und Orientierung	48
3.7 Handlungsfeld 6: Identifikation & Engagement	52
3.8 Handlungsfeld 7: Ökologie & Klima	55
3.9 Handlungsfeld 8: Marketing & Kommunikation	58
4. Schwerpunkträume und -projekte	61
4.1 Aufwertung des Stadtraums St. Urbanstrasse / Coop	62
4.2 Scharnierfunktion Dästerplatz	64
4.3 Bauliche Ergänzungen Brauihof und Hübeligasse	66
4.4 Entwicklung des Markthallenareals zum Stadtbaustein	68
4.5 Transformation des Mühleareals	69
4.6 Professionelles Zentrumsmarketing	70
4.7 Identifikationsförderung durch aktive Beteiligung an Zentrumsentwicklung	72
4.8 Schaffung geselliger Begegnungsräume ohne Konsumzwang	73
5. Konzeptplan Stadtzentrum Langenthal	75
6. Ausblick	77
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	79

1. Ziel und Vorgehen

1.1 Aufgabenstellung

Das Stadtzentrum von Langenthal soll auch in Zukunft ein Kristallisationspunkt des öffentlichen Lebens sein. Wie an vielen andern Orten in der Schweiz, ist dies auch in Langenthal nicht mehr selbstverständlich. Das veränderte Konsum- und Freizeitverhalten (Onlinehandel) und neue Arbeitsformen (Home-Office) verändern auch die Gründe, weshalb Menschen ins Stadtzentrum gehen. Die bisherigen «Garanten» für Lebendigkeit im Stadtzentrum (Detailhandel und Gastronomie) geraten dadurch unter Druck. Dies hat durch die aktuelle Corona-Krise nochmals an Brisanz gewonnen. Die Stadt Langenthal will zusammen mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wirtschaft und Gesellschaft Massnahmen ergreifen, um das Stadtzentrum für die Zukunft fit zu machen.

Kristallisationspunkt des öffentlichen Lebens

Ins Stadtzentrum geht man immer weniger, weil man etwas braucht, sondern weil man etwas erleben möchte. Der Kauf eines Pullovers oder eines Parfums oder das Buchen einer Pauschalreise – diese Form des Konsums lässt sich im Internet oder auch in gut erreichbaren Shoppingcentern gemütlicher und effizienter «erledigen». Natürlich werden auch in der Zukunft noch Sales-Schilder oder ein breites Mode-Sortiment willkommene Attraktoren des Zentrums sein, die Bedeutung solch konsumorientierter Qualitäten und ganz allgemein die Bedeutung des Zentrums als Schwerpunkt des Konsums nehmen aber weiter ab. Dies ist kein gänzlich neues Phänomen; denn unsere Zentren waren in ihrer langen Geschichte noch nie rein auf den Konsum, respektive auf den Handel fokussiert, sondern schon immer vielfältiger. Die folgende Grafik zeigt einen Überblick, welche Eigenschaften und Nutzungen in Stadtzentren der Schweiz ganz allgemein eher an Bedeutung gewinnen und welche eher an Bedeutung verlieren werden.

Veränderte Bedürfnisse

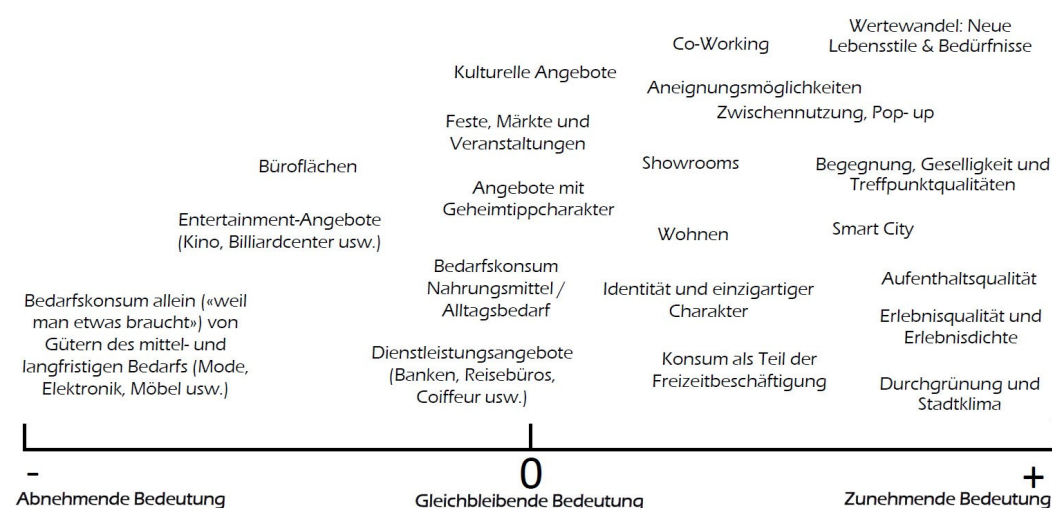


Abbildung 1: Bedeutungswandel von Stadtzentren in der Schweiz

Für die zukünftige Entwicklung des Zentrums von Langenthal ist es zentral, dass dieses nicht nur als Ort des Konsums, sondern als vielfältiger Kristallisationspunkt des öffentlichen Lebens mit einer hohen Vielfalt an Funktionen verstanden wird. Dabei sollen nicht nur Traditionen und die Herkunft gewahrt, sondern auch neue Wege beschritten und mit Freizeit-, Konsum- und allgemeinen Gesellschaftstrends gearbeitet werden.

Wenn es die Menschen tendenziell weniger wegen des Konsums in das Zentrum zieht, welche Qualitäten können ansonsten für die Wahrung und wenn möglich die zusätzliche Förderung ihrer Lebendigkeit sorgen? Ganz allgemein lässt sich dies mit dem Stichwort Erlebnisdichte beantworten.

Die Nutzungsvielfalt im Zentrum von Langenthal ist bereits heute hoch. Man findet unterschiedlichste Gastronomieangebote und -qualitäten, ein breites kulturelles Angebot, Ateliers und Galerien, unterschiedlich nutzbare Freiräume, Feste und Veranstaltungen und etwa auch das Wohnangebot scheint vielfältig, respektive auf unterschiedliche Lebensphasen und Lebensstile ausgerichtet zu sein. Diese Nutzungsvielfalt soll nicht nur aufrechterhalten, sondern wo immer möglich weiter geschärft und durch zusätzliche Bausteine ergänzt werden.

Zu diesen nutzungsorientierten Faktoren kommen verkehrliche, räumliche und gestalterische Aspekte hinzu. Sie ermöglichen gleichsam zu einem guten Teil, auch die Nutzungsvielfalt und Erlebnisdichte. Die Zukunft von Langenthals Stadtzentrum hängt so z.B. auch ab von attraktiven Aufenthaltsbereichen, dem Sicherheitsempfinden, der Erreichbarkeit, ansprechender und abwechslungsreicher Architektur oder dem Stadtmobiliar.

Damit das Stadtzentrum fit für die Zukunft ist, braucht es einen integralen Ansatz, bei dem unterschiedliche Aspekte des Zentrums miteinander betrachtet und koordiniert weiterentwickelt werden. Dies erfolgt im Lead der Stadt, braucht aber auch den Einbezug und die enge Zusammenarbeit mit ganz unterschiedlichen «privaten» Stakeholdern wie Kulturschaffendem, Gastronomie, Detailhandel, Liegenschaftsbesitzende, Vereine, Bewohnerschaft usw.

Das Entwicklungskonzept zeigt auf, wie im Zentrum von Langenthal in verschiedenen Handlungsfeldern die spezifischen Qualitäten weiter gefördert und damit auch die Attraktivität Langenthals insgesamt gestärkt werden kann.

Erlebnisdichte

Nutzungsvielfalt

Räumliche Qualitäten

Integral entwickeln

1.2 Bearbeitungsperimeter

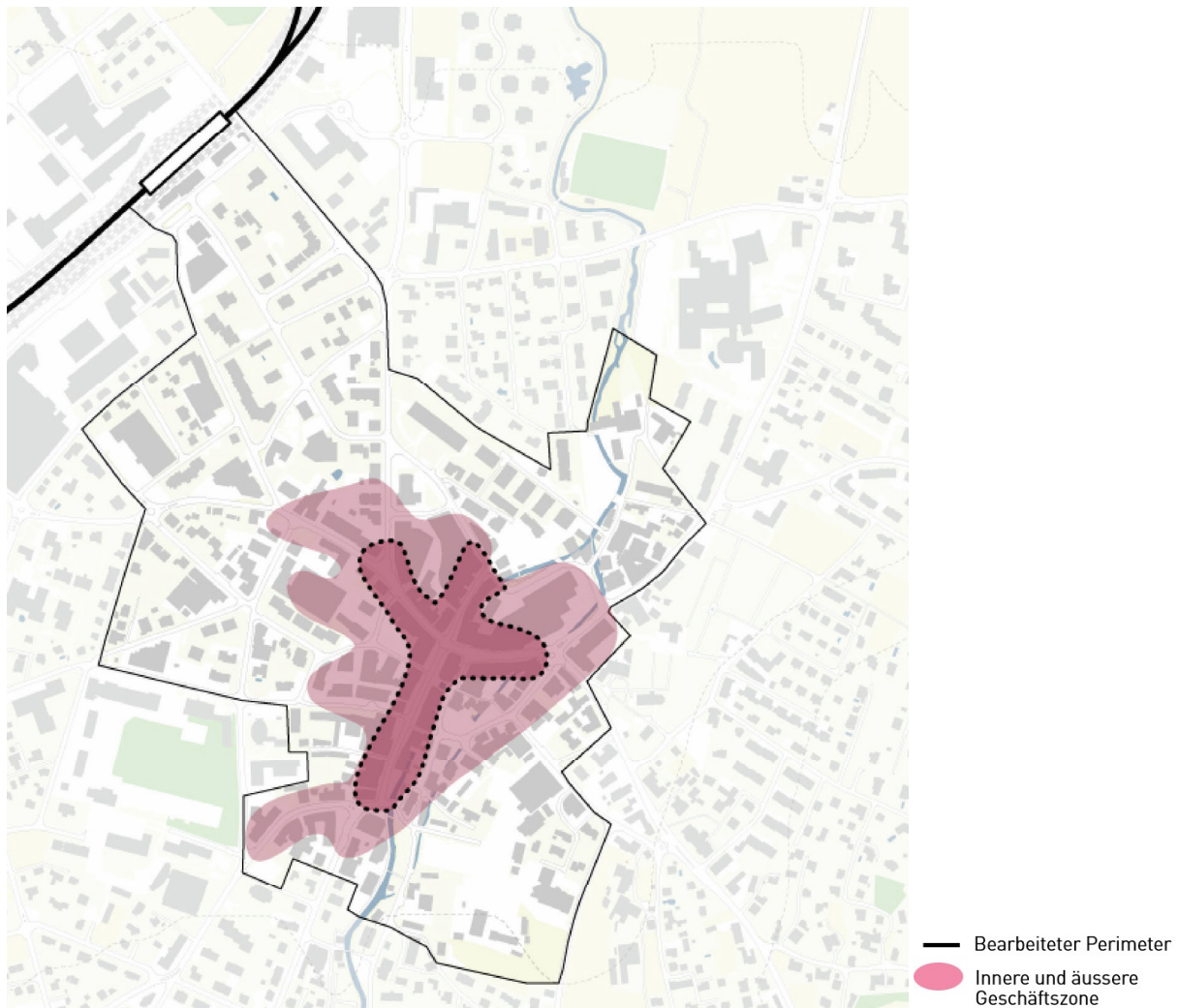


Abbildung 2: Bearbeitungsperimeter Stadtzentrum

Der bearbeitete Perimeter des vorliegenden Entwicklungskonzepts umfasst den Perimeter Kernstadt gemäss Siedlungsrichtplan. Aus fachlichen Gründen wurden für das vorliegende Konzept geringfügige Erweiterungen (Einbezug Bahnhofplatz und Areal alte Mühle) vorgenommen: Der Perimeter Stadtzentrum umfasst auch den Bahnhofplatz sowie das Mühleareal. Das Stadtzentrum umfasst über das engere Versorgungszentrum (hell und dunkelrosa dargestellt) hinaus einen erweiterten Zentrumsbereich. Dieser beinhaltet beispielsweise auch zentrale Erschliessungspunkte, Areale mit Entwicklungspotenzial oder Zentrumsnischen mit speziellen Nutzungen (etwa Kunst, Kultur).

1.3 Partizipatives Vorgehen

Zentrumsentwicklung braucht vielfältige Akteure wie

- / Detailhandel, Gewerbe
- / Gesellschaft
- / Anwohner*innen
- / Grundeigentümer*innen
- / Events, Kultur
- / Und weitere...

Sie alle verfügen über lokales Wissen und Ressourcen und können einen Beitrag an die Zentrumsentwicklung leisten. Das vorliegende Entwicklungskonzept wurde daher mit einer breit zusammengesetzten ca. 40-köpfigen Begleitgruppe, in der alle Akteure vertreten waren, gespiegelt.

Die Begleitgruppe tagte zweimal und erhielt die Gelegenheit, Anliegen und Einschätzungen mit einem schriftlichen Fragebogen einzubringen.

Bereich		Personen
Stadtratsfraktionen	SP/GL	Frau Fanny Zürn Herr Sandro Baumgartner
	FDP/jll	Herr Robert Kummer Frau Irene Ruckstuhl
	SVP	Herr Stefan Grossenbacher Herr Patrick Fluri
	EVP/glp	Herr Mike Sigrist Herr Dyami Häfliger
Fachexpert/-in BPK		Fritz Schär
Denkmalpflege		Adrian Stähli
Arbeitsgruppe Mobilität	TCS	Samuel Gruner
	Asm	Heinrich Matter
	ProVelo	
	VCS	Hansgeorg Kessler
Schule / Schulwegsicherung		Nathalie Scheibli
Gewerbe	Gewerbeverband	Walter Ryser
	Stadtvereinigung	Michael Schenk Urs Herzig
	Architekturforum	Benjamin Meyer
HEV: Grundeigentümer/-innen		Markus Gfeller
Bevölkerung	ToKJO	Thomas Bertschinger
	Interunido	Thomas Niklaus
	Seniorebrügg	Paul Bayard
	Events	Irene Ruckstuhl
	Marktvereinigung	Adrian Herzig
	Procap	Corinne Dellsperger
Institutionen	Hochwasserschutzverband	Beat Schöni
	Kulturkommission	Daniel Ott Helena Morgenthaler

Tabelle 1: Zusammensetzung Begleitgruppe Entwicklungskonzept Stadtzentrum

Desweiteren wurde die breite Öffentlichkeit eingeladen, im Rahmen einer Online-Umfrage Ihre Einschätzungen, Anliegen und Ideen zum Stadtzentrum einzubringen. Insgesamt nahmen rund 1500 Personen an der Umfrage teil.



Die Erkenntnisse aus der Begleitgruppe und der Bevölkerungsbefragung sind in das Entwicklungskonzept eingeflossen. Zur Bevölkerungsbefragung liegt zudem ein detaillierter Mitwirkungsbericht vor.

2. Das Stadtzentrum heute

Dieses Kapitel befasst sich mit der Analyse des Stadtzentrums von Langenthal, so wie es sich heute darstellt, mit erkannten Stärken und Schwächen sowie Potenziale.

Am Ende jedes Analysekapitels wird in einem hellblauen Kasten dargestellt, welches Handlungsfeld sich entsprechend den Analyseerkenntnissen ergibt. Die Handlungsfelder werden in Kapitel 3 konzeptionell bearbeitet und mit konkreten Handlungsempfehlungen ergänzt.

2.1 Langenthaler Zentrumsviertel und ihre Ankerpunkte

Rein optisch (räumlich, baulich, gestalterisch...) hinterlassen viele Stadt- und Gemeindezentren in der Schweiz einen recht ähnlichen Eindruck. Die immer gleichen Filialen grosser Ketten haben daran einen wesentlichen Anteil, aber auch austauschbare Neubauten und unspezifische Freiraumgestaltung tragen wesentlich zu diesem Phänomen bei. Wer hingegen zum ersten Mal in das Zentrum von Langenthal kommt, der spürt: Man ist hier nicht in irgendeiner Stadt. Vieles wirkt speziell und unverwechselbar. Hier ist der individuelle Charakter der Stadt spürbar, der durch besondere Plätze, prägende Gebäude, aber auch durch differenzierte Mentalitäten und spezifische Stimmungen genährt wird. Hier kristallisiert sich die Identität der Stadt heraus. Das charakteristische, unverwechselbare Gesicht des Zentrums prägt sich seinen Bewohnern und Besuchern nachdrücklich ein. Eine grosse Rolle dabei spielt, dass das Zentrum von Langenthal nicht «über einen Kamm geschert» werden kann, sondern dass es unterschiedliche Zentrumsviertel mit jeweils eigenem Charakter und eigenen Ankerpunkten ausprägt.

Unverwechselbarer
Charakter

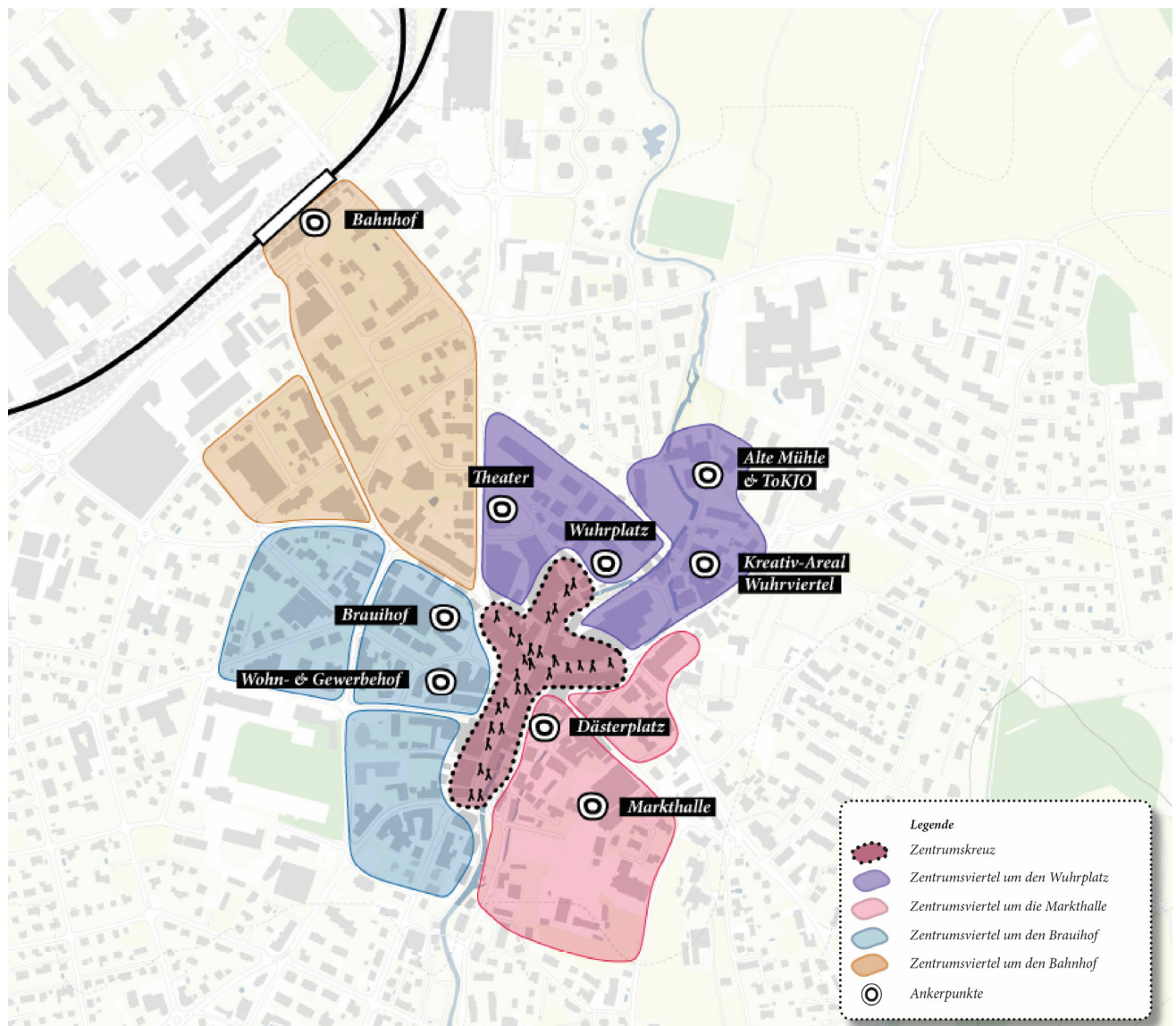


Abbildung 3: Analyseplan Langenthaler Zentrumsviertel und ihre Ankerpunkte

Schätze:

- „Kleeblattstruktur“: Vielfältige Viertel mit eigenen Qualitäten
- Gut ans Zentrum angebundene Viertel
- Gutes Parkierungsangebot
- „Geheimtipp-Charakter“: Überraschende Winkel & Ankerpunkte mit spezifischen Nutzungen und Gestaltungen

Defizite:

- Potenzial an öffentlichen Räumen mit Aufenthaltsqualität, zusätzlich zum Wahrplatz
- Teilweise unternutzte und verkehrsbelastete Potentialflächen
- Wenige Sitzgelegenheiten

Nachfolgend werden einige spezifische Themen der Langenthaler Zentrums-
viertel mit fotografischen Impressionen aus dem Langenthaler Stadtzentrum
vertieft.

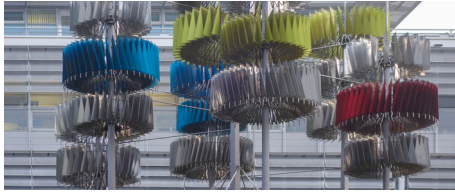


Vielfalt der Viertel:

Wenn das Zentrum von Langenthal mit einem einzigen Wort beschrieben werden soll, dann ist «Vielfalt» wohl eine gute Wahl. Es ist erstaunlich, wie viele unterschiedliche Architekturstile, Außenraumqualitäten und Publikumsnutzungen hier auf relativ kompaktem Raum aufeinandertreffen. Es gibt auch viele andere Städte und Gemeinden, auf deren Zentren diese Beschreibung zutrifft. Allerdings kann anderenorts häufig eher von einem «unstimmigen, wilden Potpourri» geredet werden, wohingegen die Heterogenität im Zentrum von Langenthal an den meisten Zentrumsteilen mit hoher Attraktivität zu überzeugen weiss. Dies mag vor allem daran liegen, dass die meisten der einzelnen Bausteine in sich jeweils eine hohe Qualität aufweisen. Manche älteren Bausteine erzählen Geschichten einer stolzen Vergangenheit, viele von ihnen bereits gefüllt mit neuem Leben. Und die meisten neueren Bausteine wurden sorgfältig gestaltet und in ihr Umfeld eingepasst – sie wollten das Alte nicht erdrücken, sondern sinnvoll ergänzen – zwar in den unterschiedlichen Sprachen der Jahrzehnte, allerdings zumeist hochwertig ausgeführt. Die Summe vieler qualitativ hochwertiger Bausteine ergibt ein attraktives Ganzes.

Vielfältige Winkel und Nischen:

Im Zentrum von Langenthal gibt es sehr viel zu entdecken. Insbesondere abseits des Zentrumskreuzes gibt es viele attraktive und überraschende Winkel. Der Grossteil des Konsums findet auf dem Zentrumskreuz statt, das Spezifische, Prägende und Identitätsstarke findet sich eher in den Winkeln der umgebenden «Zweiten Reihe» – ein gelungenes Zusammenspiel! Das Spezifische der zweiten Reihe bietet unterschiedliche Identitäten mit unterschiedlichen Nutzungsmöglichkeiten. Die «vielfältigen Winkel» sind ein Potenzial für die zukünftige Zentrumsentwicklung. Sie können zur Erlebnisvielfalt und Erlebnisdichte im Stadtzentrum beitragen.



Langenthal-spezifisches:

Drei Eigenarten stehen als «typisch Langenthal» hervor: Erstens das Durchfliessen: Die zahlreichen überraschenden Durchwegungen sind bereits beschrieben (siehe oben) und zusätzlich wird diese Eigenart durch das Wasser, respektive durch die Langete untermauert, wodurch viele attraktive Raumsituationen geschaffen werden. 2. Die Designkultur: Die Textilindustrie hat in Langenthal eine lange Tradition und eng mit ihr verbunden ist die Designkultur. Und es scheint so, als wäre diese Geschichte im öffentlichen wie auch im privaten Raum im Stadtzentrum verankert – es gibt Kunstwerke, Ateliers und viele kleine, kreative Zeichen zu entdecken. 3. Die Hochtrottoirs: Die Hochtrottoirs sind ein bekanntes langenthal-spezifisches Element, das die Geschichte des Ortes vermitteln kann. Inwieweit dieses Element verstärkt als Potenzial genutzt werden kann, ist zu klären. Heute präsentieren sich die Hochtrottoirs eher als Hürde, die es zu überwinden gilt.



Das Zentrumskreuz:

In der Mitte des Stadtzentrums, dort, wo die Publikumsfrequenz am höchsten ist, wo die Filialen der grossen Modeketten sind und wo vermutlich die höchsten Mietpreise gezahlt werden, wird das Prinzip des Durchfliessens unterbrochen. Die Marktgasse und die Bahnhofstrasse/St. Urbanstrasse bilden ein Kreuz aus, das durch weitestgehend geschlossene Raumkanten bestimmt ist. Hier wirkt das Zentrum von Langenthal wie «typisch Stadt»: ein urbaner, dichter Raum, der mit seiner klaren Struktur und der meist historischen und ansonsten durchaus hochwertigen Architektur zu überzeugen weiss. Allerdings: Würde man mit verbundenen Augen in an diesen Ort geführt und würde hier den ersten Blick auf das Zentrum werfen, so wüsste man nicht, dass man sich in Langenthal befindet. Hier wirkt das Zentrum von Langenthal (abgesehen von den Hochtrottoirs) am ehesten austauschbar, hier fehlt das so spezifische Durchfliessen, hier fehlt die Heterogenität und hier finden sich Anbieter (Modeläden, Banken usw.), wie sie überall in der Schweiz zu finden sind.



Treffpunktmöglichkeiten ohne Konsumzwang:

2011 wurde der neu gestaltete Wuhrplatz eingeweiht, der auch einen den Sommer hindurch rege genutzten Pétanque-Platz bietet. Ansonsten fehlen weitere, oder zumindest bewusst gestalteten und mit spezifischen Nutzungsmöglichkeiten verknüpften Treffpunktqualitäten. Sicherlich gibt es Nischen und Ecken, an denen man sich hinsetzt und miteinander redet, aber gezielt angebotene Begegnungsmöglichkeiten (z.B. Sitzgruppen oder Sitztreppen zum Wasser) stellen ein Potenzial dar.



Stadtgeschichte:

Während in vielen Stadtzentren historische Kirchen wesentliche identitätsstiftende Elemente bilden, liegen diese in Langenthal ausserhalb des funktionalen Zentrums und prägen den Zentrumscharakter nicht. Langenthals Stadtentwicklung scheint durch andere Elemente, insbesondere die Industriegeschichte geprägt zu sein. Die stärkere Sichtbarmachung dieser Herkunft ist ein Potenzial, das es zu nutzen gilt. (Bild: Website Création Baumann, Langenthal)



Umgang mit Notwendigem:

Vielerorts im Zentrum von Langenthal zeigt sich der Umgang mit Elementen wie Fahrradständern, Mülltonnen, aber auch Geräten von Klimaanlage und ähnlichem Notwendigen wenig abgestimmt. Teils stehen derartige Stadtmobiliar-Elemente scheinbar zufällig inmitten des öffentlichen Raums und stören nicht selten die Atmosphäre des jeweiligen Ortes.

Als Handlungsfelder sollen berücksichtigt werden:

- _ Städtebau & Ortsbild: Vielfalt einzelner Bausteine schärfen und gleichzeitig Charme des städtebaulichen Gesamtensembles weiterentwickeln
- _ Städtebau & Ortsbild: Wahren und Schärfen Langenthal-spezifischer Qualitäten
- _ Öffentlicher Raum: Vielfältige Nutzungsmöglichkeiten und Treffpunktqualitäten sicherstellen; Maximierung von Geselligkeit und Begegnung
- _ Öffentlicher Raum: Erscheinungsbild verbessern
- _ Ortsbild: Stadtgeschichte erlebbar machen

2.2 Arbeiten und Wohnen

Die vielfältige Nutzbarkeit des Zentrums von Langenthal bezieht sich nicht nur auf die Bedürfnisse der Besucher*innen, sondern vor allem auch auf die Bedürfnisse der Bewohner*innen und der im Zentrum Arbeitstätigen. Wohnen und Arbeiten sind zwei zentrale Funktionen des Zentrums.

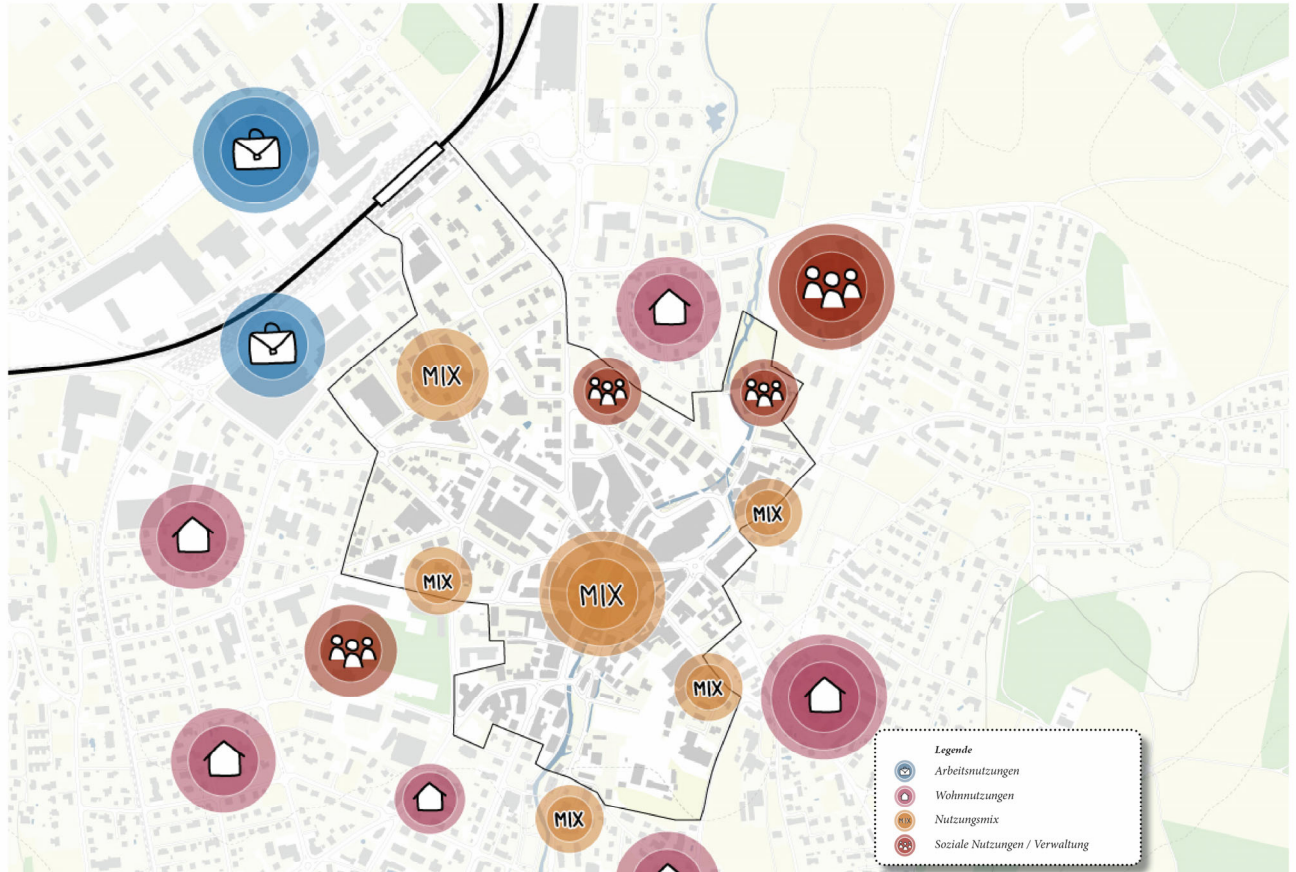


Abbildung 4: Analyseplan Arbeiten und Wohnen

Schätze:

- Vielfältige Nutzungsmischung (Mischgebiete und Kernzonen)
- Arbeitsplatzgebiet in guter Erreichbarkeit am Bahnhof / neue zentrumsnahe Arbeitsplatzgebiete werden entwickelt, mit Arbeitsplätzen für neue potenzielle Nutzer*innen des Zentrums
- Einkaufsgelegenheiten des täglichen Bedarfs in direkter fussläufiger Erreichbarkeit (z.B. Coop, Migros, ...)

Defizite:

- Wenig vertikale Nutzungsmischung

Nachfolgend werden einige Aspekte im Thema Arbeiten und Wohnen vertieft:



Identifikation der Bewohner:

Die Identifikation der Bewohner mit ihrem Wohn- und Lebensraum ist im Stadtzentrum spürbar. Bevölkerung und Liegenschaftsbesitzende leisten an vielen Orten in Fenstern und Vorzögen einen Beitrag zum Wohlbefinden und zu einem attraktiven Erscheinungsbild. Dies prägt die Atmosphäre des Ortes positiv.



Lebensstile, Sozialstruktur:

Jede Zentrumsentwicklung muss «kundenorientiert» erfolgen und entsprechend ist die Frage möglichst genau zu erörtern: Wer sind die Langenthalerinnen und Langenthaler und welche Bedürfnisse haben sie? Es lohnt sich ein genauer Blick auf die Lebensstile der Langenthaler Bevölkerung. Im Rahmen der Bevölkerungsbefragung und im Rahmen des partizipativen Vorgehens mit der Begleitgruppe erfolgte.

Als Handlungsfelder sollen berücksichtigt werden:

- _ Wohnen: Vielfalt im Wohnangebot
- _ Versorgung: Vielfalt im Versorgungsangebot
- _ Identifikation: Zugehörigkeit der Bevölkerung fördern

2.3 Potenzialräume

Das Zentrum von Langenthal ist noch nicht vollständig gebaut. Es besteht Innenentwicklungspotenzial, es besteht teils Erneuerungsbedarf und es bestehen sogar grössere zusammenhängende Areale, die auf eine Transformation warten. Folgende Potenzialräume sind dabei hervorzuheben:

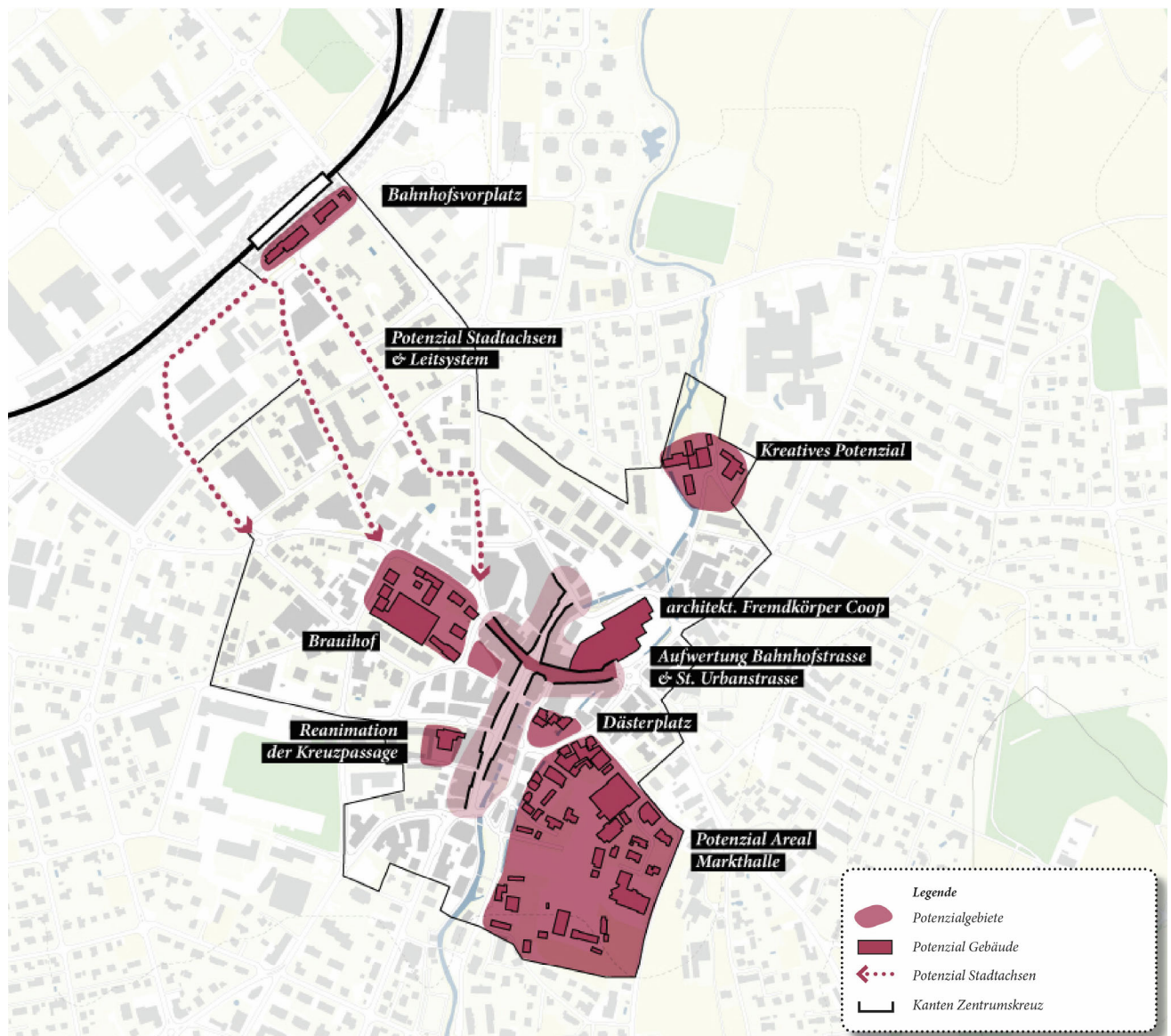


Abbildung 5: Analyseplan Potenzialräume

Schätze:

- Verschiedene Flächen mit langfristigem und grossem Entwicklungspotenzial (z.B. Mühleareal und Markthallenareal)
- „Designkultur“: In DNA von Langenthal angelegt
- Gute Grundqualität der Räume, des Städtebaus
- Wichtige Frequenzpole: Coop, Bahnhof, Migros etc.

Defizite:

- Fehlende fussverkehrsfreundliche Verknüpfung der Entwicklungspotenziale (bspw. vom Bahnhof, von den Parkplätzen)
- Verkehrsbelastung im Zentrum (Bahnhofstrasse / St. Urbanstrasse)
- Coop mit vielen Rückseiten und hoher Trennwirkung

Nachfolgend werden einige Aspekte im Thema Potenzialräume vertieft.



Ein städtebaulicher Fremdkörper:

Es sind kaum Kanten und keine trennenden Blöcke im Zentrum vorhanden. Das Coop-Center sticht jedoch aus dem sonst sorgfältigen Zusammenspiel gestalteter Bausteine heraus. Ausser Frage steht dabei, dass es für das Zentrum von Langenthal ein Glücksfall ist, dass der Grossverteiler nicht an die Peripherie abgewandert ist, sondern als Frequenzbringer für das Zentrum genutzt werden kann. Dennoch bildet die Überbauung Rückseiten aus, wie sie sonst im Zentrum nirgends derart negativ vorhanden sind. Die Trennwirkung der Überbauung ist stark ausgeprägt. Das Coop-Center hat grosses Potenzial in Bezug auf Umstrukturierung. Dabei können entsprechende Investitionsanreize genutzt werden.



Grosse Entwicklungsareale:

Mit dem Mühleareal und dem Markthallenareal sind im Zentrum von Langenthal zwei grosse Areale vorhanden, die grosses Entwicklungspotenzial aufweisen. Vor Ort ist spürbar, wie viele Möglichkeiten diese Orte bieten. Das Zentrum hat hier Potenzial, um neue Qualitäten ergänzt zu werden – etwa spezifische Wohn- und Arbeitsformen, um ein Stück echte Stadtnatur, um kulturelle Angebote usw.



Als Handlungsfelder sollen berücksichtigt werden:

- _ Städtebau & Ortsbild: Entwicklung von Zielbildern für Potenzialräume.

2.4 Grün-blaues Netzwerk

Die Auswirkungen der Klimaerwärmung werden immer deutlicher spürbar, auch im Zentrum von Langenthal. Die Bedeutung des «grün-blauen Netzwerks» von Stadtnatur, Durchgrünung, Wasserläufen, Beschattung, Entsiegelung und weiteren natürlichen Elementen inmitten der urbanen Umgebung

wächst ebenso wie das Anbieten von und die Anbindung an grüne Erholungs- und Erlebnisräume.

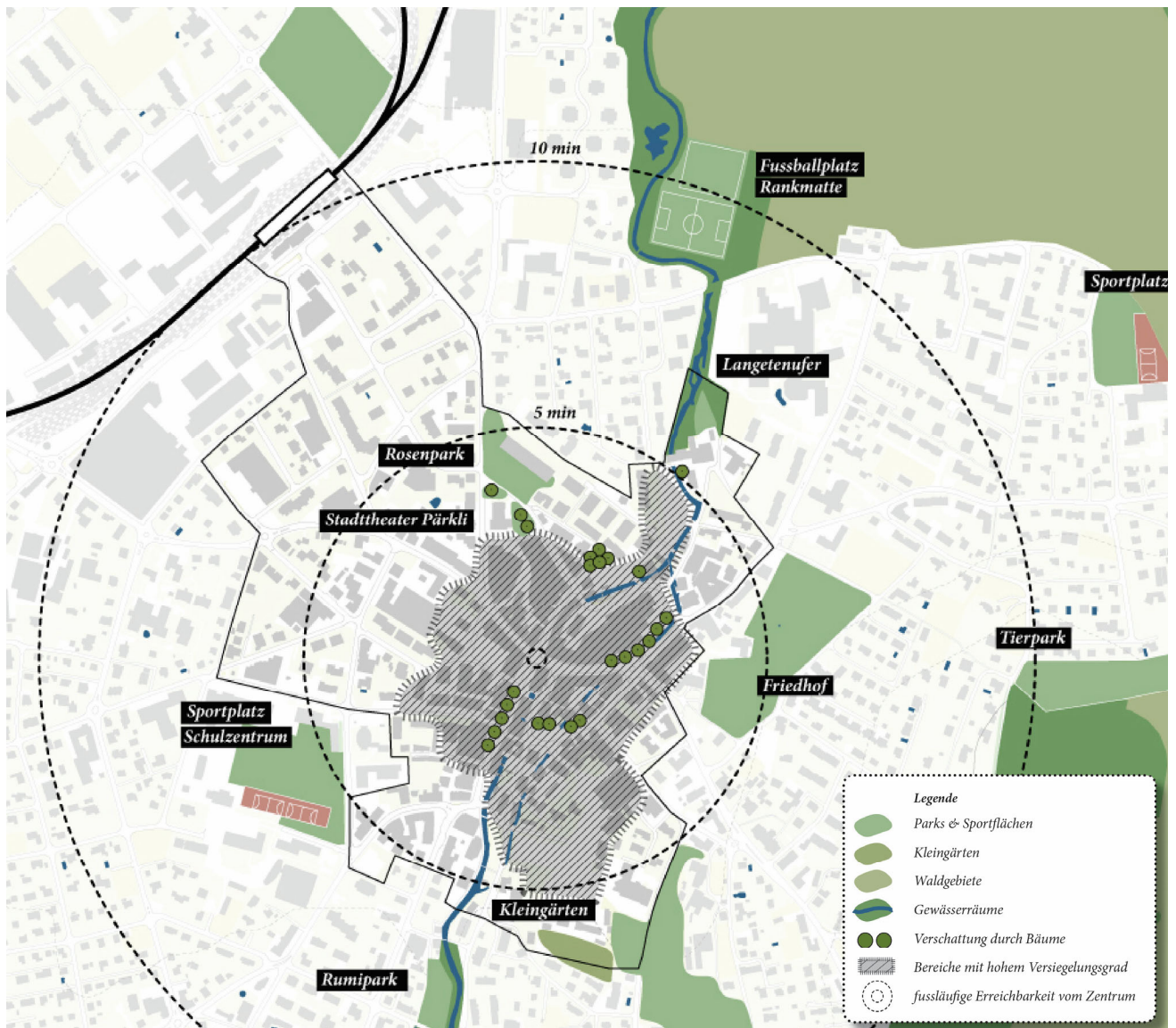


Abbildung 6: Analyseplan Grün-blaues Netzwerk

Schätze:

- Gute fussläufige Erreichbarkeit der umliegenden Grünräume (5-10 min)
- Langete & zahlreiche Brunnen als (grün-) blaues Netz der Stadt

Defizite:

- Nutzbarkeit der Grünräume
- Zugänglichkeit der Langete
- Hohe Versiegelung des Zentrums, wenig Grün
- Schwierige Orientierung zu den umliegenden Grünräumen

Nachfolgend werden einige Aspekte im Thema Grün-blaues Netzwerk vertieft:



Fehlendes Grün:

Eine ausgeprägte Durchgrünung zählt nicht zu den Stärken des Zentrums von Langenthal. Der Anteil der versiegelten Fläche erscheint hoch, eine Parkanlage fehlt und auch finden sich keine Hinweise, wie man vom Zentrum aus möglichst rasch zu einer nahegelegenen Parkanlage gelangen könnte. Im Zusammenhang mit dem zunehmend schwierigen Stadtklima (Stichwort: Erderwärmung) stellt dies einen ernst zu nehmenden Mangel dar.



Wasser – Hohe Qualität, aber geringe Zugänglichkeit:

Das Zentrum von Langenthal ist «im Fluss». Die Langete bringt eine hohe Qualität ins Zentrum, wobei das Potenzial jedoch nicht voll ausgeschöpft wird. Noch ist die Zugänglichkeit des Wassers zu wenig vorhanden und die damit verbundene Erlebnisqualität kann deutlich verbessert werden.

Als Handlungsfelder sollen berücksichtigt werden:

- _ Ökologie und Klima: Förderung von Stadtgrün
- _ Orientierung: Anbindung von Grünräumen und Parks
- _ Öffentlicher Raum, Erlebnis: Erlebbarkeit des Wassers

2.5 Durchwegung

Das Zentrum von Langenthal verfügt über ein feinmaschiges Netz von öffentlichen Räumen und Wegeverbindungen, das nicht nur attraktiv ist, um von A nach B zu gelangen, sondern das auch zahllose Gelegenheiten der geplanten und ungeplanten Begegnung und damit des zwischenmenschlichen Austausches eröffnet. Die Unterscheidung in Hauptachsen und «Schleichwege» ist attraktiv, die zahlreichen Wegoptionen beeinträchtigen aber teils die Orientierung.

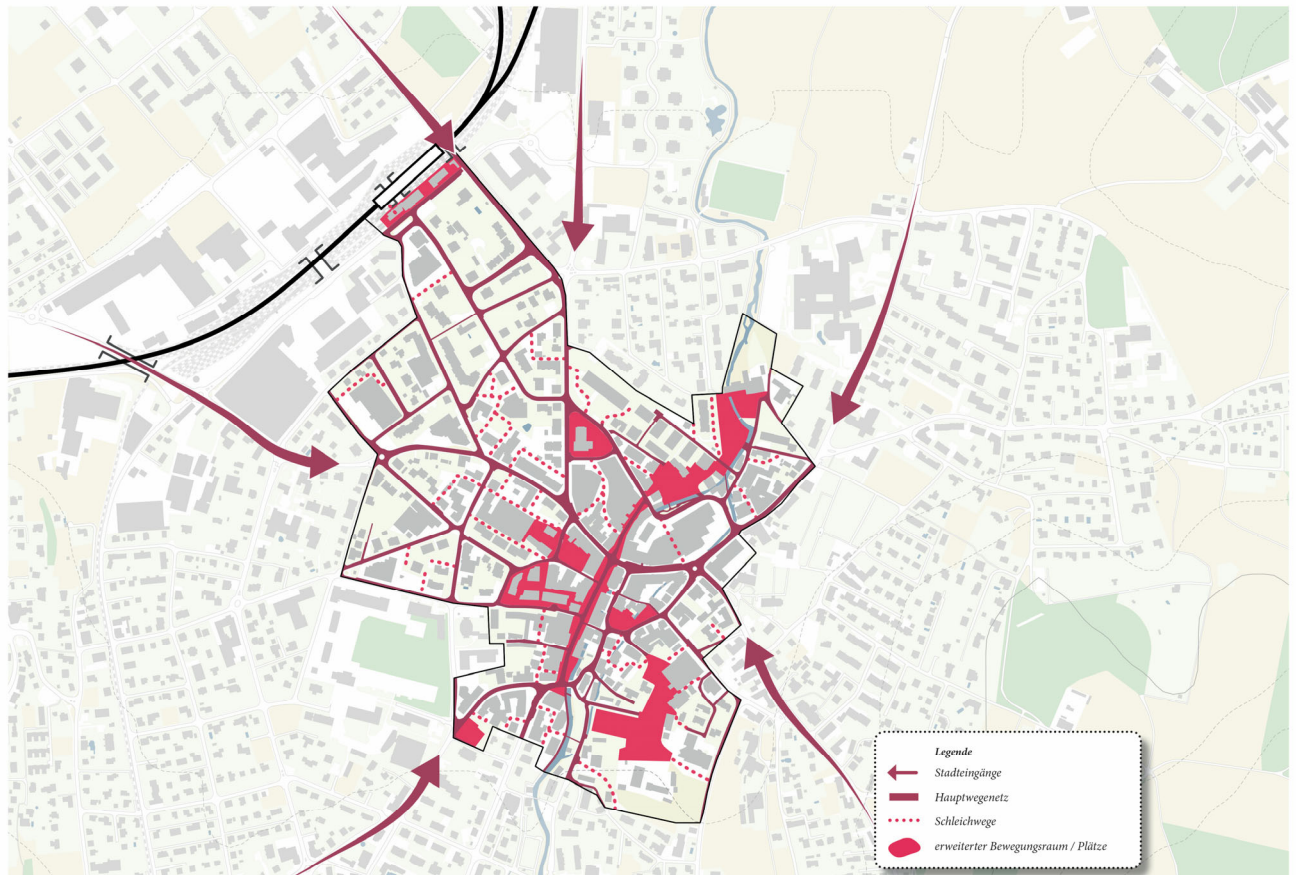


Abbildung 7: Analyseplan Durchwegung

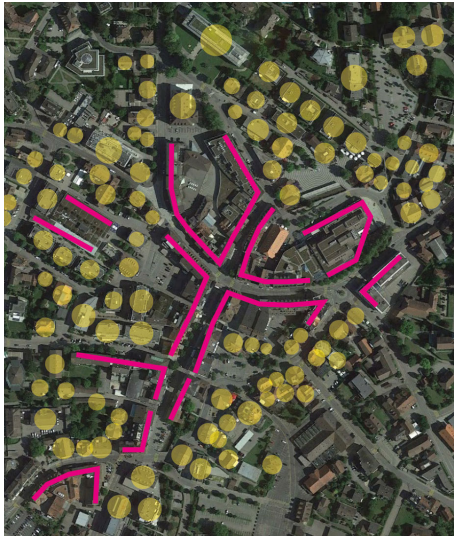
Schätze:

- Starke Adressbildung durch markantes Zentrumskreuz (Bahnhofstrasse / Marktgasse)
- Städtebauliches Gerüst (hauptsächlich Punkte, wenige Kanten, kaum Blöcke) schafft ein feingliedriges Wegenetz mit hoher Raum- und Erlebnisqualität für Zufussgehende. Die Durchwegung erlaubt ein «Durchfliessen».
- „Grosszügige Bewegungsflächen, Raum für Begegnungen vorhanden

Defizite:

- Verkehrsbelastung auf der Bahnhofstrasse / St. Urbanstrasse im Bereich des Zentrumskreuzes erschwert Querungen
- Verwinkelungen und Schleichwege beeinträchtigen die Orientierung (vor allem für Ortsfremde)
- Fehlendes (Park-) Leitsystem an den Stadteingängen

Nachfolgend werden einzelne Aspekte zum Thema Durchwegung vertieft:



Durchfliessen – viele Punkte, ein paar Kanten, keine Blöcke:

Interessant ist, wie die einzelnen Baukörper im Zentrum von Langenthal angeordnet sind. Im Stadtplan sind die Strassen eingezeichnet und man erwartet, entlang von diesen das Zentrum erkunden zu können. Tatsächlich aber bietet sich für zu Fuss gehende ein ganz anderes Bild: Es gibt zahlreiche überraschende Durchwegungen, ein sehr feingliedriges Wegenetz, ein regelrechtes Durchfliessen der baulichen Substanz. Es wirkt eher so, als wäre das Zentrum als eine Fläche entstanden, auf welcher die einzelnen Baukörper zufällig ausgeschüttet wurden, mit begehbaren Zwischenräumen. Im Stadtraum gibt es viele Punkte, aber nur wenige Raumkanten und überhaupt keine Blöcke (also etwa Blockrandbebauungen, wie die schematische Darstellung links zeigt).



Vernetzung und Orientierung:

Abseits des Zentrumskreuzes fällt die Orientierung im Zentrum von Langenthal schwer. Wie gelange ich von einem Winkel in den nächsten und wo überhaupt führt dieser Durchgang oder diese Gasse hin? Die Vernetzung ist zwar fast überall gegeben (ernsthafte Barrieren finden sich mit Ausnahme der Coop-Überbauung kaum), es ist aber verwinkelt und erschwert so die Orientierung. Die verwinkelte Kleinräumigkeit ist andererseits auch spannend und führt zu einem «Entdecker-Gefühl» und zu Erlebnisreichtum. Diese Qualität ist zu bewahren und gleichzeitig ist die Orientierung zu verbessern.



Anbindung Frequenzpole:

Eine attraktive fussläufige Anbindung an ÖV-Haltestellen wie der Bahnhof oder Parkieranlagen ist für ein lebendiges Zentrum unerlässlich. Insbesondere die Verbindung zwischen dem Stadtzentrum und dem Bahnhof ist heute nicht prominent, schwer auffindbar und für den Fuss- und den Veloverkehr nicht ausreichend attraktiv. Vor allem für den Fussverkehr erscheint der Weg lang und durch die schmalen Trottoirs mit teilweise problematischen Querungen von Querstrassen und den Hauptachsen beschwerlich. Sehr positiv ist, dass die Grossverteiler alle im Zentrum und nicht an der Peripherie angesiedelt sind und damit deren Frequenzen auch für weitere Zentrumsangebote genutzt werden können. Das Zentrum verfügt über ein grosszügiges und kompaktes Parkplatzangebot, mehrheitlich in den Parkings bei den Grossverteilern sowie auf weiteren oberirdischen Sammelparkierungen. Von letzteren aus ist der Weg ins Zentrum teilweise schwer auffindbar und die fussläufigen Verbindungen sind mehrheitlich nicht attraktiv.



Die Fläche:

Die Bodenfläche spielt für das Erleben des Zentrums eine grosse Rolle. Sie wirkt als Plattform, auf welcher die vielfältigen Bausteine ausgelegt sind und auf welcher man sich relativ frei bewegen kann. Die Gestaltung der Bodenfläche ist in Langenthals Zentrum stellenweise – insbesondere rund um den Coop - unsorgfältig, mangelhaft und beschädigt. Zwar mögen die Mängel in der Fläche durch die Qualitäten im Raum aufgehoben oder zumindest weitgehend überdeckt werden. Attraktivere Bodenbeläge, gezielt gewählte Materialien und Behebungen von Beschädigungen könnten jedoch einen Qualitätssprung bringen.

Als Handlungsfelder sollen berücksichtigt werden:

- _ Öffentlicher Raum: Feinmaschigkeit wahren
- _ Öffentlicher Raum: Gestaltung der Bodenfläche, Wahrnehmung
- _ Orientierung: Erleichterung Lesbarkeit und Verbesserung Wegeführung
- _ Mobilität: Verbesserung Qualitäten für des Fussverkehr

2.6 Versorgungs- und Erlebnisbereiche

Auch wenn die Bedeutung des Versorgungsangebotes für ein attraktives Zentrum von Langenthal zu Gunsten anderer Funktionen (Geselligkeit, Erlebnis usw.) tendenziell abnimmt, so bleibt sie dennoch hoch. Das Zentrum von Langenthal soll auch zukünftig eine breite Palette an Versorgungsangeboten aufweisen.

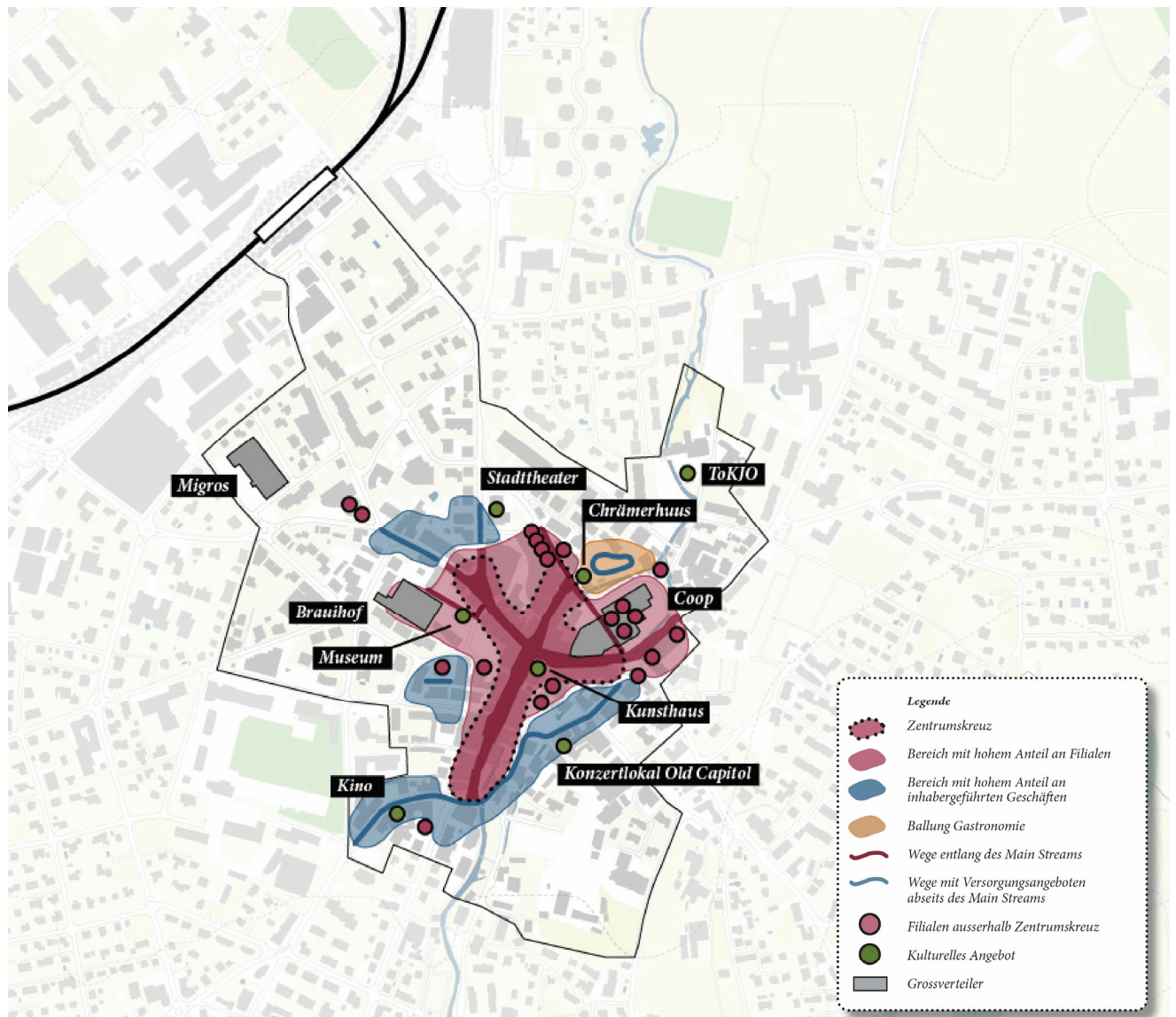


Abbildung 8: Analyseplan Detailhandelsbereiche und Kultur

Schätze:

- Klare Aufteilung der Angebote:
→ Zentrumskreuz: hohe Einkaufsorientierung/Geschäftsviertel
→ Zweite Reihe: Geheimtipp-Qualität
- Attraktive kulturelle Angebote sind vorhanden
- Wuhrlplatz als attraktiver Treffpunkt mit Gastronomie und Kultur

Defizite:

- Abseits des Zentrumskreuzes teils verzettelte Anordnung der Anbieter: Nebenwege schwächen das Zentrumskreuz
- Manche Zentrumsbereiche noch weitgehend «undefiniert»
- Ausser dem Wuhrlplatz keine weiteren Ballungen attraktiver Gastronomie

Zentrumskreuz mit hohem Filialisierungsgrad

Filialisierungsgrad

Im «Zentrumskreuz» ist der Filialisierungsgrad hoch, hier habe einige Ketten vor allem aus dem Modebereich, aber auch aus den Angebotsclustern Gesundheit/Beauty sowie Elektronik ihren Standort gewählt.

Grundsätzlich besteht bei den Filialen die allgemeine Tendenz zu kleiner werdenden Verkaufsflächen, beziehungsweise zu mehr Showroom-Qualitäten in Verbindung mit Online-Shops und Lieferservices. Es gibt aber mehrere Zeichen, dass der Flächenbedarf der Ketten aktuell noch gross genug ist, um das Zentrumskreuz auch weiterhin zu «füllen». Beispielsweise fällt auf, dass einige Ketten an den etwas ausufernden «Enden» des Zentrumskreuzes angesiedelt sind und das Zentrumskreuz selbst aktuell nicht genügend Flächen für alle filialisierten Anbietern bieten würde. Zudem ist positiv zu sehen, dass die Modekette H&M erst vor wenigen Jahren ihren Standort in der St. Urbanstrasse bezogen hat. Derartige Anbieter sind Attraktoren, die den Standort auch für weitere Filialen aufwerten.

Es ist nicht davon auszugehen, dass es im Zentrumskreuz selbst zu längeren Leerständen kommt. Langfristig ist aber möglich, dass sich hier die filialisierten Angebote räumlich noch stärker ballen und gut möglich ist zudem, dass die aktuellen Mietpreise selbst von internationalen Ketten langfristig nicht mehr aufgebracht werden.

Spezifische Angebotsinseln

Im Zentrum von Langenthal sind zwei charakterstarke Angebotsinseln auszumachen. Die erste ist der Wuhrplatz, der sich mit einer Ballung von gastronomischen Angeboten deutlich von anderen Zentrumsteilen abhebt und die zweite ist der Wohn- und Gewerbehof zwischen Schulhausstrasse und Wiesenstrasse, der mit der geschaffenen und durch ein Café belebten Hofsituation eine spezifische Raumqualität ausbildet.

Charakterstarke Angebotsinseln

Andere Bereich in der 2. Reihe haben noch Potenzial, sich in besonderer Weise auszurichten. Besonders deutlich wird dies am Dästerplatz, der sein durchaus vorhandenes Potenzial als zu entdeckender Ort der 2. Reihe bislang ungenutzt lässt. Vielmehr tritt er als liebloser Parkplatz auf und animiert nicht, ihn aufzusuchen, da man hier scheinbar das Zentrum verlässt. Dem Platz wird im Zusammenhang mit der Entwicklung des Potenzialraums Markthallenareal grössere Bedeutung als Verbindungsraum zukommen.

Dästerplatz

Im südlichen Bereich des Zentrums präsentiert sich die **2. Reihe** weniger in Form spezifischer Inseln, sondern vielmehr als eine geschwungene Linie, in der unterschiedliche Strassen eher ungenügend zusammengeknüpft werden und jeweils kaum besondere Charakteristika aufweisen. Hier ist die zweite Reihe gesichtslos. Derart gehandhabte Zentrumsanlagen sind im Rahmen des Bedeutungsverlustes unserer Zentren als Konsumorte per se gefährdet. Entgegenwirken können hier bewusst ausgebildete individuelle «Entdecker-Qualitäten» der 2. Reihe sowie Laden- und Gastronomiekonzepte, die den Charme des Ortes stimmig mitprägen.

Angebotsinseln mit Potenzial

Grossverteiler mit Synergien

Im Zentrum von Langenthal befinden sich Standorte der Grossverteiler Coop und Aldi. Beide sind mit grossen Einheiten vertreten. Ihre Lage nicht direkt am Zentrumskreuz, aber in unmittelbarer zweiter Reihe erlaubt, dass Synergien zu weiteren Zentrumsangeboten ausgeprägt, respektive die Publikumsfrequenzen genutzt werden können. Die beiden Standorte der Migros sind hingegen eher zu weit abseits des Zentrums gelegen und bilden entsprechend kaum Synergien aus.

Kulturelles Angebot

Mit dem Theater, dem Museum, dem Kunsthaus, dem Konzerthaus Old-Capitol, dem Chrämerhus und einem Kino sind kulturelle Angebote mit Gewicht im Zentrum vorhanden. Hinzu kommen zahlreiche kleinere Zeichen, wie Live-Musik in Pubs oder Veranstaltungen auf Plätzen, die das Zentrum von Langenthal zusätzlich bereichern.

Nachfolgend werden einige Aspekte zum Thema Versorgungs- und Erlebnisbereiche vertieft:



Vielfalt im Detailhandel:

Die Grossverteiler sind im Zentrum von Langenthal alle vertreten, Coop gar mit einer sehr grossen Ladenfläche. Hinzu kommen im Schwerpunkt am Zentrumskreuz einige Filialen bekannter (Mode-)Ketten. Die Versorgungszentralität, respektive die Kaufkraftabschöpfung dürfte in allen zentrumsrelevanten Produktgruppen – Food, Mode, Elektronik, Beauty & Schmuck sowie «Detailhandel allgemein» (Papeterie, Blumen, Sportartikel usw.) – hoch sein. Dass Anbieter wie die Modekette H&M hier Filialen betreiben, ist zudem ein Zeichen dafür, dass das Einzugsgebiet weit über die Stadtgrenzen hinausreicht. Es gibt aber noch weitere Qualitäten im Detailhandelsangebot des Stadtzentrums: Im Schwerpunkt in der zweiten Reihe finden sich zahlreiche inhabergeführte Geschäfte, die sich sehr herausgeputzt präsentieren. Ladenauftritte und -gestaltungen sind ansprechend, häufig wird die Ladenvorzone attraktiv bespielt, man fühlt sich eingeladen und viel Liebe zum Detail ist erkennbar. Dies trägt deutlich dazu bei, dass das Zentrum von Langenthal nicht nur als Versorgungs-ort, sondern auch als Erlebnisort erfahren werden kann. Das Zusammenspiel zwischen filialisierten und inhabergeführten Anbietern verteilt auf die 1. und 2. Reihe bildet dabei sehr gute Synergien aus.



Vielfalt in der Gastronomie:

Der Sommer ist vorbei, aber die Freiräume des Zentrums werden noch rege von der Gastronomie genutzt. Es ist auffallend, wie stark die Gastronomie hier nach Aussen geht und so sinnvolle Synergien zwischen der Geschäftstätigkeit der Anbieter und der Attraktivität des Raums entstehen. Dabei scheint das Angebot vielfältig zu sein – vom internationalen Fastfood-Anbieter, über ein Café vor den Türen des Aldis, über Filialen von grösseren Ketten (z.B. Café Felber), über spezifische kleine Cafés und über Restaurants mit internationaler Küche bis hin zu ansprechenden Restaurants mit Tradition ist im Zentrum von Langenthal alles präsent und erlebbar – und dies in durchaus beachtlicher Anzahl und Konzentration.



Kulturelles Angebot:

Viel vom kulturellen Angebot findet im Zentrum von Langenthal wie in allen Stadt- und Gemeindezentren am Abend statt. Im Gegensatz zu vielen anderen Stadt- und Gemeindezentren sind die kulturellen Angebote aber auch am Tag «spürbar», etwa durch den stolzen Bau des Theaters, Museen, das Kino, Plakatwände oder durch Tafeln an Bars, die auf abendliche Life-Musik hinweisen. Mit derartigen grossen wie kleinen Zeichen wird den Besucherinnen und Besuchern die Vielfalt des Zentrums auch über den gesamten Tagesverlauf hinweg verdeutlicht.



Attraktivität für Jugendliche und Kinder:

Zu einem belebten Zentrum gehören auch Jugendliche und Kinder. Es ist anzunehmen, dass Jugendliche unterschiedliche Orte der Aneignung finden. Hingegen scheinen die Qualitäten für Kinder eher schwach ausgeprägt zu sein. An der ein oder anderen Stelle findet sich Spielgeräte, jedoch ausschliesslich im privaten Raum. In den öffentlichen Raum integrierte Spielmöglichkeiten fehlen hingegen weitgehend. Ein Ort, der für Kinder attraktiv ist, ist auch für ihre Eltern attraktiv und wo die Eltern sind, ist die Kaufkraft. Die Steigerung der Attraktivität des Zentrums für Kinder ist also keine rein soziale Zielsetzung, sondern auch ein Element zur Unterstützung des Gewerbes.

Als Handlungsfelder sollen berücksichtigt werden:

- _ Einkaufen, Gastronomie, Kultur und weitere Nutzungen: Wahrung und weitere Förderung einer hohen Nutzungsvielfalt
- _ Einkaufen: Vielfältiges Einkaufsangebot wahren
- _ Gastronomie: Vielfalt der gastronomischen Angebote wahren und fördern
- _ Kultur: Vielfältiges kulturelles Angebot sicherstellen und erlebbar machen
- _ Identifikation: Zielgruppenspezifische Attraktivität fördern

2.7 Erkenntnisse zum Stadtzentrum aus der Bevölkerungsbefragung

Die Bevölkerungsbefragung gibt ein Stimmungsbild zu Haltungen, welche die Befragten zu ihrem Stadtzentrum haben. Sie ergänzt damit die fachliche Analyse und Aussensicht mit einer Innensicht.

Hohe Rücklaufquote: Die Bevölkerungsbefragung zum Stadtzentrum wurde zwischen dem 10. und 31. März mit dem Tool Maptionnaire durchgeführt. Rund 1500 Personen aus allen Altersgruppen haben daran teilgenommen. Von den Antwortenden wohnen oder arbeiten 13 Prozent nicht in Langenthal.

Das Stadtzentrum gefällt den Befragten: Über 60 Prozent der Befragten gefällt das Stadtzentrum gut oder sehr gut. Ein Viertel ist neutral und rund 15 Prozent gefällt das Stadtzentrum nicht.

Highlights verkehrsbefreite Marktgasse und Wuhrplatz: Die Mehrheit der Befragten, würde einem Gast bei einem Besuch die Marktgasse, das Chouf-hüsi oder den Wuhrplatz zeigen.

Langenthalerinnen und Langenthaler identifizieren sich mit dem Stadtzentrum und viele wollen sich auch engagieren: Für mehr als die Hälfte der Befragten spielt die Stadt Langenthal eine sehr wichtige Rolle in ihrem Leben. Für weitere rund 40 % spielt die Stadt eine wichtige Rolle. Für 62 Prozent ist die Entwicklung des Stadtzentrums sehr wichtig, für weitere 34 Prozent wichtig. Knapp die Hälfte der Befragten antwortet auf die Frage, ob sie sich dafür interessieren, sich im Stadtzentrum zu engagieren mit «vielleicht», weitere 28 Prozent antworten «ja».

Die Lage des Stadtzentrums macht es als Wohnort attraktiv: Rund 300 der Antwortenden wohnen im Stadtzentrum. Das Stadtzentrum wird von diesen aufgrund der Lage, des sozialen Umfelds, der ÖV-Erschliessung und der Atmosphäre/des Ortsbilds als Wohnort geschätzt.

Für Langenthalerinnen und Langenthaler ist zu Fuss gehen und Velofahren wichtig im Stadtzentrum: Die meisten Langenthalerinnen und Langenthaler sind vor allem zu Fuss oder mit dem Velo im Stadtzentrum unterwegs. Von den Auswärtigen sind fast zwei Drittel am häufigsten mit dem Auto unterwegs.

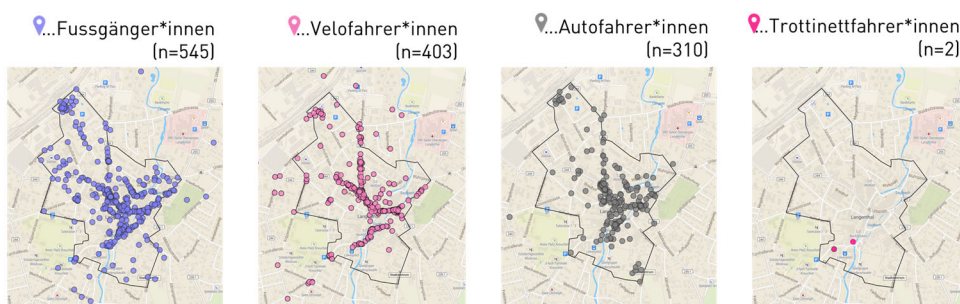


Abbildung 9 Wo ist die Situation am schlechtesten

Die Erreichbarkeit zu Fuss gehört für 89% der Befragten zu den wichtigsten Aspekten im Stadtzentrum. Auch die Zufriedenheit mit ihr ist mit 78% der Befragten am höchsten, dicht gefolgt von der Erreichbarkeit mit dem Velo (77%). Die Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit per Auto liegt zwar mit 38% um einiges tiefer, dieser Aspekt wird jedoch nur von 38% der Befragten als wichtig

erachtet. Die Unzufriedenheit mit den alternativen Mobilitätsangeboten ist relativ hoch (49%), jedoch hat diese gemäss den Befragten keine allzu hohe Wichtigkeit (21%).

Brennpunkte Verkehr überlagern sich: Mehrheitlich überlagern sich die Gebiete mit Handlungsbedarf im Strassenraum bei den verschiedenen Verkehrsarten. Brennpunkte sind: St. Urbanstrasse, Aarwangenstrasse und Spitalgasse/Farbgrasse. Aus Sicht von zu Fussgehenden wird die Situation zudem auch auf der Jurastrasse und am Bahnhofplatz verstärkt als schlecht erlebt.

Gastronomische Lieblingsorte: Die meisten der rund 3389 genannten Lieblingsorte gehören zur Kategorie Gastronomie/Hotellerie (902), gefolgt von Einkauf/Dienstleistung (655), Platz/Strassenraum (591).

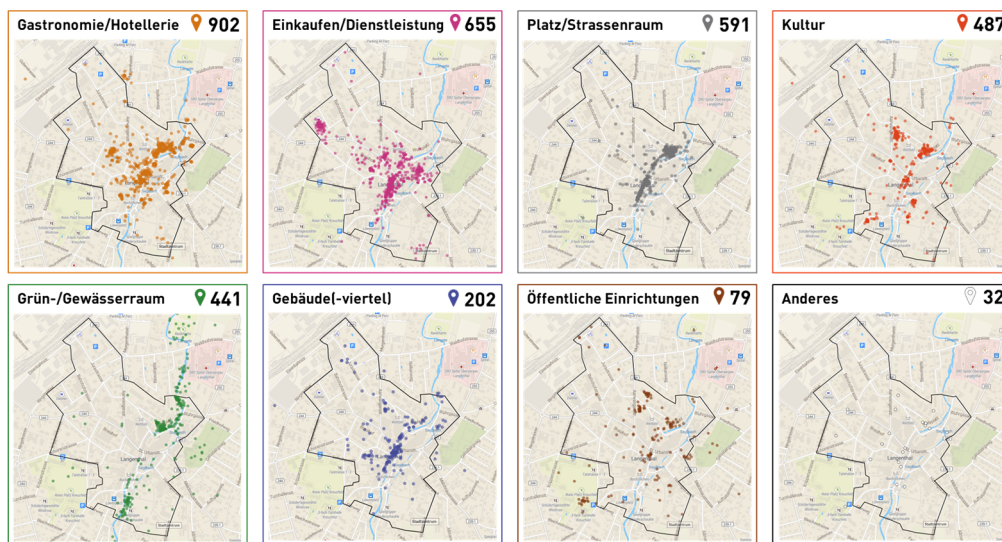


Abbildung 10 Lieblingsorte nach Kategorie

Verbesserungspotenzial im Bereich Plätze und Strassenraum: Von den insgesamt 1528 Orten mit Verbesserungspotenzial betreffen 662 Nennungen Plätze und Strassenraum, neben dem Zentrumskreuz wird insbesondere auch der Bahnhofplatz oft genannt. Weitere 174 Nennungen betreffen den Grün- und Gewässerraum entlang der Langete. Auffallend ist, dass auch beim

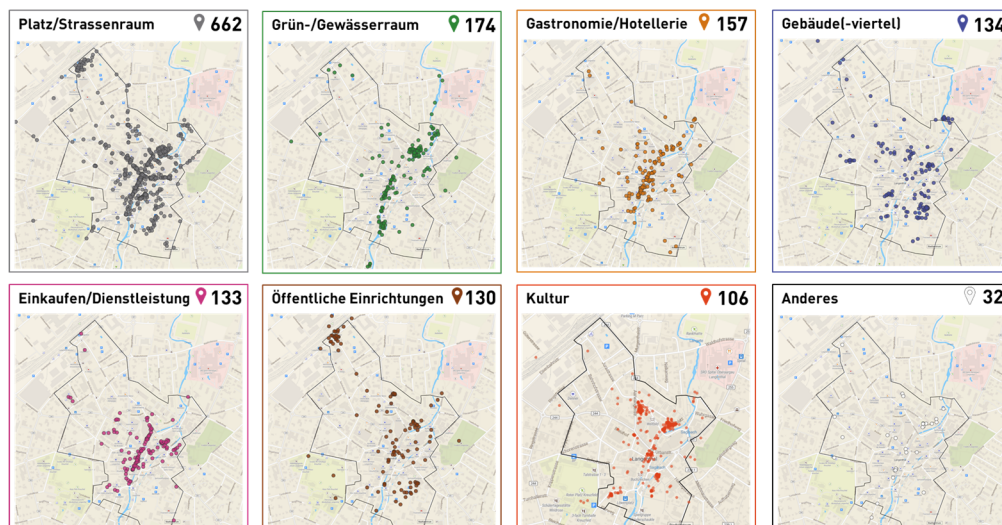


Abbildung 11 Verbesserungspotenzial nach Kategorie

Gastronomie- und Einkaufsangebot Verbesserungspotenzial gesehen wird, insbesondere entlang der Marktgasse.

Atmosphäre und Begegnungsorte sind wichtig, die Zufriedenheit damit mittelmässig: 80% der Befragten geben an, dass Raumqualität und Begegnungsorte im Stadtzentrum wichtig sind. Gleichzeitig ist nur rund ein Viertel zufrieden mit der aktuellen Situation. Auch die Möglichkeiten zum Verweilen wird von über drei Vierteln als sehr wichtig angesehen, die Unzufriedenheit ist hier mit 38% am höchsten von allen Werten. 50% sind mittel zufrieden.

Sicherheit ist wichtig und gut: Die Sicherheit im Stadtzentrum ist für die Befragten wichtig (75%). Hohe Zufriedenheit geben 42 Prozent an, mittlere 51 Prozent.

Beleben, begrünen und weniger MIV: Von den insgesamt 616 eingegangenen Ideen für die Weiterentwicklung des Stadtzentrums stehen die Themen Belebung (Kultur, Events, Begegnungsorte) Begrünung und weniger MIV zuoberst auf der Liste.

Aussagen der Befragten zu einzelnen **Schwerpunkträumen** finden sich im Kapitel 4.

3. Handlungsfelder und Handlungsempfehlungen

3.1 Übersicht Handlungsfelder

Das Entwicklungskonzept Stadtzentrum Langenthal umfasst acht Handlungsfelder und dazugehörige Handlungsempfehlungen.

Handlungsfelder und Handlungsempfehlungen wurden aus der vorangegangenen Analyse unter Einbezug der Begleitgruppe und der Bevölkerungsbefragung hergeleitet.

Zu jeder Handlungsempfehlung finden sich in blauen Kästen Anregungen für die Umsetzung. Diese Anregungen wurden in einem Workshop gemeinsam mit der Begleitgruppe erarbeitet und anschliessend durch das Bearbeitungsteam konsolidiert sowie um weitere Ideen und Empfehlungen ergänzt.

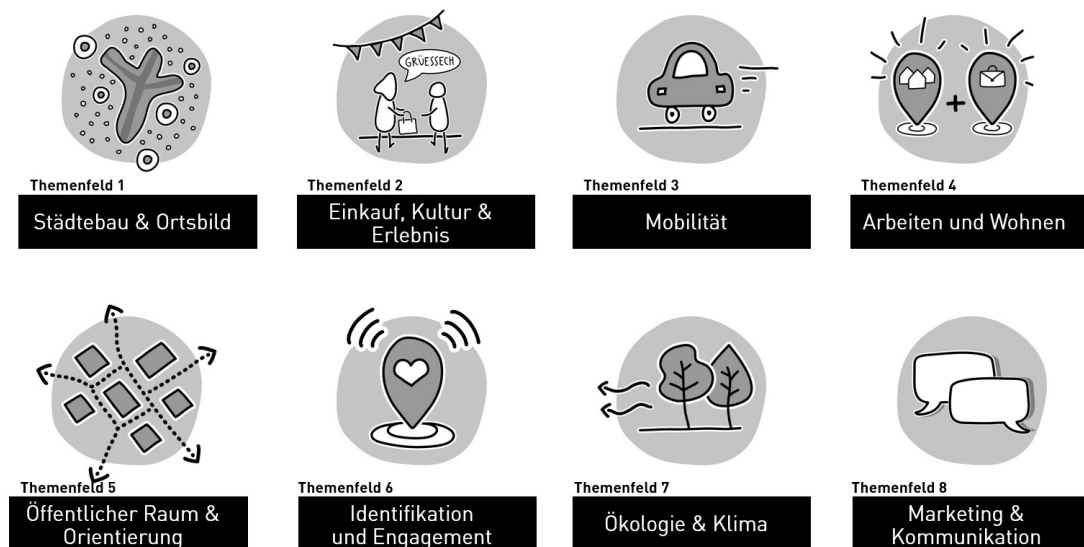


Abbildung 12: Acht Handlungsfelder des Entwicklungskonzepts

Die folgende Tabelle zeigt die den Handlungsfeldern zugeordneten Handlungsempfehlungen im Überblick. Die Handlungsempfehlungen zeigen auf, wie Langenthal sein Stadtzentrum schrittweise entwickeln kann. Die im Kapitel 4 formulierten Schwerpunkträume und -projekte bilden die Grundlage für die weiteren Projekte und Massnahmen.

Handlungsfelder	Handlungsempfehlungen
1 Städtebau & Ortsbild	1.1 Städtebauliche Vielfalt der Viertel stärken und den Charme des städtebaulichen Gesamtensembles weiterentwickeln
	1.2 Entwicklung von Zielbildern und Planungsprozessen für Entwicklungsgebiete
2 Einkauf, Kultur & Erlebnis	2.1 Einkaufsangebot als wesentlichen Attraktor des Zentrums bewahren / stärken
	2.2 Weitere räumliche Ausdehnung des Versorgungsangebots vermeiden
	2.3 Zentrumsmanagement aufbauen
	2.4 Gastronomie im Stadtzentrum stärken
	2.5 Stadtzentrum als Ort für Veranstaltungen/Erlebnisse weiterentwickeln
3 Mobilität	3.1 Dominanz / Trennwirkung durch MIV minimieren
	3.2 Miteinander der Verkehrsteilnehmenden verbessern (Koexistenz)
	3.3 Verbessern der ÖV-Erschließungsqualität
	3.4 Fuss- und Veloverkehr fördern
4 Arbeiten und Wohnen	4.1 Vielfältiges Wohnangebot für breit durchmischte Bevölkerung fördern
	4.2 Angebot an Arbeitsorten beibehalten / stärken
	4.3 Durchmischung von Wohnen, Arbeiten und publikumsaktiven Nutzungen fördern
5 Öffentlicher Raum & Orientierung	5.1 Aufenthaltsqualität im Stadtzentrum steigern
	5.2 Vielfältige Nutzbarkeit der öffentlichen Räume für alle Zielgruppen sicherstellen
	5.3 Wegeführung und Orientierung erleichtern
	5.4 (Periphere) Grünräume besser anbinden
6 Identifikation und Engagement	6.1 Engagement der Bevölkerung für das Stadtzentrum fördern
	6.2 Zielgruppenspezifisches Angebot stärken
7 Ökologie & Klima	7.1 Aktive Reaktion auf die Klimaerwärmung
	7.2 Förderung von Stadtnatur und Erlebbarkeit von Wasser
8 Marketing & Kommunikation	8.1 (Aussen- und Innen-) Wahrnehmung des Stadtzentrums formen
	8.2 Innovatives, zielgruppenorientiertes Marketing entwickeln
	8.3 Identifikation mit dem Stadtzentrum nutzen und fördern

Tabelle 2: Übersicht Handlungsempfehlungen

3.2 Handlungsfeld 1: Städtebau und Ortsbild



Bedeutung

Im Kern prägen drei Faktoren das Bild des Zentrums bei seinen Besucherinnen und Besuchern: Der gesehene Raum, die Nutzungsmöglichkeiten und der empfundene Charakter. Dieses erste Handlungsfeld befasst sich mit dem gesehenen, gebauten oder noch zu bauenden Raum, also dem äusseren Erscheinungsbild des Zentrums. Die Pflege und Weiterentwicklung des gebauten Raums ist von hoher Bedeutung – er bildet einen festen Rahmen und gibt vor, welcher Austausch stattfinden kann, und ob Kommunikation und Begegnung mit positiven Sinneswahrnehmungen untermauert werden. Je nach Ausprägung begünstigt oder erschwert er die positive Identitätsentwicklung der Langenthaler Innenstadt und beeinflusst damit, wie glücklich sich Menschen in ihr fühlen.

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Die spezifischen Winkel machen das Zentrum von Langenthal einzigartig
- (Noch) gesichtslose Orte in der zweiten Reihe sollen sich zu identitätsstarken Räumen entwickeln
- Hohe Wertschätzung des architektonischen Erscheinungsbildes (v.a. historische Gebäude)
- Wertschätzung der städtebaulich durchlässigen Strukturen („Schleichwege“)
- Marktgasse und Wuhrplatz als identitätsstarke Orte („Lieblingsorte“)
- Fehlende Zentralität, kein zentraler Platz

Handlungsempfehlung 1.1: Städtebauliche Vielfalt der Viertel stärken und den Charme des städtebaulichen Gesamtensembles weiterentwickeln

Handlungsempfehlung 1.1

Eine markante Stärke des Zentrums von Langenthal ist, dass es ganz unterschiedliche Orte aufweist, deren Städtebau und Ortsbild sich nicht über einen Kamm scheren lässt. Die vorgefundene Heterogenität soll bewusst und stets mit dem Ziel eines hohen qualitativen Anspruchs weiterentwickelt werden. Gleichzeitig sollen sich die heterogenen Viertel stets zu einem stimmigen Ganzen zusammenfügen. Ein passender Grundsatz für die Weiterentwicklung von Städtebau und Erscheinungsbild des Zentrums von Langenthal ist «Vielfalt in Einheit».

Anregungen für die Umsetzung

- Bauliche Eigenarten und städtebauliche Vielfalt der unterschiedlichen Zentrumsviertel identifizieren, erhalten und stärken
 - Bautypologien, Architekturstile und viertelspezifische Eigenschaften verstehen und in Zielbilder für die Weiterentwicklung der Viertel überführen
 - Verknüpfung der Zielbilder der Viertel mit spezifischen Nutzungsausrichtungen

→ Potenzial der Innenentwicklung/Nachverdichtung je Viertel ermitteln; Schlüsselgrundstücke anpacken

- Konzepte für noch gesichtslose Orte und Winkel entwickeln (z.B. Kreuzpassage, Dästerplatz)
- Hohe städtebauliche und architektonische Qualität sicherstellen (auch bei Nachverdichtung)
- In Wert setzen des historischen (Gebäude-) Bestands
- Stärken der räumlichen Kanten im Zentrumskreuz
- Durchlässigkeit der Nischen bewahren

Handlungsempfehlung 1.2: Entwicklung von Zielbildern und Planungsprozessen für Entwicklungsgebiete

Handlungsempfehlung 2.2

Im Zentrum von Langenthal bestehen noch mehrere Orte mit grossem Innenentwicklungspotenzial. Allen voran sind das Markthallenareal und das Mühleareal zu nennen, aber auch kleinere Areale wie die heute als Parkplatz genutzten Parzellen an der Wiesenstrasse oder auf der Ricklimatte verfügen über Potenzial für Nachverdichtungen.

Anregungen für die Umsetzung

- Potenzialgebiete zu klar positionierten, unverwechselbaren Zentrumsteilen entwickeln
 - Formulierung von tragenden Ideen und Arealgrundsätzen
 - Förderung spezifischer Nutzungsideen in Kombination mit speziellen räumlichen Ausprägungen (z.B. Mehrgenerationenareal mit hohem Anteil Gemeinschaftsräumen, Nachhaltigkeitsareal mit hohem Anteil Stadtnatur usw.) / Gemeinsame Betrachtung und Entwicklung von Raum, Nutzung und Charakter
 - Hochwertige, eigenständige städtebauliche und architektonische Lösungen
 - Klare Definition der Zielgruppen / zielgruppenorientierte Angebote fördern: z.B. Zentrumswohnen für Senioren, familienfreundliches Wohnen usw.
 - Sicherstellen einer guten Anbindung der Entwicklungsgebiete durch z.B. Qualifizierung wichtiger Stadtachsen und Verbindungen
- Potenzial der vorhandenen Orte, die heute noch Defizite aufweisen, erkennen (spannende Räume der Transformation) und individuelle Lösungen fördern

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Städtebau & Ortsbild

Bahnhofsgebäude & Umfeld aufwerten
- Aufwertung Bahnhofsgebäude mit Vorplatz
- Adressbildung & Orientierung

Areal Alte Mühle: Wohnen, Arbeiten und Kultur
- Aufwertung als kultureller Treffpunkt (ToKJO, Alte Mühle)
- Durchmischung mit Wohnen und Arbeiten

Brauierhof stärken & verdichten
- Aufstockung Aldi (Wohnen)
- Bauliche Ergänzung Brauieck
- Ausbildung klarer Kanten
- Sicherung der Durchwegung

Nachverdichtung Hübeligasse
- Bauliche Ergänzung
- Verlagerung des Parkplatzes in neu entstehende Tiefgarage

Transformation Stadtbaustein Coop
- Neugliederung in Einzelbausteine
- Vermeidung von Rückseiten
- Durchmischung mit neuen Wohnnutzungen

Aufwertung Dästerplatz
- Vermittlungsfunktion zum Markthallenareal („Scharnier-Funktion“) stärken
- Ausbildung klarer Kanten durch bauliche Ergänzung

Entwicklung Markthallen-Areal
- Aufwertung des historischen Bestands
- Bauliche Verdichtung an den Rändern
- Freihalten des inneren Platzes
- Sicherung der Durchwegung
- Anschluss an umliegende Quartiere

Legende

- Entwicklungsgebiete
- bauliche Entwicklung (neue Baukörper Übernahme aus Studien)
- Kanten Zentrumskreuz / wichtige Baulinien
- Bauinventar: Schützenswertes Objekt (nur Objekte innerhalb Perimeter)
- Aufwertung Bauinventar / Bestand
- Durchwegung

3.3 Handlungsfeld 2: Einkauf, Kultur & Erlebnis



Bedeutung

Zwar war das Einkaufen schon immer nur eine Funktion von vielen in unseren Zentren, allerdings ist sie eine äusserst wichtige. Dabei wird «Einkaufen im Zentrum» von den meisten längst nicht mehr für die Bedarfsdeckung vorgenommen, sondern vielmehr sehen immer grössere Teile der Bevölkerung darin eine Art der Freizeitbeschäftigung. Die Anforderungen wandeln sich. Nicht mehr «Ich brauche etwas!», sondern «Ich will etwas erleben!» ist die Hauptmotivation eines Zentrumsbesuchs. Die Förderung des Detailhandels sollte daher Hand in Hand gehen mit einer allgemeinen Förderung des Zentrumserlebnisses, wobei auch eine enge Verzahnung mit der Kultur, der Gastronomie und weiteren Nutzungen sinnvoll erscheint.

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Attraktives Erscheinungsbild von Handel und Gewerbe mit grosser Angebotsvielfalt
- Allgemein vorhandene Wertschätzung des Detailhandel-Angebots
- Detailhandel mit ausgewogener Mischung aus Mainstream-Konsum (Filialisten) und Geheimtipp-Qualitäten
- Positives Zusammenspiel zwischen dem konsum-orientierten Zentrumskreuz und der umgebenden «Zweiten Reihe»; Geheimtipp-Charakter der zweiten Reihe ist vorhanden, kann aber noch gestärkt werden
- Drohende Gefahr des Lädelerbens und von Leerständen (in der zweiten Reihe)
- Abseits des Zentrumskreuzes teils verzettelte Anordnung der Anbieter
- Nur wenige innovative Ladenkonzepte (z.B. mit «Wow-Faktor», mit spezifischen Angeboten aus der Region oder «Angebotstandem» mit Mix Retail/Gastro unter einem Dach...)
- Beliebte kulturelle und sonstige Anlässe vorhanden (wie z.B. Wochenmarkt)
- Obere Marktgasse ausserhalb von Veranstaltungen «tot»

Handlungsempfehlung 2.1: Einkaufsangebot als wesentlichen Attraktor des Zentrums bewahren / stärken

Das Detailhandelsangebot im Zentrum von Langenthal wird von der Bevölkerung sehr geschätzt. Die Pflege des Angebotes hinsichtlich Quantität, aber noch viel mehr hinsichtlich Vielfalt, Innovation und Erlebnisreichtum soll dazu beitragen, dass der Weg ins Zentrum von Langenthal eine Selbstverständlichkeit bleibt.

Handlungsempfehlung 2.1

Anregungen für die Umsetzung

- Einkaufsangebot zukunftsfit machen (z.B. Trend Lokales & Regionales, Handgefertigtes, Nachhaltiges)
- Breiten Mix in Angebotsniveau erhalten / auch günstige Einkaufsangebote wahren
- Guten Mix aus frequenzstarken Filialen und inhabergeführten Spezialgeschäften (Geheimtippcharakter) wahren / ausbauen
- Innovative Ladenkonzepte fördern (Auszeichnungen, Pop-Ups zulassen usw.)
- Überprüfung Baureglement hinsichtlich Bestimmungen zu Erdgeschossnutzungen in der Kernzone

Handlungsempfehlung 2.2: Weitere räumliche Ausdehnung des Versorgungsangebots vermeiden

Handlungsempfehlung 2.2

Gefragt ist eine hohe Erlebnisdichte. Dabei sind die Konzentration und Nähe attraktiver Nutzungen und damit die hohe Belebung eines Ortes wichtige Faktoren. Dies bedeutet für das Zentrum von Langenthal, dass die räumlichen Bereiche, in denen die Erdgeschosse Versorgungsangebote aufweisen, nicht verzettelt, sondern vielmehr geballt werden sollen. Damit verbunden ist die Empfehlung, eine weitere räumliche Ausdehnung des Versorgungsangebotes zu vermeiden. Bei zukünftigen Arealentwicklungen wie dem Mühleareal oder dem Markthallenareal sollen keine Versorgungsangebote zugelassen werden, die in Konkurrenz zu Bestehendem stehen und damit andere Zentrumsorte schwächen würden. Im Gegenteil: Vor allem der Flächenbedarf des Detailhandels dürfte in Zukunft ganz im Rahmen des Trends hin zu mehr Showrooms deutlich sinken und eine stärkere Konzentration wird erforderlich sein. Die filialisierten Angebote können sich dabei auf das «Zentrumskreuz» (Marktgasse, St. Urbanstrasse) konzentrieren und inhabergeführte Geschäfte das Angebot in unterschiedlichen räumlichen Nischen attraktiv ergänzen. Die Filialen sorgen für die Frequenz, die inhabergeführte Geschäfte für Einzigartigkeit und Charakter.

Anregungen für die Umsetzung

- Ballung/Konzentration der filialisierten Angebote weiterhin fokussieren, um hohe Qualität beizubehalten
- Attraktive Nischen mit inhabergeführten Angeboten fördern und weiter schärfen
- Konkurrenzsituationen zu den bisherigen Standorten vermeiden (v.a. bei Entwicklung neuer Areale)
 - Explizit: Drohende Gefahr einer Verschiebung des Zentrums durch bestimmte Arealentwicklungen (z.B. Hard, Porzi-Areal)

Handlungsempfehlung 2.3: Zentrumsmanagement aufbauen

Handlungsempfehlung 2.3

Der Handlungsspielraum und hoheitliche Einflussbereich der Stadtpolitik und Stadtverwaltung reichen nicht aus, um Ziele im Handlungsfeld Einkaufen, Kultur und Erlebnis umfänglich zu erreichen. Eine Zusammenarbeit mit den Versorgungsanbietern, aber auch mit kulturellen Anbietern erscheint sinnvoll, wenn nicht unerlässlich. Aufgabe des Zentrumsmanagement ist es, unterschiedliche Zentrumsakteure zu koordinieren, ihre Kräfte und Interessen wirkungsvoll zu bündeln und sie zu einem gemeinsamen Vorgehen bei gemeinsamen Themen der Zentrumsentwicklung zu bewegen. Das Berufsbild Zentrumsmanagement wird nach rund zwei Jahrzehnten der Vergessenheit wieder entdeckt, unter anderem in St. Gallen, Luzern und Rapperswil-Jona. Das Zentrumsmanagement treibt an, motiviert, moderiert und koordiniert. Eine Person, die das Zentrumsmanagement angeht, kann sowohl die Dynamik als auch die Erfolgchancen der Zentrumsentwicklung erhöhen.

Anregungen für die Umsetzung

- Definition des Aufgabenbereichs des Zentrumsmanagements in Orientierung an Best Practice Fällen
- Management der Ladenflächen zentral steuern
→ Idee: Quersubventionierung für Läden in „schlechteren“ Lagen
- Stärkere Kooperation mit Liegenschaftsbesitzern im Stadtzentrum (gemeinsame Haltung aufbauen!)

Handlungsempfehlung 2.4: Gastronomie im Stadtzentrum stärken

Handlungsempfehlung 2.4

Für eine hohe Erlebnisdichte gewinnt die Gastronomiefunktion im Zentrum an Bedeutung. Gefragt sind eine hohe Vielfalt unterschiedlicher Gastronomieformate, möglichst auch mit Themengastronomie (z.B. besonders familienfreundliches Restaurant, vegane Küche, No-waste Küche usw.). Zudem beschreibt die «Mediterranisierung» beschreibt ein Phänomen der letzten Jahre, das sich gut auch für das Zentrum von Langenthal mit seinen vielfältigen Aussenräumen eignet: Uns zieht es wie im südländischen Leben immer mehr auf öffentliche Plätze und Gassen, man trifft sich in den Aussenbereichen der Gastronomie und geniesst das gesellige Leben. Es ist zu erwarten, dass dieser Trend sich nach der Coronapandemie fortsetzen wird.

Anregungen für die Umsetzung

- Gastronomie als wesentlichen Attraktor des Zentrums ausbauen / räumliche Gastroschwerpunkte bilden
- Reglemente für Aussengastronomie lockern, Zusammenspiel von Gastronomie und Vorzonen/Aussenraum fördern
→ Unbürokratischeres Vorgehen für Aussengastronomie
→ Bewilligung und Liberalisierung teilweise in kommunaler Hand, teilweise aber auch Bestimmungen des Kantons
→ Prüfen Anpassung der ÜO Nr. 5 Marktgasse
- Förderung von innovativen Gastronomiekonzepten

Handlungsempfehlung 2.5

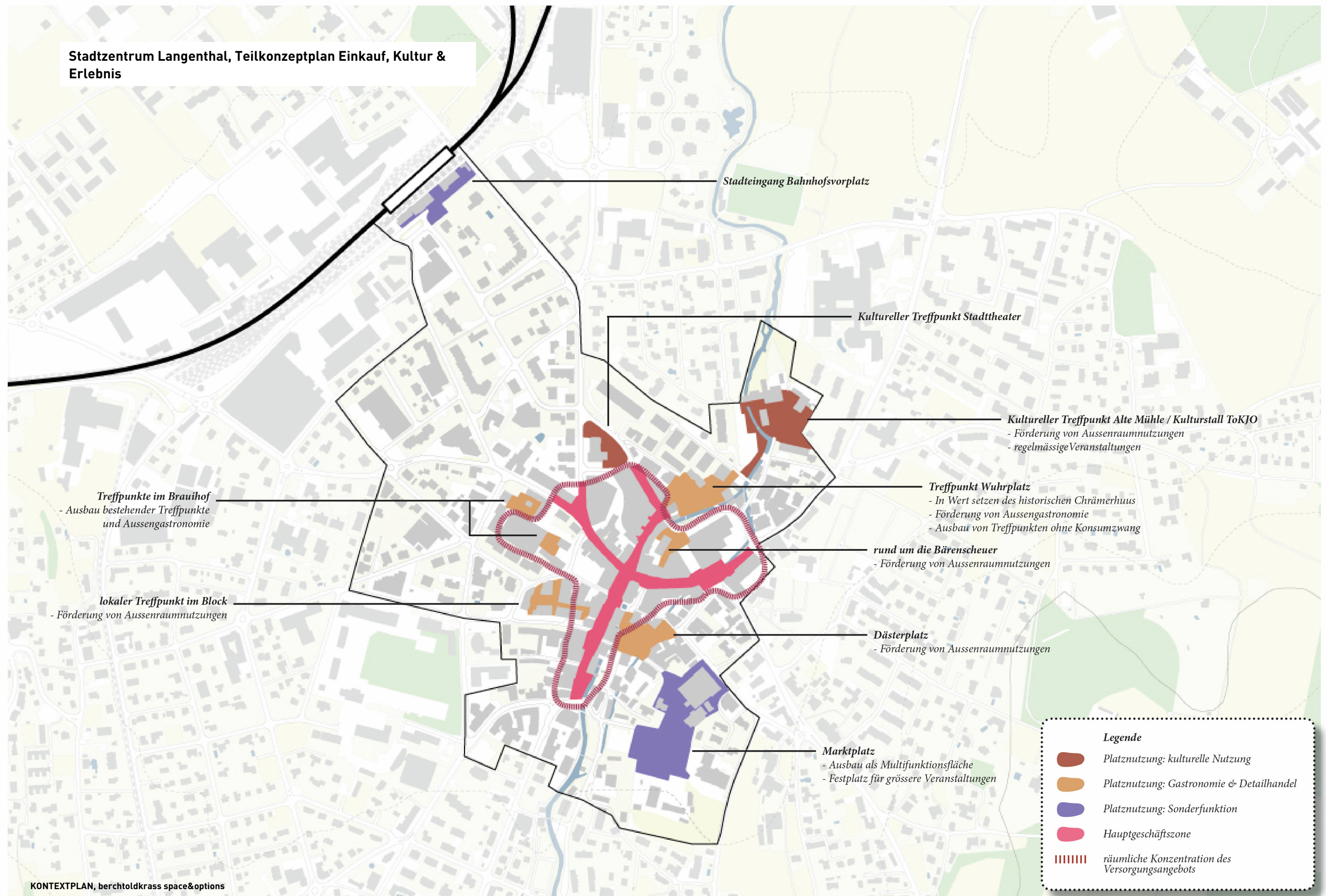
Handlungsempfehlung 2.5: Stadtzentrum als Ort für Veranstaltungen/Erlebnisse weiterentwickeln

Eine vielfältige Mischung von Märkten, Festen und Veranstaltungen trägt ebenso zum Erlebnisreichtum des Langenthaler Zentrums bei, wie ein attraktives kulturelles Angebot. Zudem gilt: Prägen Veranstaltungen bei Besucherinnen und Besuchern das Bild des Zentrums positiv, so kommen diese tendenziell häufiger auch zu anderen Zwecken (also zum Beispiel zum Einkaufen) zurück ins Zentrum.

Anregungen für die Umsetzung

- Veranstaltungen und Erlebnisse im öffentlichen Raum wahren / ausbauen
→ zielgruppenorientierte Anlässe und Aktionen fördern (z.B. Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche)
- Kulturelles Angebot als wichtigen Gegenpol zum Konsumangebot stärken, Events nicht nur auf Verkauf ausrichten
→ stärkere Einbindung verschiedener Player, z.B.: Pfadi, Ludothek, Kulturvereine, Migrantenvereine etc.
- Ortsgrösse im Fokus behalten: Veranstaltungsarten und -häufigkeiten sollten dem kleinstädtischen Massstab Langenthals entsprechen
- Kreative Initiativen ermöglichen / fördern (wie z.B. Treppencafé)
- Beliebten Wochenmarkt pflegen / Monatsmarkt mit weiteren Ideen anreichern

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Einkauf, Kultur & Erlebnis



3.4 Handlungsfeld 3: Mobilität



Bedeutung

Wie gelangt man in das Zentrum? Wie bewegt man sich in ihm und wie willkommen fühlt man sich? Welche Auswirkungen hat der motorisierte Verkehr auf das Zentrumserlebnis? Und lassen sich Synergien zwischen unterschiedlichen Mobilitätsformen aufbauen? Die Beantwortung solcher Fragen trägt erheblich dazu bei, wie attraktiv das Zentrum von Langenthal erlebt werden kann.

Die nachfolgenden Ausführungen formulieren anzustrebende Qualitäten im Bereich Mobilität. Sie sind im Rahmen des Verkehrsrichtplans und auf diesem basierender Umsetzungsmassnahmen zu konkretisieren.

Koordination mit Verkehrsrichtplan

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Verkehrsbelastung negativ für Erlebnisqualität
- Wunsch nach mehr autofreien Zonen
- Gute Erreichbarkeit des Zentrums / gute ÖV-Erschliessung
- Parkplätze mit guter Verteilung und kurzen Fussdistanzen; Anbindung zwischen Parkierung und Stadtzentrum allerdings mangelhaft mit schlechter Orientierung
- Topografie ist günstig für den Fuss- und Veloverkehr
- Attraktivität und Sicherheit für Velo- und Fussverkehr soll verbessert werden
- «Verkehrsmobiliar» (z.B. Veloständer) von eher minderwertigem Erscheinungsbild
- Berücksichtigung E-Mobilität und Potenzial für alternative Mobilitätsformen z.B. Leih-Velos, Kickboards
- Grosszügige Bewegungsräume schaffen: Genügend Raum für Neues

Handlungsempfehlung 3.1: Trennwirkung durch MIV minimieren

Stark befahrene Strassen trennen unterschiedliche Zentrumsbereiche voneinander ab und wirken sich damit negativ auf das Zentrumserlebnis aus. Entsprechend sollen Anstrengungen unternommen werden, den Zentrumskern vom unnötigen Durchgangsverkehr zu entlasten, die Strassenachsen stärker als öffentlichen Raum erlebbar zu machen und die Querbarkeit für den Fuss- und Veloverkehr hochwertig und sicher zu gewährleisten.

Handlungsempfehlung 3.1

Anregungen für die Umsetzung

- Verkehrsentslastung
 - Entlastung vom Durchgangsverkehr (insbesondere vom Schwerverkehr) im Zentrumskern durch Anpassungen im Verkehrsregime / in der Verkehrsführung
 - Koexistenz und damit Verkehrssicherheit, Bewegungsfreiheit und Aufenthaltsqualität im Bereich «innere» Aarwangenstrasse, Bahnhofstrasse, St. Urbanstrasse und Jurastrasse fördern / weiterentwickeln.
 - Koexistenz auf Hauptachse im Bereich Dästerplatz fördern durch Umgestaltung des Strassenraumes mit Verbesserung der Überquerbarkeit bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der Entlastungsfunktion.
- Dynamisches Parkleitsystem einführen
 - Verbesserung der Orientierung
 - Reduktion von Such- und Durchgangsverkehr
 - Gleichmässigere Auslastung der ausreichend zur Verfügung stehenden Parkplätze im Stadtzentrum

Handlungsempfehlung 3.2: Miteinander der Verkehrsteilnehmenden verbessern

Handlungsempfehlung 3.2

Verkehrsräume in Stadtzentren sind auch Lebensräume. Insbesondere für den Fuss- und Veloverkehr braucht es daher Verbesserungen. Das steigende Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung und der steigende Anteil an neu hinzugekommenen E-Bikes und E-Trottinets – weitere Mobilitäts-Innovationen in den nächsten Jahren sind zu erwarten – verstärken die Anforderungen an die Strassentraumgestaltung. Die «Beweggründe» der Verkehrsteilnehmenden sind sehr unterschiedlich und reichen von der möglichst schnellen Zielerreichung, über das Flanieren bis hin zur Bewegung als Selbstzweck. Das Miteinander der sehr unterschiedlichen Mobilitätsbedürfnisse und Mobilitätsformen soll im Zentrum von Langenthal bestmöglich gestaltet werden.

Anregungen für die Umsetzung

- Priorisierung der Bedürfnisse des Fuss- und Veloverkehrs im Zentrum
- Kreisverkehr am Spitalplatz: Wegführungen, Querungen und Sicherheit für alle Verkehrsteilnehmenden verbessern
- Zufahrten zu Parkhäusern für zu Fuss Gehende sicher und übersichtlich gestalten
- Zugänglichkeit des Stadtzentrums für alle Verkehrsteilnehmenden wahren; MIV soll auf zentrumsbezogenen Verkehr beschränkt werden, mit effizienter Erschliessung der Parkieranlagen (direkte Anfahrten, organisiert möglichst ohne Zentrumsquerungen)

Handlungsempfehlung 3.3: Verbessern der ÖV-Erschliessungsqualität

Handlungsempfehlung 3.3

Wenn das Zentrum bequem mit dem ÖV erreicht werden kann, bringt dies Kunden und Besucherinnen ins Zentrum und für manche ist das Zentrum durch den ÖV überhaupt erst erreichbar. Entsprechend hoher Wert soll auf den Erhalt der guten ÖV-Erschliessung, bzw. auf ihre weitere Verbesserung gelegt werden. Der ÖV soll zuverlässig verkehren können.

Anregungen für die Umsetzung

- **Buslinie** im Stadtzentrum stärken, Sicherung der Achse St. Urbanstrasse / Bahnhofsstrasse für den Busverkehr
- Qualität der Haltestellen im öffentlichen Raum stärken
- Umleitungen und Haltestellen (z.B. bei Anlässen im Stadtzentrum) klar kommunizieren

Handlungsempfehlung 3.4: Fuss- und Veloverkehr fördern

Handlungsempfehlung 3.4

Wer auf sicheren und komfortablen Wegen zu Fuss oder mit dem Velo ins Zentrum kommen kann, wird auf das Auto eher verzichten und damit einen Beitrag zur Verkehrsentslastung und Attraktivitätssteigerung des Zentrums leisten. Die Förderung des Fuss- und Veloverkehrs soll bereits ausserhalb des Zentrums bei der Attraktivitätssteigerung wichtiger Verbindungsachsen in die Quartiere beginnen. Ergänzende Massnahmen sind innerhalb des Zentrums gefragt.

Anregungen für die Umsetzung

- Zugänglichkeit und Sicherheit des Stadtzentrums für Fuss- und Veloverkehr weiterentwickeln
- Förderung der Koexistenz zwischen den Verkehrsteilnehmenden mit hoher Qualität und Sicherheit für zu Fuss Gehende und Velofahrende.
- Massnahmen für eine attraktivere Verbindung zwischen Bahnhof und Stadtzentrum.
- Orientierung im Stadtraum insbesondere für nicht Ansässige verbessern, insbesondere zwischen Bahnhof und Stadtzentrum
- St. Urban Strasse/Bahnhofsstrasse als attraktive Veloachse ausgestalten.
- Gefahrenstellen für Fuss- und Veloverkehr reduzieren
- Angebot an gedeckten Veloabstellplätzen verteilen / ausbauen

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Mobilität

Bahnhofsvorplatz attraktiv gestalten
- Berücksichtigung und Bereitstellung von Angeboten für alle Verkehrsteilnehmer

Dynamisches Parkleitsystem einführen
- Verbesserung der Orientierung
- Reduktion von Such- und Durchgangsverkehr
- Gleichmässige Auslastung der Parkplätze im Stadtzentrum

Koexistenzraum Jurastrasse
- Verknüpfung zum Wuhrplatz stärken

Miteinander der Verkehrsteilnehmer verbessern
- deutliche Verkehrsentslastung, v.a. vom MIV-Durchgangsverkehr
- Busachse wahren und attraktiv gestalten
- Querungsmöglichkeiten schaffen
- Qualitäten für Langsamverkehr ausbauen

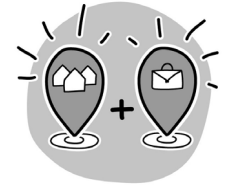
Verbindung Bahnhof / Zentrum stärken
- Ausbau der Jurastrasse & Bahnhofstrasse als wichtige Verbindungsachsen
- Verbesserung der Orientierung
- Priorisierung des Fuss- und Veloverkehrs

Koexistenzraum Spitalgasse/Farbgasse stärken
- wichtige Schnittstelle zum Markthallenareal
- Sicherung der Umfahrfunktion für das Stadtzentrum
- Geschwindigkeitsanpassungen MIV
- Möglichkeit zum Flächigen Queren für FussgängerInnen schaffen

Legende

- Koexistenzräume
- Koexistenzräume (Fussgängerzone)
- Koexistenzräume mit Reduktion des Verkehrsaufkommens
- Koexistenzräume mit Wahrung der Umfahrfunktion
- Verbesserung der Verbindungsfunktion
- MIV-Hauptachsen
- Zufahrten Sammelparkierung Zentrum Ost/West
- Sammelparkierung Zentrum Ost/West
- Buslinien/Haltestellen
- wichtige Velorouten

3.5 Handlungsfeld 4: Arbeiten und Wohnen



Bedeutung

Lebendigkeit und Attraktivität des Zentrums von Langenthal werden zentral auch durch diejenigen Personen geprägt, die hier leben oder arbeiten. Sie befinden sich zumeist in «ihrem» Zentrum und gestalten es durch ihre Handlungen mit. Zu einem lebendigen Zentrum gehört ein vielfältiges Wohnangebot für breit durchmischte Bevölkerungsschichten mit unterschiedlichen Lebensstilen ebenso wie ein vielfältiges Angebot an Arbeitsplätzen. Dabei soll das Zentrum kein Ort für anonymes Arbeiten und Wohnen sein, sondern es stehen Geselligkeit, Austausch, Interaktion und sinnvolle Verknüpfungen der Arbeits- und Wohnfunktionen mit dem öffentlichen Raum im Vordergrund.

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Nutzungsvielfalt des Stadtzentrums / vielfältige Wohnangebote
- Arbeitsplatzbereiche sind in guter Erreichbarkeit am Bahnhof angeordnet
- Hohe Attraktivität des Stadtzentrums als Arbeits- und Wohnort
- Attraktivität für bestimmte Zielgruppen stärken: z.B. für Familien bisher nur wenige Angebote

Handlungsempfehlung 4.1

Handlungsempfehlung 4.1: Vielfältiges Wohnangebot für breit durchmischte Bevölkerung fördern

Das Zentrum von Langenthal soll ein Ort der Begegnung, der Geselligkeit und des Austausches für Menschen mit ganz unterschiedlichen Lebensstilen jedes Alters, jeder Lebensphase und jeder Herkunft sein. Diese hohe Durchmischung soll sich auch in der Bewohnerschaft widerspiegeln. Ziel ist daher, das Wohnangebot bewusst in einer hohen Angebotsvielfalt weiterzuentwickeln. Starke preisliche Differenzierungen sind dabei ebenso gefragt wie die zunehmende Etablierung innovativer Wohnformen, wie beispielsweise Mehrgenerationenwohnen oder Servicewohnen.

Anregungen für die Umsetzung

- Entwicklung der Potenzialflächen mit künftigem Wohnraumbedarf (quantitativ und qualitativ) abstimmen
- Wohnanteil im Stadtzentrum langfristig halten
- Lücken im Wohnungsangebot füllen (z.B. Wohnungsgrößen), zielgruppen- und nachfrageorientierte Weiterentwicklung
- Zielgruppenspezifische wohnraumergänzende Qualitäten: z.B.: Attraktivität für Familien ausbauen durch Sicherheit im Straßenraum oder Angebot an Freiräumen für Kinder
- Innovative Wohnformen fördern (z.B. Mehrgenerationenwohnen, Servicewohnen)

Handlungsempfehlung 4.2: Angebot an Arbeitsorten beibehalten / stärken

Handlungsempfehlung 4.2

Die Beschäftigten sind eine Zielgruppe, die bei Zentrumsentwicklungen häufig vergessen geht. Zu Unrecht. Zum einen ist jede im Zentrum beschäftigte Person ein potenzieller Kunde (des Detailhandels, der Gastronomie, von kulturellen Angeboten usw.). Zum anderen tragen Unternehmen nicht unwesentlich zum «Erlebnis Zentrum» bei, etwa durch einsehbare Erdgeschossflächen. Entsprechend sollen günstige Rahmenbedingungen für Betriebe geschaffen werden, die mit dem öffentlichen Raum interagieren und die mit Stolz am «Standort Zentrum Langenthal» sind.

Anregungen für die Umsetzung

- Arbeitsfunktionen im Stadtzentrum fördern
- Verknüpfung zu umliegenden Arbeitsplatzgebieten stärken, z.B. Verbindungen zu Entwicklungsgebieten nördlich des Bahnhofs ausbauen
- Fördern von Betrieben im Erdgeschoss, die Wechselwirkungen zum öffentlichen Raum herstellen
 - z.B. Ateliers, Büros der Kreativbranche, Handwerk usw.
 - Schaufenster und offene Werkstätten explizit fördern

Handlungsempfehlung 4.3: Durchmischung von Wohnen, Arbeiten und publikumsaktiven Nutzungen fördern

Handlungsempfehlung 4.3

Die Nutzungsvielfalt ist einer der zentralen Trümpfe des Zentrums von Langenthal. Diese Qualität gilt es zu wahren, indem auch zukünftig auf eine konsequente Gestaltung der Mischung von Wohnen, Arbeiten und vielfältigen publikumsorientierten Nutzungen geachtet wird. Zwar darf es im Zentrum Orte geben, die einzelne Nutzungen fokussieren, diese Orte sollen aber nicht zu gross werden (also z.B. keine zu grossen reinen Wohngebiete im Zentrum) und in ihrem Zusammenspiel sollen sie die Nutzungsvielfalt des Zentrums prägen.

Anregungen für die Umsetzung

- Nutzungsvielfalt und -dichte stärken, „Mononutzungen“ im Stadtzentrum vermeiden
 - z.B. durch vertikale Nutzungsmischung und Dachnutzungen

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Arbeiten & Wohnen

Verknüpfung der Entwicklungsgebiete durch Ausbau starker Verbindungsachsen

Alte Mühle
- Mischnutzung: Arbeiten, Kultur und Wohnen

Nachverdichtung Brauihof
- Mischnutzung: Wohnen und Arbeiten
- publikumsorientierte Nutzungen im EG

Wohnaufstockung Coop
- Aufstockung mit Wohnnutzungen
- Neustrukturierung der Erdgeschosszone

Nachverdichtung Hübeligasse
- Mischnutzung: Wohnen mit publikumsorientierter Erdgeschossnutzung

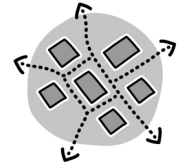
Bauliche Ergänzung/Fassung Dästerplatz
- Bauliche Fassung an den Rändern
- Mischnutzung: Wohnen und Arbeiten
- Aktivierung der Erdgeschosszonen für publikumsorientierte Nutzungen

Verdichtung Markthallen-Areal
- Mischnutzung: Wohnen und Arbeiten
- Verdichtung an den Rändern
- multifunktionaler Festplatz

Legende

-  Nutzungsmix Arbeiten & Wohnen
-  publikumsorientierte Nutzungen im EG
-  wichtige Verbindungsachsen

3.6 Handlungsfeld 5: Öffentlicher Raum und Orientierung



Bedeutung

Das Zentrum von Langenthal ist Ort der Begegnung, der Geselligkeit, des Austausches und der Öffentlichkeit und damit weit mehr als ein Ort des Konsums oder des Entertainments. Gefragt sind vielfältige Aufenthalts- und Begegnungsqualitäten sowie ungezwungene, differenzierte Nutzungsmöglichkeiten des öffentlichen Raums. Diese sollen ebenso verbessert werden wie die Orientierung zwischen den unterschiedlichen Zentrumsteilen.

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Teilweise wenig Aufenthaltsqualität und fehlende Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum
- Teilweise mangelhafte Gestaltung des Stadtraums (z.B. Qualität der Bodenflächen)
- Mangelhafte Orientierung v.a. für Ortsfremde
- Wenig Grünflächen im Zentrum, zudem wenig grosse Bäume und Fehlen von Schatten

Handlungsempfehlung 5.1: Aufenthaltsqualität im Stadtzentrum steigern

Handlungsempfehlung 5.1

Wo kann man sich im Zentrum von Langenthal in die Sonne setzen, wo vielleicht sogar in die Sonne liegen? Wo sind attraktive Sitzmöglichkeiten für Gruppen, ohne dass diese gleich in der Gastronomie etwas konsumieren müssen? Ungezwungene Aufenthaltsqualitäten sollen als wichtiges Qualitätsmerkmal des Zentrums von Langenthal verstärkt werden.

Anregungen für die Umsetzung

- Aufenthalts- und Begegnungsmöglichkeiten ohne Konsumzwang schaffen
 - z.B. Bestuhlung/Möblierung ohne Konsumzwang zur Verfügung stellen
 - Hinweis auf Praxisbeispiel aus Bern: Picknicktische & Stühle werden von Stadt zur Verfügung gestellt und auch unterhalten
- Bestehende Verweilorte stärken
- Konzepte zur gleichmässigeren Belegung der Einkaufsorte nach Ladenschlusszeiten entwickeln (v.a. Marktgasse ist ausserhalb der Öffnungszeiten und an Sonn- und Feiertagen «tot»)
- Ansprechendes und ausreichendes Angebot an öffentlichen WC-Anlagen.

Handlungsempfehlung 5.2: Vielfalt und Nutzbarkeit der öffentlichen Räume für alle Zielgruppen

Handlungsempfehlung 5.2

Gefragt ist eine hohe Vielfalt an unterschiedlich nutzbaren öffentlichen Freiräumen. Dabei soll es nicht darum gehen, möglichst viel oder möglichst

grosse Plätze anzubieten, sondern es soll hoher Wert auf eine hohe Qualität und auf vielfältige Aneignungsmöglichkeiten gelegt werden.

Anregungen für die Umsetzung

- Nutzungsvielfalt des öffentlichen Freiraums verbessern
 - Zielbild ev. über einen «Nutzungsmasterplan» definieren und dann kontinuierlich darauf hinarbeiten
 - Bedürfnisse der Bevölkerung an die Nutzbarkeit der Freiräume ermitteln und gezielt auf bestehende Mängel reagieren (aufbauen auf Bevölkerungsbefragung zum Stadtzentrum)
 - Arealentwicklungen für «Angebotsergänzungen» nutzen (z.B. Schaffung von Treffpunktqualitäten auf dem Mühleareal)
- Gestaltungsqualität im öffentlichen Raum sicherstellen
 - Gestaltungs- und Möblierungskonzept
 - Vielfalt fördern, ohne Beliebigkeit zuzulassen
 - Anzahl der Treffpunkte übersichtlich bzw. kleinstadtverträglich halten
- In Wert setzen vorhandener Potenziale (z.B. Zugänglichkeit zum Wasser, zahlreiche Brunnen im Stadtzentrum)
- In Wert setzen der historischen Hochtrottoirs
 - neue, innovative Konzepte entwickeln, z.B. Neuinterpretation als «Die längste Bank der Schweiz»
- Kreative und mutige Akzente setzen

Handlungsempfehlung 5.3: Wegführung und Orientierung erleichtern

Handlungsempfehlung 5.3

Das teppichartige, durchfliessende, feinmaschige Wegenetz ist eine hohe Qualität des Zentrums von Langenthal. Dass sich den zu Fuss Gehenden derart viele Wegeoptionen bieten, kann im Umkehrschluss aber auch zu einer gewissen Orientierungslosigkeit führen, die möglichst abgebaut werden soll.

Anregungen für die Umsetzung

- Kurze Wege und «Durchfliessen» des Zentrums wahren / erhalten
- «Zentrumsnetze» stärken
 - Definition und Aufwertung unterschiedlicher Qualitäten und Anforderungen an den öffentlichen Raum
 - Identifizieren und Beheben von Lücken und Barrieren im Zentrumsnetz
- Wegführung und Orientierung im Zentrum verbessern
 - Wegführung vom Bahnhof ins Stadtzentrum eindeutig gestalten

→ Berücksichtigung unterschiedlicher gestalterischer Elemente zur Erleichterung der Orientierung, wie z.B. Verwendung durchlaufender Bodenbeläge, Pflanzketten, Sichtbeziehungen usw.

→ Entwicklung einer eigenen, kreativen Signaletik für Langenthal

→ Explizit auch Orientierung für Ortsfremde in den «Schleichwegen» mit dem Velo/zu Fuss verbessern

- Dynamisches, einfach lesbares Parkleitsystem entwickeln

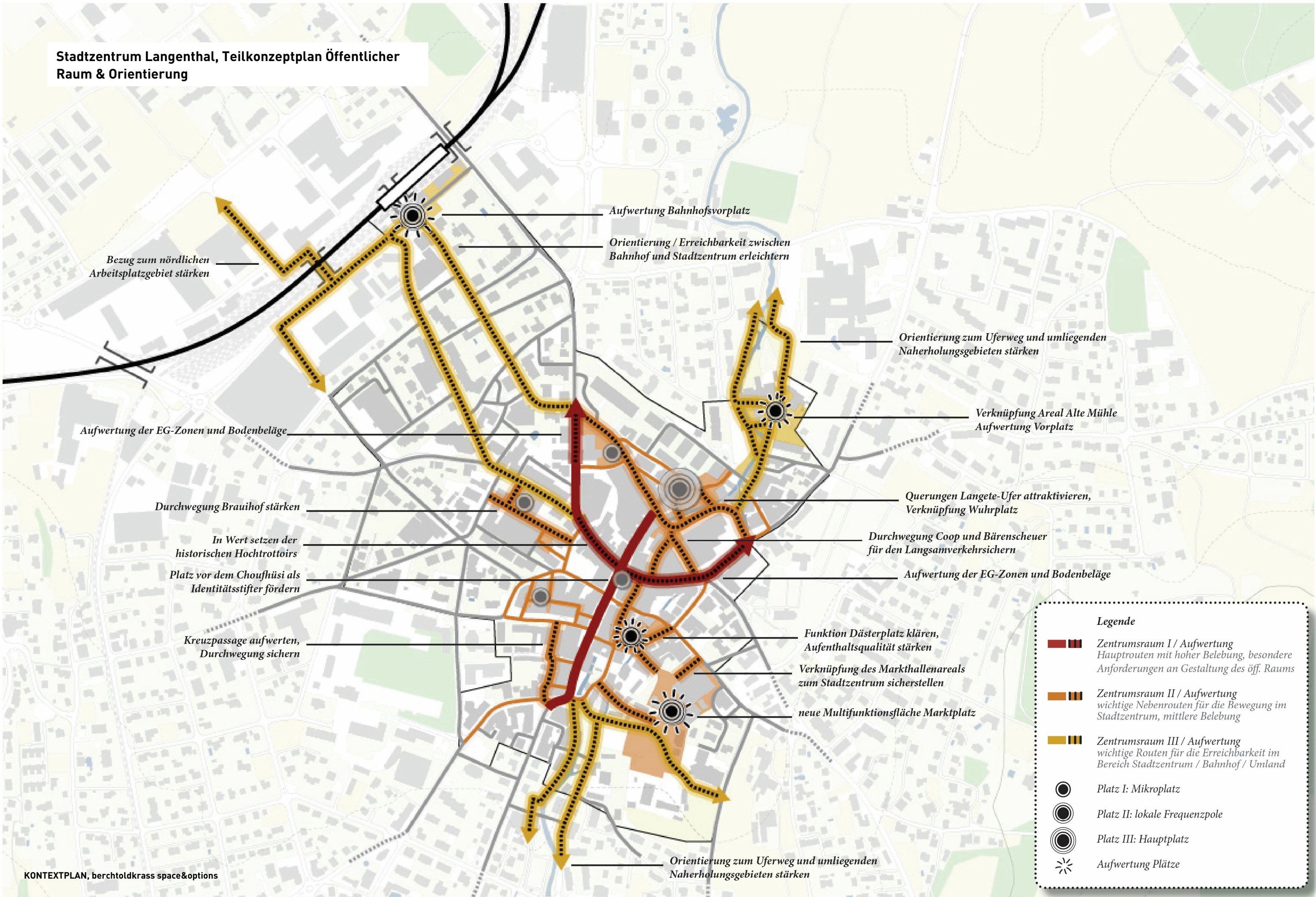
Handlungsempfehlung 5.4: (Periphere) Grünräume besser anbinden

Direkt im Stadtzentrum von Langenthal finden sich keine Parkanlagen und nur wenige Grünflächen. Entsprechend wichtig erscheint es, die Anbindung an die Grünräume in der Peripherie gut auszugestalten.

Anregungen für die Umsetzung

- Verbesserung der Wegeverbindungen zu umliegenden Naherholungsgebieten, z.B. Orientierung zum Uferweg der Langete stärken

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Öffentlicher Raum & Orientierung



Bezug zum nördlichen Arbeitsplatzgebiet stärken

Aufwertung Bahnhofsvorplatz

Orientierung / Erreichbarkeit zwischen Bahnhof und Stadtzentrum erleichtern

Orientierung zum Uferweg und umliegenden Naherholungsgebieten stärken

Aufwertung der EG-Zonen und Bodenbeläge

Verknüpfung Areal Alte Mühle
Aufwertung Vorplatz

Durchwegung Brauihof stärken

Querungen Langete-Ufer attraktivieren,
Verknüpfung Wuhrlplatz

In Wert setzen der historischen Hochtrottoirs

Durchwegung Coop und Bärenscheuer
für den Langsamverkehrsichern

Platz vor dem Choufhusi als Identitätsstifter fördern

Aufwertung der EG-Zonen und Bodenbeläge

Kreuzpassage aufwerten,
Durchwegung sichern

Funktion Dästerplatz klären,
Aufenthaltsqualität stärken

Verknüpfung des Markthallenareals
zum Stadtzentrum sicherstellen

neue Multifunktionsfläche Marktplatz

Orientierung zum Uferweg und umliegenden Naherholungsgebieten stärken

Legende

- Zentrumsraum I / Aufwertung Hauptrouen mit hoher Belebung, besondere Anforderungen an Gestaltung des öff. Raums
- Zentrumsraum II / Aufwertung wichtige Nebenrouen für die Bewegung im Stadtzentrum, mittlere Belebung
- Zentrumsraum III / Aufwertung wichtige Rouen für die Erreichbarkeit im Bereich Stadtzentrum / Bahnhof / Umland
- Platz I: Mikroplatz
- Platz II: lokale Frequenzpole
- Platz III: Hauptplatz
- Aufwertung Plätze

3.7 Handlungsfeld 6: Identifikation & Engagement



Bedeutung

Das Zentrum von Langenthal ist ein wichtiger Träger der Stadt- und Gemeindeidentität sowie ein wichtiger Ort der Identifikation, Zugehörigkeit und des Heimatgefühls. Nicht nur in seiner Nutzungsvielfalt und (historischen) Bau- substanz, sondern auch in seiner Bedeutung für jeden einzelnen Menschen soll das Zentrum gepflegt und weiterentwickelt werden. Eine zentrale Form der Identifikationsförderung ist dabei die Förderung von freiwilligem Engagement in der Bevölkerung.

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Identifikation der Bewohner*innen mit ihrem Wohn- und Lebensraum ist spürbar
- Grosses Engagement der Bewohner*innen für ihr Stadtzentrum
- Fehlen von Treffpunkten ohne Konsumzwang
- Fehlende Anlaufstelle für engagierte Bewohner*innen
- Belebung „toter“ Orte (z.B. Markthallenareal und Kreuzpassage)

Handlungsempfehlung 6.1: Engagement der Bevölkerung für das Stadtzentrum fördern

Handlungsempfehlung 6.1

Nichts fördert die Identifikation mit dem Zentrum von Langenthal mehr als eine direkte Teilnahme an dessen Entwicklung. Der Förderung des freiwilligen Engagements der Bevölkerung – beispielsweise über themenbezogene Arbeitsgruppen – soll entsprechend hoch gewichtet werden.

Anregungen für die Umsetzung

- Dauerhafte Einbindung der Bevölkerung (aller Zielgruppen) in Fragen der Zentrumsentwicklung
- Förderung partizipativer Entwicklungsformen auch mit «untypischen Zielgruppen»; z.B. Kinder fragen, was sie möchten & gemeinsam mit ihnen und ihren Eltern Ideen entwickeln
- Organisieren von Ideenwettbewerben zu Teilräumen
- Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (physisch und/oder virtuell) für engagierte Bürger*innen
- Räume und Flächen (für kleine und große Aktionen) für das Engagement der BürgerInnen zur Verfügung stellen
- Förderung der Gemeinschaft in den Vierteln (z.B. Etablieren von Quartiertreffs)
- Sensibilisierungsprogramm für die Bevölkerung zur Vermittlung von Besonderheiten: (z.B. Tag der offenen Tür in traditionellen Betrieben, Bespielung der Langete mit Kunst, Inszenierung der Hochtrotoirs usw.)
- Förderung von Zwischennutzungen (durch die Bevölkerung; z.B. lokale Künstler*innen) unter Definition von Spielregeln

Handlungsempfehlung 6.2: Zielgruppenspezifisches Angebot stärken

Handlungsempfehlung 6.2

Es bestehen bestimmte Zielgruppen in der Identifikationsförderung im Rahmen der Zentrumsentwicklung, die gerne vergessen gehen, eigentlich aber besondere Aufmerksamkeit verdienen:

- Zuzüger*innen, die noch keine Verbundenheit zu ihrem neuen Lebensraum aufweisen
- Kinder; wenn Kinder gerne im Zentrum sind, sind auch die Eltern dort – und wo die Eltern sind, ist auch die Kaufkraft
- Jugendliche; denn wenn in der Jugend eine hohe Verbundenheit zur «eigenen Stadt» aufgebaut wird, so steigen die Chancen, nach einer Ausbildung wieder zurückzukommen

Anregungen für die Umsetzung

- Neue Zielgruppen für das Engagement im Stadtzentrum gewinnen; insbesondere Zuzüger*innen, aber z.B. auch Liegenschaftsbesitzer*innen, Vereine etc.
- Attraktivität für Kinder / Familien erhöhen (z.B. Spielmöglichkeiten, kinderfreundliche Gastro)
- Einbindung von Jugendlichen in Entwicklung von „Zentrumsnischen“ (z.B. Jugendarbeitsgruppe)

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Identifikation & Engagement

Legende

- Entwicklungsräume mit besonderer Einbindung der Bevölkerung in die bevorstehenden Planungsprozesse

KONTEXTPLAN, berchtoldkrass space&options

KONTEXTPLAN, berchtoldkrass space&options

Legende

 Entwicklungsräume mit besonderer Einbindung der Bevölkerung in die bevorstehenden Planungsprozesse

*Entwicklungsräume mit besonderer
Einbindung der Bevölkerung in die
bevorstehenden Planungsprozesse*

3.8 Handlungsfeld 7: Ökologie & Klima



Bedeutung

Stadt Natur, Stadtökologie und Klima sind die Themen der Stunde. Im Rahmen der Klimaerwärmung und unerträglichen Hitzewellen, die insbesondere die Menschen in den hoch versiegelten Zentren treffen, kann sich keine Stadtentwicklung mehr dieser Thematik entziehen. Vor dieser Herausforderung steht auch das Zentrum von Langenthal. Mehr echte Stadtnatur ist gefragt, ebenso wie ein aktives Entgegennehmen der Klimaerwärmung durch eine Kombination zahlreicher kleiner Schritte.

Wichtigste Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Hoher Versiegelungsgrad / wenig Grün / allgemeiner Wunsch nach mehr Grün
- Langete als «erfrischendes» Element, jedoch kaum zugänglich
- Strategien zur (natürlicher) Kühlung in Hitzeperioden erwünscht

Handlungsempfehlung 7.1: Aktive Reaktion auf die Klimaerwärmung

Handlungsempfehlung 7.1

Diese Handlungsempfehlung zielt darauf ab, dass im Rahmen der zukünftigen Zentrumsentwicklung von Langenthal einerseits aktiv ein Beitrag geleistet wird zum Bremsen des Klimawandels geleistet wird. Andererseits soll es darum gehen, die Nutzerenden des Zentrums vor den negativen Auswirkungen des Klimawandels – und dabei allem voran vor Hitzewellen – zu schützen.

Anregungen für die Umsetzung

- Förderung von Durchgrünung, Beschattung und Entsiegelung
 - Förderung von Bepflanzungen und Grünflächen im Stadtzentrum
 - Nutzbarkeit & Flexibilität für Kunst-Installationen, Fasnacht etc. trotz stärkerer Durchgrünung sichern
 - Minimierung des Anteils versiegelter Flächen insbesondere Beton und Asphalt (im Rahmen der Möglichkeiten der historischen Strukturen/Beibehaltung Pflasterung im Zentrum)
- Aufwertung der Stadteingänge durch Begrünung
- Förderung von grünen Verknüpfungen
 - Massnahmen zur Begrünung wichtiger Wegeverbindungen fördern, z.B. Stadtzentrum / Bahnhof oder Stadtzentrum / umliegenden Naherholungsgebiete
 - Erhöhung der Aufenthaltsqualität für den Langsamverkehr durch z.B. schattenspendende Bäume
- Gebäude zu mehr ökologischer Nachhaltigkeit entwickeln
 - Hohe Anforderungen an Neubauten (Nachhaltigkeit, Energie, Materialien usw.)
 - Energetische Sanierungen im Bestand

→ Fassadenbegrünungen und Dachgärten (im Rahmen der Möglichkeiten der historischen Baustruktur); evtl. auch Solaranlagen an Fassaden

- Erhöhung der Wasserspeicherkapazitäten zur Kühlung in Hitze-phasen

→ z.B. im Bereich der Baum-Wurzelscheiben oder im Rahmen von Beeten und Rabatten

Handlungsempfehlung 7.2: Förderung von Stadtnatur und Erlebbarkeit des Wassers

Handlungsempfehlung 7.2

Früher war eher die Rede von Stadtgrün. Bäume und sonstige Bepflanzungen dienten im Kern dazu, eine ansprechende Gestaltung zu erreichen. Heute rückt der Begriff Stadtnatur und damit ein anderes Selbstverständnis in den Fokus: Gefragt ist ein Stück erlebbare Natur inmitten der Räume mit der höchsten baulichen Dichte – ein Durchweben mit Lebensräumen für Kleinlebewesen und Insekten. Diesen Grundsatz gilt es bei sämtlichen Entwicklungen im Zentrum von Langenthal anzuwenden.

Bereits im räumlichen Zukunftsbild Agglomerationsprogramm 3. Generation ist das Konzept der «Grünfinger» vorgesehen. Dieses wird hier weiterentwickelt, indem die Grünfinger ins Zentrum hineingreifen.

Anregungen für die Umsetzung

- Grün-Blaues Netz stärken und für die BewohnerInnen zugänglich machen
 - Machbarkeit der Vorschläge gemäss folgendem Plan prüfen
 - Punktuelle Zugänglichkeit der Langete: Fokus auf bestehende Orte legen, an denen die Langete bereits sichtbar ist (z.B. Wuhplatz, Jugendtreff Mühle)
 - Zugänglichkeit des Sagibachs fördern (an vielen Stellen evtl. machbarer als die Zugänglichkeit der Langete)
- Erzeugen von echter Stadtnatur bei neuen baulichen Projekten
 - Schaffung von Lebensräumen für Kleinlebewesen und Insekten bei Arealentwicklungen wie dem Markthallenareal
 - Förderung von extensiver Gebäudebegrünung bei Neubauten
- Verständnis der Stadtnatur als Begegnungsort & Treffpunkt fördern; gezielte Integration von Stadtnatur an Begegnungsorten

Stadtzentrum Langenthal, Teilkonzeptplan Ökologie & Klima

Grün als Orientierung: Bahnhof/Zentrum

- Stärkung der Orientierung
- Ausbau als grüne Achsen
- Erhöhung des Komforts für den Langsamverkehr

Begrünung als Orientierungshilfe

- Stärken der Orientierung durch grüne Verknüpfungen
- Verschattung zur Steigerung des Komforts für Langsamverkehr

Vernetzung Landschaftsraum Langete

- Aufnahme und Weiterentwicklung der Grünfinger
- In Wert setzen der Gewässerräume
- Aufwertung der Uferwege
- Erleichterung der Orientierung

Integratin Bachläufe ins Stadtbild

- Stärken der Sichtbarkeit im Stadtbild

Prüfen einer punktuellen Begrünung der Marktasse

Klimaanpassung aktiv gestalten

- gezielte Förderung von Maßnahmen der Klimaanpassung
- Entwicklung von Strategien zur Hitzeminderung

Begrünung von Plätzen

- Steigerung der Aufenthaltsqualität durch schattenspendende Bäume
- (wo möglich) Verringerung des Versiegelungsgrads

Grün als Orientierung: Stadteingänge

- Aufwertung des Stadtbilds (Eingangssituationen)
- Adressierung durch punktuelle Begrünung

Legende

-  Parks / Sportflächen
-  umliegende Naherholungsgebiete
-  Strategien zur punktuellen Hitzeminderung
-  Aufwertung Gewässerräume
-  Integration Bachläufe ins Stadtbild
-  grüne Verknüpfung und Aufwertung für den Langsamverkehr
-  grüne Aufwertung Stadteingänge
-  punktuelle grüne Aufwertung Marktasse
-  MIV-Hauptsachsen
-  Potenzial Begrünung Plätze



Bedeutung

Wenn vielfältige Nutzungsmöglichkeiten, ein breites Versorgungsangebot und schöne Zentrumsinkel vorhanden sind, dann sollen diese auch genutzt werden. Damit sie genutzt werden, müssen sie potenziellen Nutzer*innen bekannt sein und von ihnen positiv wahrgenommen werden. Es gilt, die Qualitäten des Zentrums zu vermarkten und sie stolz zu kommunizieren. Dies gilt gegenüber Auswärtigen, um mehr Besucher und Kundschaft für das Zentrum zu generieren. Durchaus können Marketing und Kommunikation aber auch auf Einheimische ausgerichtet werden.

Erkenntnisse aus Analyse und Befragungen

- Image als Designstadt ist bekannt, wird aber nicht (mehr) aktiv vermarktet / einerseits bietet es grosses Potenzial, andererseits ist die Bedeutung als Designstadt im Rückgang (bspw. wurde «Designtour Langenthal» oder auch «Designers' Saturday» beendet)
- Vermarktung des Stadtzentrums ist allgemein ausbaufähig
- Keine «Marke Langenthal» ersichtlich (Wofür steht das Zentrum von Langenthal? Was sind die für das Marketing geeigneten Kernbotschaften?)
- Koordinierter Auftritt von unterschiedlichen Angeboten des Zentrums findet nicht statt

Handlungsempfehlung 8.1: (Aussen- und Innen-) Wahrnehmung des Stadtzentrums formen

Handlungsempfehlung 8.1

Nicht die tatsächliche Situation ist handlungsleitend, sondern das Bild in den Köpfen der Menschen. Ob Menschen also gerne in das Zentrum von Langenthal gehen, hängt davon ab, wie positiv dessen Image ist, wie positiv es wahrgenommen wird. Natürlich ist dafür die tatsächliche Situation (Nutzungsvielfalt, Städtebau, Freiraumqualitäten usw.) von höchster Relevanz, doch muss sie auch in ein gutes Licht gerückt werden. Basierend auf tatsächlich bestehenden Qualitäten ist ein aktives Formen der Aussenwahrnehmung bei potenziellen Gästen und der Innenwahrnehmung der eigenen Bevölkerung gefragt.

Anregungen für die Umsetzung

- Stadt ist als Initiatorin gefragt, das Marketing für das Zentrum zu professionalisieren
- Wünschenswert: räumlichen Bezugsrahmen erweitern und nicht nur das Zentrum, sondern die Gesamtstadt besser vermarkten
- Relevante Vereine, Verbände und Akteursgruppen (z.B. Gewerbeverein, Stadtvereinigung, Gastroverein ...) betreiben aktuell ihr eigenes Marketing; Einzelauftritte sollen besser koordiniert und zu einem gemeinsamen Marketing mit gemeinsamer Strategie zusammengeführt werden
- Prüfen, ob das Image als Designstadt weiterhin stimmig ist (Bedeutung Thema Design ist abnehmend und es bräuchte neue, wirkungsvolle Programme, um das Image aufrecht zu halten)

- Prüfen, welche anderen Qualitäten sich für die Entwicklung eines neuen Images eignen (Anknüpfungspunkte könnten zum Beispiel die Industriegeschichte oder die Hochtrottoirs sein)
- Besondere Veranstaltungen sollen genutzt werden, um die Wahrnehmung des Zentrums zu fördern und positiv zu formen / sofern dieses Element genutzt wird, sind Veranstaltungen mit Magnetwirkung oder Leuchtturmeffekt gefragt, die für die Entwicklung eines neuen Images genügend Kraft entfachen können

Handlungsempfehlung 8.2

Handlungsempfehlung 8.2: Innovatives, zielgruppenorientiertes Marketing entwickeln

In der Zeit des Megatrends Individualisierung wird ein zielgruppenorientiertes Marketing immer anspruchsvoller. Die Menschen müssen auf den ihnen beliebten Kanälen angesprochen werden, wofür heute ein breiter Mix der Kommunikationskanäle von konservativen Zeitungsanzeigen bis hin zu innovativen Konzepten auf Social Media Plattformen zunehmend unabdingbar erscheint. Dabei kann auf die Vorarbeiten des Standortmarketingkonzepts Langenthal 2020-2024 aufgebaut werden.

Anregungen für die Umsetzung

- Klare Definition der Zielgruppen des Marketings / Abstimmung spezifischer Kommunikationsinhalte und -kanäle auf deren Bedürfnisse
- Neue Innovationen im Marketing entwickeln (beispielsweise bestand eine Velokarte, die besonders interessante Punkte in der Stadt aufzeigte - eine solche könnte in einer zeitgemässen Form (z.B. als App) wieder ins Leben gerufen werden)
- Entwicklung einer gemeinsamen, innovativen Internetplattform (mit entsprechender App) sämtlicher Angebote des Zentrums (Versorgung, Kultur, Erlebnis usw.)
- Förderung kreativer Marketingmassnahmen (z.B. gemeinsame Einkaufssäckli mit kreativen Langenthaler Motiven)

Handlungsempfehlung 8.3: Identifikation mit dem Stadtzentrum nutzen und fördern

Die besten Marketingträger sind stolze Bürger*innen. Wer sich mit der eigenen Stadt und dem eigenen Stadtzentrum identifiziert, der erzählt auch Stolz davon. Identifikationsförderung und Marketing sollen entsprechend eng verknüpft betrachtet werden.

Anregungen für die Umsetzung

- Einbinden und fördern der Identifikation der Bevölkerung mit der eigenen Stadt und dem eigenen Zentrum
- Gezieltes Einsetzen bekannter und beliebter Langenthaler Personen als Botschafter/innen der Stadt

4. Schwerpunkträume und -projekte

Nachfolgend werden fünf Schwerpunkträume und drei Schwerpunktprojekte zur Priorisierung empfohlen. Mit diesen können eine Vielzahl an erarbeiteten Handlungsempfehlungen gebündelt angegangen werden, sie zeigen Zusammenhänge auf und geben Orientierung. Allen beschriebenen Schwerpunkträumen und -projekten ist gemein, dass sie handlungsorientiert und zielgerichtet sind sowie eine unmittelbare Initiierung möglich ist. **Für alle Schwerpunkträume und -projekte sind geeignete kooperative (Grundeigentümer) und/oder partizipative Prozesse zu definieren und umzusetzen.**

4.1 Aufwertung des Stadtraums St. Urbanstrasse / Coop

Der Stadtraum im Bereich der St. Urbanstrasse bzw. Coop, der sich bis zum südlich angrenzenden Markthallen-Areal erstreckt, bildet einen wichtigen Schwerpunkt für die Entwicklung des Langenthaler Stadtzentrums. Wichtig erscheint, den Stadtraum sowohl durch bauliche als auch durch freiraum- und verkehrsplanerische Massnahmen attraktiver zu gestalten. Dadurch könnte es gelingen, die heute stark durch die Trennwirkung des MIV geprägte Situation zu einem einladenden Zentrumsbereich aufzuwerten.

Ein wichtiges Projekt stellt innerhalb dieses Stadtraums die Transformation des heutigen Coops dar. Ziel dabei ist es, den Baustein durch eine Neugliederung stadtvträglicher zu gestalten und mehr Interaktion mit seiner Umgebung zu fördern.

Schliesslich soll dieser zentrale Stadtraum künftig in seiner Gesamtheit von Fassade zu Fassade entwickelt werden. Dabei sind folgende Stossrichtungen zu verfolgen:

Prinzipien Transformation Coop (im Falle von Veränderungsabsichten):

- Aufgliederung in zwei Einzelbausteine
- Integration Wohnnutzung
- Sicherung der Durchwegung für Fuss- und Veloverkehr
- Ausbau des ehemaligen Durchgangs als Veloachse
- Prüfen weiterer Öffnung der Erdgeschossbereiche
- Vermeidung von Rückseiten

Ausbau der Begegnungszone Jurastrasse:

- Reduzierung der Trennwirkung durch den MIV
- Verbindung / Zugänglichkeit zum Wuhrplatz stärken
- Integration und Gestaltung der Kurzzeitparkplätze Coop

Stärkung der historischen Bärenscheuer:

- Gestaltung des öffentlichen Raums verbessern
- Förderung von Aussengastronomie und öffentlichen Nutzungen

Aufwertung Straßenraum St. Urbanstrasse:

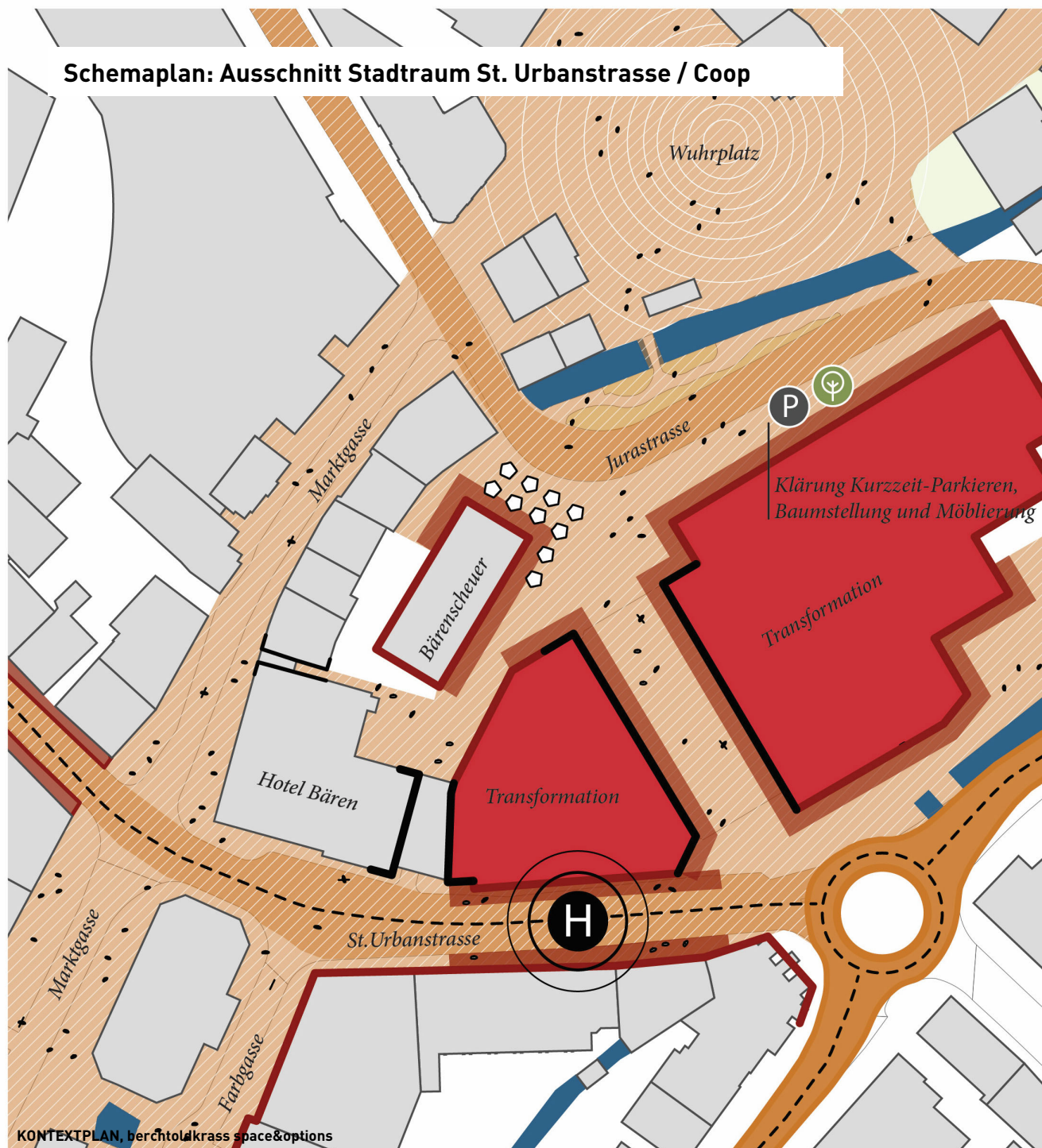
- Miteinander der Verkehrsteilnehmer verbessern
- Minimierung der Trennwirkung durch den MIV
- Integration der neuen Bushaltestelle
- Ausbau als Veloachse Bahnhof / Zentrum
- Sicherstellen der Querbarkeit für Zufussgehende
- Aufwertung der Bodenbeläge

Anliegen und Ideen aus der Bevölkerungsbefragung

- Der Coop, der Bären und die Suteria sind Lieblingsorte
- Verbesserungspotenzial wird im öffentlichen Raum gesehen, besonders entlang der St. Urbanstrasse.
- Zukunftsideen beinhalten insbesondere MIV-Reduktion, Fussgängerfreundlichkeit und Begrünung.

Tempobegrenzung
Seibert
MIV-Reduktion
Begrünung
Fussgängerfreundlichkeit
Ortsgestaltung
Kultur & Events
Gastronomie
Wohnung

Schemaplan: Ausschnitt Stadtraum St. Urbanstrasse / Coop



KONTEXTPLAN, berchtoldkrass space&options

Legende



Stadtraum I: Hohe Gestaltungsanforderungen, Priorisierung Fuss- und Veloverkehr



Stadtraum II: Koexistenzraum mit hohen Gestaltungsanforderungen, für MIV mit Reglementierungen befahrbar



Stadtraum III: Strassenraum mit hohen Gestaltungsanforderungen, für MIV befahrbar



bauliche Entwicklung (neue Baukörper Übernahme aus Studien)



Aufwertung Bauinventar / Bestand



wichtige bauliche Kanten



Aktivierung Erdgeschosszonen



neue Aussenraumnutzungen



wichtige Wegeverbindungen & Querungen



Buslinien/Haltestellen



beschränktes Angebot Kurzzeit-Parkieren



Bachläufe / Brunnen

4.2 Scharnierfunktion Dästerplatz

Nicht nur als räumliche Fortsetzung des nördlich angrenzenden Schwerpunkt- raums rund um die Bärenscheuer, sondern vor allem durch die direkte Ver- knüpfung mit dem Markthallen-Areal, kommt dem Dästerplatz eine besondere Rolle als Scharnier im Stadtgefüge zu. Die zukünftige Entwicklung des Markt- hallen-Areals kann nur erfolgreich sein, wenn die Verbindung zum Stadtzent- rum gesichert ist.

Mit der geplanten Zentrumsumfahrung (Spital- und Farbgasse) besteht Klä- rungsbedarf für den Dästerplatz als zukünftiges „Tor“ zum Markthallen-Areal. Gleichzeitig muss die Umfahrung ihre Funktion als Zentrumsentlastung ge- recht werden können. Eine wichtige Aufgabenstellung wird es daher sein, in diesem Abschnitt dennoch Aufenthaltsqualität, sichere Querbarkeit und Platz- funktionen zu stärken

Für den Dästerplatz ergeben sich in Abstimmung mit dem BGK Spital- und Farbgasse folgende Stossrichtungen:

Scharnierfunktion des Dästerplatz sichern:

- „Verbindungsfunktion zum Markthallenareal sicherstellen
- Klären künftiger Funktionen und Nutzungen des Platzes
- Teilerhalt bzw. Verlagerung der bestehenden Parkplätze prüfen

Aufenthaltsqualität schaffen:

- Begrünung
- Verweilmöglichkeiten auf bzw. rund um den Dästerplatz
- Sitzgelegenheiten und Treffpunkten ohne Konsumzwang
- In Wert setzen der Wasserläufe und Brunnen
- Aufwertung der Bodenbeläge
- (Re-)Aktivierung und Öffnung der Erdgeschosszonen
- Förderung von Nutzungen im Aussenraum

Bauliche Ergänzung Dästerplatz:

- Prüfen einer baulichen Ergänzung an der Confiserie Däster zu Gunsten klarer Raumkanten

Zentrumsumfahrung verträglich gestalten:

- Zentrumsentlastung sicherstellen
- Trennwirkung durch MIV vermeiden
- Sicherstellung einer attraktiven der Querbarkeit für Zufuss- gehende

Anliegen und Ideen aus der Bevölkerungsbefragung

- Verbesserungspotenzial für alle Verkehrsteilnehmenden, Koexistenz verbessern
- Dästerplatz hat viel Verbesserungspotenzial. Prioritäre The- men sind dabei Dästerplatz als Begegnungsort, Kultur und Events sowie Begrünung.

Beleben
Spielplatz
Gastronomie
Begrünung
Kultur & Events
Begegnungsorte
Velofreundlichkeit
Sitzmöglichkeiten
Tempobegrenzung
Naherholung
Stadtleben

Schemaplan: Ausschnitt Dästerplatz und Markthallenareal



Legende

-  Stadtraum I: Hohe Gestaltungsanforderungen, Priorisierung Fuss- und Veloverkehr
-  Stadtraum II: Koexistenzraum mit hohen Gestaltungsanforderungen, für MIV mit Reglementierungen befahrbar
-  Stadtraum III: Strassenraum mit hohen Gestaltungsanforderungen, für MIV befahrbar
-  bauliche Entwicklung (neue Baukörper Übernahme aus Studien)
-  Aufwertung Bauinventar / Bestand

-  wichtige bauliche Kanten
-  Aktivierung Erdgeschosszonen
-  neue Aussenraumnutzungen
-  wichtige Wegeverbindungen & Querungen
-  Buslinien/Haltestellen
-  beschränktes Angebot Kurzzeit-Parkieren
-  Bachläufe /Brunnen

4.3 Bauliche Ergänzungen Brauihof und Hübeligasse

Einen weiteren Schwerpunktraum für die Entwicklung des Stadtzentrums bildet der Bereich westlich der Marktgasse auf der Höhe des Brauihofs. In diesem Teilraum wurden in den letzten Jahren einige Bereiche neu entwickelt. Durch die geplanten Entwicklungen bietet sich jedoch auch in diesem neueren Teil der Stadt Handlungsspielraum. Wichtig erscheint es hier zunächst, die Orientierung vom Bahnhof, dem „Tor“ zur Stadt, ins Stadtzentrum zu stärken. Dabei muss zukünftig vor allem der Fuss- und Veloverkehr in den Fokus gerückt werden. Massnahmen wie die Verbesserung des Miteinanders der Verkehrsteilnehmenden, Begrünung als Gestaltungsanforderung und das In Wert setzen der historischen Hochtrottoirs sind weitere zentrale Elemente, die zur Qualifizierung der Bahnhofstrasse als wichtige Stadtachsen beitragen können. Um innerhalb der Areale die für Langenthal typische Durchlässigkeit zu stärken, schlägt das vorliegende Konzept darüber hinaus die Ergänzung einiger neuer Stadtbausteine vor. Hinsichtlich der Nachverdichtung des Stadtzentrums mit Wohnangeboten könnte bspw. der heutige Parkplatz der Hübeligasse baulich entwickelt werden und eine Wohnaufstockung des Discounters im Brauihof geprüft werden. Der vorgeschlagene Stadtbaustein am Brauieck könnte zudem mit seinen klaren Kanten die Durchwegung des Areals klären.

Folgende Stossrichtungen sind dabei zu verfolgen:

Stärken der Achsen Bahnhof / Zentrum:

- Ausbau der Bahnhofstrasse und Aarwangerstrasse als Stadtachsen
- Verbesserung der Orientierung
- Qualifizierung v.a. für den Fuss- und Veloverkehr
- Miteinander der Verkehrsteilnehmer verbessern
- Begrünung als Gestaltungsanforderung
- Steigerung der Aufenthaltsqualität

Bauliche Ergänzung Hübeligasse:

- Wohnnutzung mit Ladenzone im Erdgeschoss
- Adressbildung zum Strassenraum
- Prüfen: Verlagerung der bestehenden Parkplätze in neue Tiefgarage

Bauliche Ergänzungen und Aufwertung Brauihof:

- Prüfen einer Aufstockung des Discounters mit Wohnnutzung
- Neubau auf Brauieck (Ecke Talstrasse / Bahnhofsstrasse) mit Mischnutzung
- Stärkung der baulichen Kanten
- Sicherung der Durchwegung und Durchlässigkeit des Areals
- Förderung von Begrünung

In Wert setzen der historischen Hochtrottoirs:

- Entwicklung neuer, zeitgemässer Nutzungs-/Inszenierungs-Konzepte für die stadtbildprägenden Hochtrottoirs, z.B. Neuinterpretation als „Die längste Bank der Schweiz“

Anliegen und Ideen aus der Bevölkerungsbefragung

- Verbesserung der Situation für Fuss/Veloverkehr auf der Bahnhofstrasse

MIV-Reduktion
Beleben
Verkehrsführung
Spielplatz
Tempobegrenzung
Begegnungsorte

Schemaplan: Ausschnitt Brauihof und Hübelgasse



Legende

- | | | | |
|--|--|--|---|
| | Stadtraum I: Hohe Gestaltungsanforderungen, Priorisierung Fuss- und Veloverkehr | | wichtige bauliche Kanten |
| | Stadtraum II: Koexistenzraum mit hohen Gestaltungsanforderungen, für MIV mit Reglementierungen befahrbar | | Aktivierung Erdgeschosszonen |
| | Stadtraum III: Strassenraum mit hohen Gestaltungsanforderungen, für MIV befahrbar | | neue Aussenraumnutzungen |
| | bauliche Entwicklung (neue Baukörper Übernahme aus Studien) | | wichtige Wegeverbindungen & Querungen |
| | Aufwertung Bauinventar / Bestand | | Buslinien/Haltestellen |
| | | | beschränktes Angebot Kurzzeit-Parkieren |
| | | | Bachläufe /Brunnen |

4.4 Entwicklung des Markthallenareals zum Stadtbaustein

Eine wichtige Innenentwicklungsreserve der Stadt Langenthal bildet das Markthallenareal. Es ermöglicht insbesondere, ein neues „Viertel“ mit eigenständigem ortsbaulichem und Nutzungs-Charakter zu schaffen, sowie neue urbane Wohnformen zu realisieren.

Für die städtebauliche Entwicklung besteht eine Studie von yellowZ aus dem Jahre 2012. Die grundlegende Leitlinie darin lautet: „Fortschreiben statt tabula rasa - Die Identität und der Charakter des Markthallenareals sollen bewahrt werden. Statt einer Neuordnung des Areals wird ein behutsames Weiterbauen vorgeschlagen.“ Die in der Studie vorgeschlagenen Bebauungsregeln sollen die Vielfältigkeit des Areals ermöglichen. Die Studie ist bislang planungsrechtlich nicht verbindlich verankert.

Basierend auf der Studie und dem im Entwicklungskonzept Stadtzentrum definierten Handlungsempfehlungen empfehlen wir für das Markthallenareal einen partizipativen Prozess, welcher folgende Stossrichtungen berücksichtigt:

Städtebauliche Entwicklung:

- Spielregeln für eine vielfältige und vielgestaltige Entwicklung definieren
- Erstellen eines Masterplans für die Entwicklung des Areals in einem partizipativen Prozess, als Grundlage für die anschliessende verbindliche planungsrechtliche Verankerung. (Bebauungsspielregeln, Nutzungsmix, Erschliessung, Etappierung, aufbauend auf Studie yellowZ)

Nutzungskonzept:

- Vertiefung Nutzungskonzept (aufbauend auf Studie yellowZ)
- Freihalten des inneren Marktplatzes (Multifunktionale Nutzung)
- Marktfähiges Erdgeschosskonzept
- Vorsehen eines vielfältigen Wohnungsmix
- Vorsehen öffentlich zugänglicher Begegnungsorte für breite Zielgruppen

Durchwegung und Verbindung

- Stärken der Anbindung an das Geschäftszentrum; Sicherstellen einer attraktiven fussläufigen und Velo-Anbindung über die Spitalgasse an den Dästerplatz.
- Sicherstellen der Durchwegung des Areals und der Anbindung an die umgebenden Grünräume.

Klimagerechtigkeit und Begrünung:

- Hitzemindernde Vorgaben hinsichtlich Bebauung
- Minimierung Versiegelungsgrad, Begrünung, Baumpflanzungen vorsehen

Anliegen und Ideen aus der Bevölkerungsbefragung

- Für dieses Areal sehen die Befragten fast ausschliesslich Verbesserungspotenzial. Dies insbesondere im Hinblick auf Belebung und Begrünung.



4.5 Transformation des Mühleareals

Das Mühleareal befindet sich im Besitz der Stadt Langenthal. Die denkmalgeschützte alte Mühle wird heute als Veranstaltungsort genutzt. Angebaut an die Mühle ist das Silogebäude, welches lange zwischengenutzt wurde, heute jedoch stark sanierungsbedürftig ist. In einem weiteren Gebäude befinden sich der Jungendtreff TokJo.

Die heutige Nutzung wird der Bedeutung und dem Potenzial des Mühleareals nicht gerecht. Verschiedene Ideen für die Transformation stehen im Raum. Gemäss kommunalem Richtplan könnte sich das Areal insbesondere für generationendurchmisches Wohnen eignen. Dabei würden sich Synergien zu umliegenden Sozial-, Gesundheits- und Alterseinrichtungen ergeben. Ergänzt werden könnte diese Nutzung durch einen generationengerechten Treffpunkt im Freiraum oder einen Mittagstisch für verschiedene Generationen.

In einem partizipativen Prozess sind Szenarien für die Entwicklung des Areals zu klären. Die Finanzierbarkeit bzw. Folgekosten im Betrieb sind parallel zu bearbeiten. (Wirtschaftlichkeit, Machbarkeitsstudie) Folgende Stossrichtungen sind in der weiteren Entwicklung zu beachten:

Städtebauliche Entwicklung:

- Der Umgang mit dem Silo ist zu klären. (Erhalt und Entwicklung aus dem Bestand) oder Ersatzneubau.

Nutzungskonzept:

- Erstellung Nutzungskonzept mit Machbarkeitsstudie/Wirtschaftlichkeitsabklärung
- Erhalt bestehender kultureller Nutzungen (TokJo)
- Vorsehen öffentlich zugänglicher Begegnungsorte für breite Zielgruppen
- Vertikale Nutzungsmischung

Durchwegung und Verbindung

- Stärken der Anbindung an den Wuhrplatz;
- Sicherstellen einer attraktiven fussläufigen und Velo-Anbindung an den Wuhrplatz und das Spital Langenthal.
- Sicherstellen der Anbindung an die umgebenden Grünräume/Langete

Klimagerechtigkeit und Begrünung, Erlebbarkeit des Wassers

- Hitzemindernde Vorgaben hinsichtlich Bebauung
- Minimierung Versiegelungsgrad, Begrünung des Areals
- Erlebbarkeit des Wassers auf dem Areal ausschöpfen

Anliegen und Ideen aus der Bevölkerungsbefragung

- Lieblingsorte liegen hier entlang der Langete und in den Gebäuden.
- Entlang der Langete wird Verbesserungspotenzial geortet.
- Verbesserungspotenzial sehen die Befragten insbesondere in Bezug auf die Nutzung, wo eine Belebung mit verschiedenen Aktivitäten gewünscht wird.

Spielplatz
Beleben
Freizeitaktivitäten
Kultur & Events
Ortsgestaltung

4.6 Professionelles Zentrumsmarketing

Mit dem Aufbau professioneller Strukturen für das Zentrumsmarketing können folgende Handlungsempfehlungen zielgerichtet angegangen werden:

- Handlungsempfehlung 2.3: Zentrums-Management aufbauen
- Handlungsempfehlung 2.1: Einkaufsangebot als wesentlichen Attraktor des Zentrums bewahren / stärken
- Handlungsempfehlung 2.4: Gastronomie im Stadtzentrum stärken

Aufgaben Zentrumsmarketing

Unter Marketing wird gemeinhin lediglich die Werbung verstanden. Marketing lässt sich jedoch grob umschreiben als die Produktvermarktung und die Produktentwicklung. Dabei lautet die oberste Prämisse Kundenorientierung und primäre Ausrichtung auf wirtschaftliche Zielsetzungen. Auf das Zentrumsmarketing von Langenthal übertragen bedeutet dies, dass es nicht nur um die zielgruppenorientierte Vermarktung des Zentrums geht, sondern auch um dessen Attraktivitätssteigerung in steter Ausrichtung an den Bedürfnissen definierter Zielgruppen, mit dem Ziel, dass in ihm Versorgungsanbieter, aber auch kulturelle und weitere Anbieter einen wirtschaftlich gut funktionierenden Standort vorfinden.

Die Attraktivität des Zentrums als Ort der Versorgung und des Erlebnisses hängt stark von den Anbietern selbst ab (Detailhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, aber auch Kultur, Freizeitangebote usw.). Zudem nehmen die Liegenschaftsbesitzenden durch ihre Vermietungen und durch die Ausgestaltung ihrer Immobilien massgeblich Einfluss. Für viele wichtige Zielsetzungen der Attraktivitätssteigerung des Zentrums als Versorgungsort reichen die hoheitlichen Einflussmöglichkeiten der öffentlichen Hand nicht aus. Für das Zentrumsmarketing wird damit ein kooperatives Entwicklungsverständnis unabdingbar.

Im Standortmarketingkonzept Langenthal 2020-2024 werden Massnahmen für die gesamte Stadt skizziert. Auf diese Arbeiten könnte im weiteren Prozess inhaltlich und in Bezug auf das Vorgehen aufgebaut werden. Die nachfolgende Skizze beschreibt wesentliche Aspekte aus Sicht des Bearbeitungsteams.

Vorgehensskizze Aufbau Zentrumsmarketing	
<i>1. Schritt: Definition einer klaren Leitung</i>	
	Ein erfolgreiches Zentrumsmarketing braucht eine klare Leitung, eine zuständige Person oder Organisation, die es zunächst zu definieren gilt.
<i>2. Schritt: Definition der einzubindenden Akteure</i>	
	Es sind die für wirtschaftliche Entwicklung und Vermarktung des Zentrums relevanten Stakeholder zu identifizieren und in den Prozess einzuladen. Von Vorteil ist dabei stets, wenn auf bestehende Vereinigungen zugegriffen werden kann (z.B. Stadtvereinigung, Gewerbeverein, Kultur, Hauseigentümerverband usw.).
<i>3. Schritt: Definition der Entscheidungsbefugnisse</i>	
	Es ist festzulegen, wie die Zusammenarbeit zwischen dem Zentrumsmarketing und der Stadt erfolgt. In den meisten Fällen werden dem Zentrumsmarketing dabei keine weitreichenden Befugnisse übergeben, sondern es arbeitet in beratender und koordinierender Funktion.
<i>4. Schritt: Definition der Kooperationsgefässe</i>	
	Im Zentrumsmarketing kommen sehr unterschiedliche Kooperationsformen zum Tragen. Ein wichtiges Element wird stets der direkte Kontakt zwischen der verantwortlichen Person zu den einzelnen Akteuren sein. Ergänzend kommen weitere Kooperationsgefässe (bspw. ein Expertenpool) zum Tragen.
<i>5. Schritt: Definition des Tätigkeitsfeldes</i>	
	Wichtig erscheint, dass die Stadt eine klare Vorstellung über den Tätigkeitsumfang des Zentrumsmarketings aufbaut, diese jedoch gemeinsam mit den eingebundenen Akteuren diskutiert und eventuell anpasst.
<i>6. Schritt: Innenstadtvermarktung</i>	
	Die Vermarktung der Innenstadt, respektive das Bewerben der Qualitäten der Innenstadt, kann in „handwerklicher“ Hinsicht an ein spezialisiertes Kommunikationsunternehmen vergeben werden. Keinen externen Spezialisten wird es jedoch gelingen, die tatsächlichen, wirkungsstarken Qualitäten der Innenstadt herauszuschälen und zu gestalten. Hierfür sind die stadtinternen Kooperationen im Rahmen des Zentrumsmarketings gefragt (zu verankern beispielsweise in einer Marketing-Arbeitsgruppe); denn hier ist grösste Erfahrung vertreten und zudem sind es am Ende genau diese Akteure, die das Kommunikationskonzept in ihrem Berufsalltag auch tagtäglich leben und verkörpern.

Tabelle 3: Vorgehensskizze Zentrumsmarketing

4.7 Identifikationsförderung durch aktive Beteiligung an Zentrumsentwicklung

Das Schwerpunktprojekt zielt auf folgende Handlungsempfehlungen ab:

- Handlungsempfehlung 6.1: Engagement der Bevölkerung für das Stadtzentrum fördern
- Handlungsempfehlung 8.3: Identifikation mit dem Stadtzentrum nutzen und fördern

Wirkung der Beteiligung

Die Bevölkerung an der Entwicklung des Zentrums zu beteiligen, bringt neue Ideen und auch neuen Schwung. Gleichzeitig gilt eine aktive Beteiligung als eine sinn- und wirkungsvolle Form der Förderung der Identifikation mit ihrem Zentrum – woran man mitarbeitet, damit identifiziert man sich auch.

Vorgehensskizze Beteiligung

Schritt 1: Definition des Mitwirkungsrahmens

Stadtintern (Politik und Verwaltung) soll definiert werden, in welchen Bereichen der Zentrumsentwicklung man die Bevölkerung einbeziehen möchte.

Mitwirkungsmöglichkeiten können zum Beispiel in den folgenden Handlungsfeldern sinnvoll sein:

- 5.1 Aufenthaltsqualität im Stadtzentrum steigern
- 5.2 Vielfältige Nutzbarkeit der öffentlichen Räume für alle Zielgruppen sicherstellen
- 6.1 Engagement der Bevölkerung für das Stadtzentrum fördern im Rahmen von Veranstaltungen
- 6.2 Zielgruppenspezifisches Angebot stärken
- 7.1 Förderung von Stadtnatur und Erlebbarkeit des Wassers

Schritt 2: Zentrumsstammtische

Denkbar ist eine Veranstaltung, an der die Bevölkerung über die Ergebnisse des vorliegenden Konzeptes, sprich über die Absichten der Zentrumsentwicklung informiert wird. Der Schwerpunkt der Information kann dabei auf diejenigen Handlungsfelder gelegt werden, in denen die Bevölkerung fortan aktiv mitwirken kann.

Die Veranstaltung wird genutzt, um zu klären, welche Personen Interesse an einer längerfristigen Mitwirkung haben und an welchen Themen sie dabei interessiert sind. Darauf aufbauend können gezielt die passenden Arbeitsgruppen gebildet werden.

Die Veranstaltung kann regelmässig (zum Beispiel einmal pro Jahr) wiederholt werden. Dabei werden die Tätigkeiten der Stadt, die Tätigkeiten der Arbeitsgruppen und neue Absichten der Zentrumsentwicklung vorgestellt. Diese „Zentrumsstammtische“ sollen allen Einwohnerinnen und Einwohnern offenstehen. Auf diese Weise können immer wieder neue Personen für eine Mitwirkung gewonnen werden.

Schritt 3: Arbeitsgruppen

Eine sinnvolle Form der Mitwirkung der Bevölkerung sind Arbeitsgruppen, die sich um klar definierte Themen kümmern und damit in der Lage sind, umsetzungsorientiert und nah an den Interessen der Bevölkerung zu arbeiten und rasche erste Erfolge zu erzielen.

Schritt 4: Umsetzung

Die Resultate der Arbeitsgruppen sollen in die Zentrumsentwicklung einfließen, indem sie von den entsprechenden Ämtern in ihre Tätigkeiten aufgenommen werden. Die Arbeitsgruppen sollen dafür von Beginn an als beratende Organe ernst genommen werden.

4.8 Schaffung geselliger Begegnungsräume ohne Konsumzwang

Das Zentrum von Langenthal ist ein begehrter Ort der Begegnung. Die Nachfrage hierfür scheint ungebrochen oder gar noch steigend. Der Megatrend der Individualisierung, die Auflösung traditioneller Gemeinschaften und die Tendenz zu immer mehr Single-Haushalten führen zu einem sozialen Vakuum. Dagegen wächst der Wunsch nach Nähe und Zugehörigkeit.

Bedarf an Orten ohne Konsumzwang

Das Zentrum von Langenthal hat sehr gute Voraussetzungen, seine Funktion als Zentrum der Geselligkeit aufrecht zu halten, vor allem aber noch weiter auszubauen. Der Wuhrplatz scheint im Zentrum von Langenthal der wichtigste Ort zu sein, an dem sich die Bevölkerung begegnen und den Platz auf unterschiedliche Weise nutzen kann, ohne dass gleich in einer Gastronomie konsumiert werden muss. In anderen Zentrumsbereichen fehlen solche konsumfreien Begegnungsmöglichkeiten eher. Einige Orte hätten aber durchaus das Potenzial dazu – etwa das Mühleareal oder das Markthallenareal könnten in diese Richtung entwickelt werden, aber auch an vielen anderen Stellen bietet sich die Schaffung von Sitz- und Begegnungsmöglichkeiten ebenso wie das Ermöglichen von Aneignung fernab von Konsumzwang an.

Ideen

- Schaffung flexibler Sitzmöglichkeiten, lose Bestuhlung wie bspw. auf dem Sechseläutenplatz in Zürich
- Schaffung von Flächen für Aneignung (beispielsweise auf dem Mühleareal; Ermöglichung von Spiel und Treffpunkt für Jung und Alt im Freiraum)
- Förderung von Spielmöglichkeiten für Kinder, die direkt in den öffentlichen Raum integriert sind (anstatt «Wegsperrern» auf peripheren Spielplätzen)
- Ermöglichen Zwischennutzungen und Popup-Aktivitäten im öffentlichen Raum
- Schaffung von Nischen für Jugendliche (etwa gemeinsam mit Jugendarbeitsgruppe initiiert)

Dieses Schwerpunktprojekt kann als eigentlicher Quick-Win verstanden werden, da es sehr rasch und situativ bei geeigneten Gelegenheiten umgesetzt werden kann. Im Idealfall übernimmt die Abteilung Stadtentwicklung den Lead und koordiniert verwaltungsintern sowie die Zusammenarbeit mit Privaten.

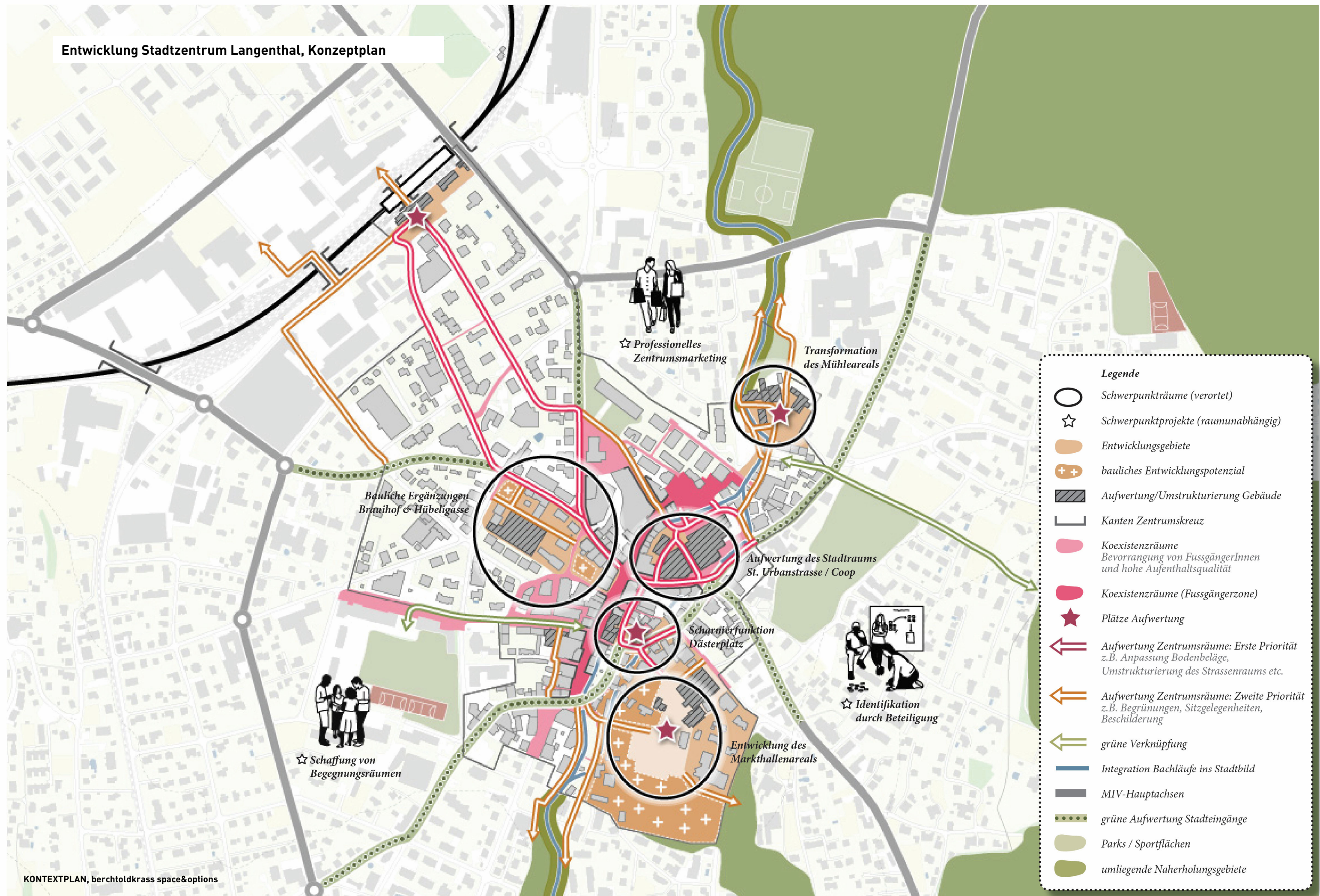
Vorgehensskizze Orte ohne Konsumzwang
<i>Schritt 1: Auslegeordnung Orte mit Potenzial</i>
Hier werden geeignete Orte und allenfalls geplante Projekte verwaltungsintern definiert, wo Begegnungsorte ohne Konsumzwang geschaffen werden könnten.
<i>Schritt 2: Definition Projekte</i>
Für die ausgewählten Orte sind Projekte zu definieren mit Perimeter, Zielen, Partizipationsprozess, Kommunikation, Budget, Organisation und detailliertem Zeitplan.
<i>Schritt 3: Umsetzung</i>
Die Umsetzung erfolgt projektorientiert. Ein Ziel könnte darin bestehen, pro Kalenderjahr einen Ort im Zentrum von Langenthal mit zusätzlichen Begegnungsmöglichkeiten aufzuwerten. Dies muss nicht immer eine dauerhafte Auswertung sein, es kann auch um temporäre Aktionen etwa den Sommer hindurch gehen.

Tabelle 4: Vorgehensskizze Orte ohne Konsumzwang

5. Konzeptplan Stadtzentrum Langenthal

Der nachfolgende Gesamtkonzeptplan fasst die zentralen Empfehlungen aus allen Handlungsfeldern sowie die Schwerpunkträume in einem Plan zusammen. Er ist als orientierender «Gesamtüberblick» zu verstehen. Detaillierte Aussagen finden sich in den Konzept- und Schemaplänen sowie Projektbeschreibungen.

Entwicklung Stadtzentrum Langenthal, Konzeptplan



6. Ausblick

Das Entwicklungskonzept Stadtzentrum zeigt, wie Langenthal die heutigen Qualitäten des Stadtzentrums für die Zukunft weiter entwickeln kann. In den Handlungsempfehlungen sind Stossrichtungen für eine integrale Entwicklung festgehalten. Mit den definierten Schwerpunkträumen und Schwerpunktprojekten werden konkrete nächste Schritte aufgezeigt.

Langenthal weist viele Stärken auf – auch das hat die Erarbeitung des Konzepts gezeigt –, um sein Zentrum auch unter veränderten Rahmenbedingungen als gesellschaftliches Zentrum für seine Bewohnerinnen und Bewohner zu erhalten.

Gefragt ist dafür weiterhin ein abgestimmtes Vorgehen, welches gesellschaftliche, wirtschaftliche, räumlich-verkehrliche sowie klimatische Fragen ganzheitlich bearbeitet und in konkrete Projekte übersetzt.

Wichtiger Erfolgsfaktor ist dabei die Langenthaler Bevölkerung. Dies hat auch die Befragung zum Stadtzentrum ergeben, an welcher rund 1500 Personen aus allen Altersgruppen teilgenommen haben. Den Langenthaler/innen ist die Entwicklung des Stadtzentrums wichtig und viele können sich vorstellen, sich einzubringen und einen Beitrag zu leisten. Auf die hohe Identifikation mit dem Stadtzentrum und die Bereitschaft für Engagement soll im weiteren Prozess aufgebaut werden.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Bedeutungswandel von Stadtzentren in der Schweiz	5
Abbildung 2: Bearbeitungsperimeter Stadtzentrum	7
Abbildung 3: Analyseplan Langenthaler Zentrumsviertel und ihre Ankerpunkte	11
Abbildung 4: Analyseplan Arbeiten und Wohnen	15
Abbildung 5: Analyseplan Potenzialräume	17
Abbildung 6: Analyseplan Grün-blaues Netzwerk	19
Abbildung 7: Analyseplan Durchwegung	21
Abbildung 8: Analyseplan Detailhandelsbereiche und Kultur	24
Abbildung 9 Wo ist die Situation am schlechtesten	28
Abbildung 10 Lieblingsorte nach Kategorie	29
Abbildung 11 Verbesserungspotenzial nach Kategorie	29
Abbildung 12: Acht Handlungsfelder des Entwicklungskonzepts	31
Abbildung 13: Teilkonzeptplan Einkauf, Kultur & Erlebnis	40
Abbildung 14: Teilkonzeptplan Identifikation & Engagement	54
Abbildung 15 Teilkonzeptplan Ökologie und Klima	57
Abbildung 16 Schemaplan Stadtraum St. Urbantrasse / Coop	63
Abbildung 17 Schemaplan Scharnierfunktion Dästerplatz	65
Abbildung 18 Schemaplan: Ausschnitt Brauihof und Hübeligasse	67
Abbildung 19 Entwicklung Stadtzentrum, Konzeptplan	76
Tabelle 1: Zusammensetzung Begleitgruppe Entwicklungskonzept Stadtzentrum	8
Tabelle 2: Übersicht Handlungsempfehlungen	32
Tabelle 3: Vorgehensskizze Zentrumsmarketing	71
Tabelle 4: Vorgehensskizze Orte ohne Konsumzwang	74