



**AKTIONSPLAN**  
**"Runder Tisch Altstadt Chur"**

**Churer Altstadt**  
**SEHENS- und LEBENSWERT**  
**bleiben und werden.**

## Aktionsplan - Erklärung

### Auszug:

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
1	<b>WIR-Gefühl</b> In der Altstadt treffen verschiedene Interessen und Erwartungen aufeinander, was	Übergeordnet	<b>Leitbild entwickeln</b> Erarbeitung eines Leitbilds unter professioneller Führung mit	2

### Erklärung:

Kritisches Ereignis	Formulierung der kritischen IST-Situation
Themenblöcke	Zuordnung zu einem der elf Themenblöcke (siehe Liste unten)
Lösungsansätze	Vorschlag zur Erreichung der SOLL-Situation
Ziel	Zugehörigkeit zu den strategischen Zielen (siehe unten)

### Themenblöcke:

1.Übergeordnet
2.Events
3.Flair/Erlebnis
4.Immobilien
5.Detailhandel
6.Dienstleistungen
7.Gastro/Unterhaltung
8.Infrastruktur
9.Kultur
10.Mobilität
11.Verwaltung

### Strategische Ziele:

1. Die Altstadt Chur erhält <b>mehr Anziehungskraft</b> und erlebt <b>Frequenzsteigerungen</b> bezogen auf Anwohner, Einheimische und Besucher.
2. Für die Altstadt Chur werden <b>Rahmenbedingungen</b> geschaffen, die eine liberalere und den Zielen entsprechende Entwicklung erlauben.
3. Für die Altstadt Chur wird eine bedarfsorientierte <b>Infrastruktur</b> und <b>Erschliessung</b> gefördert.

## Aktionsplan - Übersicht

Nr.	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze
1	WIR-Gefühl	Übergeordnet	Leitbild entwickeln
2	Positionierung	Übergeordnet	Positionierung erarbeiten
3	Kundenmagnet	Detailhandel	Analyse und Bedürfnisabklärung Grossverteiler
4	Öffnungszeiten Sonntag	Detailhandel	Überprüfung Ladenöffnungsgesetz
5	Öffnungszeiten Montag-Samstag	Detailhandel	Überprüfung Ladenöffnungsgesetz
6	Angebotspräsentation vor Ladenlokalen	Detailhandel	Neue Richtlinien für Angebotspräsentation
7	Versteckte Dienstleistungsbetriebe	Dienstleistung	Bewirtschaftungs-, Belegungskonzept Gewerbefläche
8	Bibliothek Arcas / Haus Arcas	Dienstleistung	Nutzungskonzept Haus Arcas
9	Belegungskonzept	Events	Strategiegruppe Events Chur
10	Eventstrategie	Events	Strategiegruppe Events Chur
11	Weihnachtsmarkt / Christkindlimarkt	Flair / Erlebnis	Förderung Churer Advent
12	Tourismus Präsenz (Infopoint)	Flair / Erlebnis	Bedarfsanalyse Tourismusinfostelle in der Altstadt
13	Souvenir Verkauf	Flair / Erlebnis	Nutzungskonzept Haus Arcas
14	Fahnen	Flair / Erlebnis	Umsetzung- und Finanzierungskonzept Fahnen
15	Geschlossene Restaurants an Sonntagen	Gastro/Unterhaltung	Belegungskonzept Sonntag in Innenstadt ☒
16	Kein Mietspiegel für Wohnbereich	Immobilien	Strategiegruppe Immobilienmanagement Altstadt
17	Kein Mietspiegel für Gewerbebereich	Immobilien	Bewirtschaftungs-, Belegungskonzept Gewerbefläche
18	Sanierungen von Immobilien	Immobilien	Optimierte Rahmenbedingungen
19	Schäden an Immobilien nach Events	Immobilien	Haftungs- und Pflichtenverteilung
20	Leere Laden-/Gewerbeflächen	Immobilien	Koordinationsstelle freie Gewerbeflächen
21	Fehlende öffentliche WC's	Infrastruktur	Konzept öffentliche Toiletten prüfen
22	Hotelangebot	Infrastruktur	Förderung von Hotelbetten
23	Spielplätze	Infrastruktur	Spielplatz Sanierungen
24	Geringe Vernetzung der Kulturangebote nach Aussen	Kultur	Zusammenarbeit Sektor Kultur fördern
25	Wenige Veloparkplätze	Mobilität	Veloparkplätze optimieren
26	Leitsystem	Mobilität	Überarbeitung Konzeption Leitsysteme
27	Öffentlicher Verkehr (öV)	Mobilität	Prüfung Stadtbuss-Linie Altstadt
28	Angebot Parkplätze / Parkhaus	Mobilität	Bedarfs- und Vorteilskonzept für Parkmöglichkeiten Prüfung
29	Polizeipräsenz	Verwaltung	Erhöhung Polizeipräsenz prüfen
30	Welschdörfli - Sicherheit	Verwaltung	Sperrung Freitag- und Samstagabend
31	Drogen, Vandalismus, Lärm, Littering. ☒	Verwaltung	Haftungs- und Pflichtenverteilung
32	Sauberkeit ☒	Verwaltung	Konzept zur flexiblen Nassreinigungen
33	Verschönerung öffentlicher Raum mit Pflanzen etc.	Verwaltung	Gesamtkonzept Verschönerung Altstadt
34	Schneeräumung	Verwaltung	Umfrage (Bedarfsanalyse)

## Aktionsplan - Beschreibungen

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
1	<p><b>WIR-Gefühl</b></p> <p>In der Altstadt treffen verschiedene Interessen und Erwartungen aufeinander, was herausfordernd ist. Ein richtiges "WIR-Gefühl" fehlt. Hier einige Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzung öffentlicher Grund versus Privatsphäre der Anwohner</li> <li>- Shopping versus City West</li> <li>- Öffnungszeiten versus Ladenöffnungszeiten-Gesetz und private Interessen</li> <li>- Lärmemissionen versus Wohnqualität</li> </ul> <p>Das Zusammenspiel der verschiedenen Interessensgruppen hat Verbesserungspotential. Zwar spannen einzelne Gassen untereinander zusammen, doch eine grosse Lobby, welche sich übergreifend für die Altstadt konsequent einsetzt, fehlt.</p>	Übergeordnet	<p><b>Leitbild entwickeln</b></p> <p>Erarbeitung eines Leitbilds unter professioneller Führung mit Beteiligung der Interessensgruppen und der Stadt. Das Leitbild soll anschliessend zum einen für die Interne Kommunikation - das WIR-GEFÜHL - sowie für die externe Kommunikation eingesetzt werden.</p>	2
2	<p><b>Positionierung</b></p> <p>Die Altstadt ist im Veränderungsprozess und muss sich klarer im Bezug auf Wohnen, Leben, Events, und Tourismus positionieren. Eine klare themenübergreifende Positionierung fehlt.</p>	Übergeordnet	<p><b>Positionierung erarbeiten</b></p> <p>Erarbeitung einer klaren themenübergreifenden Positionierung unter professioneller Führung mit Beteiligung der Interessensgruppen und der Stadt (z.B. Kontaktstelle)</p>	2
3	<p><b>Kundenmagnete</b></p> <p>Sind Grossverteiler / Ketten ein richtiges Kundenmagnet? Es heisst oft, wir brauchen sowas wie einen H&amp;M als Leuchtturm und Kundenmagnet in der Altstadt. Die Churer Altstadt hat zur Zeit noch einige Detailhandels-Fachgeschäfte, welche das bunte Flair massgeblich beeinflussen. In den letzten Jahren wurden diese fast ausschliesslich durch Dienstleistungsbetriebe (Agenturen, Praxen, Büros, etc) und Ketten ersetzt. Ist das der richtige Weg? Aktuell ist unklar, ob Grossverteiler erwünscht sind und ob sie die Retter für mehr Frequenzen wären.</p>	Detailhandel	<p><b>Analyse und Bedürfnisabklärung Grossverteiler</b></p> <p>Grossverteiler und Billig-Ketten suchten bisher grosse Flächen in den Innenstädten. Das hat sich allerdings auch geändert. Eine entsprechende SWOT Analyse sollte hierzu erstellt werden, um für die Zukunft Klarheit zu schaffen.</p>	1

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
4	<p><b>Öffnungszeiten Sonntag</b></p> <p>An Sonntagen sind alle Ladenlokale in der Altstadt geschlossen. Die Ausnahme bilden die zwei bis drei Verkaufssonntage sowie Ausnahmegewilligungen an speziellen Events. Zu gewissen Saisonzeiten und für gewisse Branchen (z.B. Bikeshop) wären jedoch flexiblere Öffnungszeiten erwünscht und aus Kundensicht notwendig. Das aktuelle Ladenöffnungszeitengesetz lässt Flexibilität und Kunden- und Tourismusorientierung nicht zu.</p>	Detailhandel	<p><b>Überprüfung Ladenöffnungszeitengesetz</b></p> <p>Ein Projekt soll die aktuellen Ladenöffnungszeiten analysieren und prüfen, ob Chur mit dem vorliegenden Gesetz Wettbewerbsbeschränkungen im Vergleich zu den Mitbewerbern hat. Die Ergebnisse sollen aufzeigen, ob das Gesetz überarbeitet werden muss. Chur als Hub in einem tourismussensiblen Kanton, könnte sich mit attraktiveren Ladenöffnungszeiten, besser positionieren.</p>	2
5	<p><b>Öffnungszeiten Montag-Samstag</b></p> <p>Das aktuelle Ladenöffnungszeitengesetz der Stadt Chur erschwert es dem Detailhandel unkomplizierte Anlässe umzusetzen. Anlässe können auch immer wieder eine Bereicherung für das Angebot sein und neue Kunden anlocken. Im Vergleich zu unseren Nachbarorten/-Destinationen haben wir als Kantonshauptstadt die grössten Hürden, was die Öffnungszeiten angeht.</p>	Detailhandel	<p><b>Überprüfung Ladenöffnungszeitengesetz</b></p> <p>vgl. Massnahme Nummer 4</p>	2
6	<p><b>Angebotspräsentation vor Ladenlokalen</b></p> <p>Die Angebotspräsentation (Fenster)/Strassendeko vor Läden (Tisch, Blumen etc.) sind sehr unterschiedlich. Es herrscht kein einheitliches Bild, welches dem Flair der Altstadt entspricht. Für das Anbringen von Aussenwerbung bedarf es jeweils einzelne Bewilligungen, welche bei der Polizei einzuholen sind. Die Umsetzung der Aussenwerbung ist heute sehr individuell und kostet dementsprechend auch. Es existieren keine Vorgaben für die Umsetzung. Die Kosten für die Bewilligung sind teilweise im Verhältnis zu den Ressourcen zu hoch. Fazit: zu komplizierter Prozess für Bewilligung, zu hohe Kosten und keine einheitliche Umsetzung für Aussenwerbung und Angebotspräsentation.</p>	Detailhandel	<p><b>Neue Richtlinien für Angebotspräsentation</b></p> <p>Damit in der Altstadt ein einheitliches Erscheinungsbild entsteht, welches dem Flair der Altstadt gerecht wird, wäre ein einfacher, kostengünstiger und klarer Prozess von Vorteil.</p> <p>Das neue Konzept kann klare Richtlinien zur Umsetzung haben und darin vorsehen, dass Ladenlokale, welche sich an diese Vorgaben halten, keine zusätzlichen Gebühren bezahlen müssen. Vorteil: einfache Umsetzung, weniger zusätzliche bürokratische Aufwändungen und ressourcenschonende Umsetzung. Idee Konzept: konkrete Umsetzungsvorgaben (optisch). Ziel: Verschönerung Stadtbild und Vereinfachung Angebotspräsentation</p>	2

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
7	<p><b>Versteckte Dienstleistungsbetriebe</b></p> <p>Im ersten Stock in der Altstadt findet man meist Dienstleistungsbetriebe wie Gesundheits-, Wellness- und Beautyanbietern sowie aber auch Architekten und Anwaltkanzleien. Diese Angebote haben sich in den letzten Jahren zu einem wichtigen Angebot in der Altstadt entwickelt (=Kundenfrequenzen). Für die Positionierung und Belegung der Altstadt sind diese Angebote ein sehr wichtiger Faktor. Dieser Tatsache muss in der Gesamtpositionierung Rechnung getragen werden.</p>	Dienstleistung	<p><b>Bewirtschaftungs-, Belegungskonzept Gewerbefläche</b></p> <p>Mit der Entwicklung eines "Strategiepapier Gewerbe Altstadt" kann man Richt- und Leitlinien für die zukünftigen Vermietungen der Gewerberäume in der Altstadt darlegen. Das Strategiepapier soll auch darlegen, welche Belegungen besonders gefördert werden. In welchem Verhältnis sollen die Wohnungen zu den Gewerberäumen stehen? Das Konzept kann auch ein Teil des "Strategiegruppe Immobilienmanagement Altstadt" (vgl. Massnahme Nr. 16) sein. Ein möglicher Angebots-Mix kann auch ein Bestandteil des Konzeptes sein. ☐</p>	1
8	<p><b>Bibliothek Arcas / Haus Arcas</b></p> <p>Die Bibliothek beim Arcas wird in absehbarer Zeit zum Postplatz zügelin. Das Gebäude am Arcas ist hervorragend gelegen und bietet dementsprechend Chancen für die ganze Altstadt neue Frequenzen zu gewinnen. Ein Leerstand wäre sehr schwierig und imageschädigend. Die Nachbelegung ist kurzfristig zu prüfen.</p>	Dienstleistung	<p><b>Nutzungskonzept Haus Arcas</b></p> <p>Das Haus beim Arcas (Bibliothek) kann eine Chance sein, um die Altstadt zu beleben. Ein neues Bewirtschaftungs- und Nutzungskonzept mit verschiedenen Leistungsträgern soll erarbeitet werden.</p>	1
9	<p><b>Belegungskonzept</b></p> <p>Jahr für Jahr finden zahlreiche Veranstaltungen in der Altstadt statt. Manche sind grösser und manche kleiner. Manche sind strategisch für die Stadt Chur wichtig, manche ziehen Passanten in die Altstadt, andere sind nice-to-have und noch weitere existieren einfach. Eine vollständige Auflistung aller Events liegt nicht vor und somit ist ein Gesamtüberblick unmöglich und keine Linie an Event-Angeboten erkennbar. Daher liegt es auf der Hand, dass gewisse Interessenskonflikte u.a. bezüglich Lärmbelastigungen gibt.</p>	Events	<p><b>Strategiegruppe Events Chur</b></p> <p>Eine "Strategiegruppe Events" (Fokus ganze Stadt) mit folgenden Ziele sollte aufgebaut werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- einheitliche Planung für strategische Events (Events mit überregionalem Charakter)</li> <li>- vernetzte Planung zwischen Kultur, Sport und Tourismus</li> <li>- vernetzte Planung mit Belegungskonzept und Regelung</li> </ul> <p>Gesetzesgrundlage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sinnvolle Verteilung</li> <li>- gezielte Förderung</li> <li>- Gewinnung neuer Anlässe</li> <li>- Wertschöpfung fördern</li> <li>- ggf. auch eine sinnvolle Verzichtplanung</li> </ul>	2

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
10	<p><b>Eventstrategie</b></p> <p>Aktuell besitzt die Stadt Chur keine Eventstrategie. Auch in der aktuellen Kulturstrategie ist dies nicht berücksichtigt. Eine Planung erfolgt unverbunden. Mit einer besseren Vernetzung zwischen Kultur, Sport und Tourismus kann man die Positionierung der Stadt stärken.</p>	Events	<p><b>Strategiegruppe Events Chur</b></p> <p>Siehe Vorschlag Massnahme Nr. 9</p>	1
11	<p><b>Weihnachtsmarkt / Christkindlimarkt</b></p> <p>Der Weihnachtsmarkt gehört bereits seit 30 Jahren zum Churer Angebot dazu. Der Markt ist äusserst beliebt.</p> <p>Die Aufwände für den zweitägigen Markt sind beinahe gleich gross wie für den darauf folgenden mehrwöchigen Christkindlimarkt. Daher ist es auch herausfordernd diesen Markt gewinnbringend umzusetzen. Es muss das Ziel sein, dass wir auch in den kommenden 30 Jahren den Markt im Adventsangebot dabei haben. Herausfordernd ist zudem auch das Angebot kommunikativ gut aufzubereiten, da es gerne zu einer Verwechslung und/oder Vermischung mit dem Christkindlimarkt kommt. Eine komplette Zusammenführung wird vermutlich schwierig, da der Weihnachtsmarkt lediglich Produkte für zwei Tage herstellt und eben die Produkte handgemacht sind.</p>	Flair / Erlebnis	<p><b>Förderung Churer Advent</b></p> <p>Eine bessere Vernetzung des Weihnachts- und Christkindlimarktes soll weiter geprüft und verfolgt werden, sodass die Marke "Churer Advent" und somit die Adventszeit in Chur und die Wertschöpfung gestärkt werden.</p>	1
12	<p><b>Tourismus Präsenz (Infopoint)</b></p> <p>In der Altstadt gibt es keine Tourismus-Infostelle.</p>	Flair / Erlebnis	<p><b>Bedarfsanalyse Tourismusinfostelle in der Altstadt</b></p> <p>Mit einer entsprechenden Bedarfsanalyse soll festgestellt werden, ob eine Infostelle in der Altstadt gefragt ist. Braucht es heute im Zeitalter der Digitalisierung eine Infostelle? Falls ja, wo könnte ein geeigneter Standort sein? Kann eine solche Stelle finanziert werden? Eine Analyse soll darüber Auskunft geben.</p>	3
13	<p><b>Souvenir Verkauf</b></p> <p>In der Altstadt kann man praktisch keine Souvenirs oder typische Churer und Bündner Produkte kaufen.</p>	Flair / Erlebnis	<p><b>Nutzungskonzept Haus Arcas</b></p> <p>Das Haus beim Arcas (Bibliothek) könnte allenfalls eine Chance sein, um eben eine Verkaufsstelle mit Churer Produkten in der Altstadt aufzubauen. Vgl. hierzu Massnahme Nr. 8</p>	1

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
14	<p><b>Fahnen</b></p> <p>Flaggen dienen zur visuellen Übertragung von Informationen, symbolisieren eine Art "Willkommensgefühl" und bereichern somit ein Ortsbild, da sie eine positive Ausstrahlung haben. Sie sind auch schöne Farbtupfer auf Postkarten und Fotos.</p> <p>Problemstellung: Bei der Anschaffung von neuen Fahnen (und der Halterungen) ist das Mitfinanzierungsmodell unklar.</p>	Flair / Erlebnis	<p><b>Umsetzungs- und Finanzierungskonzept Fahnen</b></p> <p>Es soll ein neues Modell (Finanzierung neuer Fahnen und Ersatz Halterungen) entwickelt werden, zu welchem sowohl die Hauseigentümer, Mieter und die Stadt dahinter stehen können, damit die Fahnen auch in Zukunft das Stadtbild verschönern.</p>	1
15	<p><b>Geschlossene Restaurants an Sonntagen</b></p> <p>An Sonn- und Feiertagen gleicht die Altstadt fast einer Geisterstadt. Als Einheimischer oder Gast ein offenes Restaurant zu finden ist eine richtige Mission.</p> <p>Chur ist an Sonntagen wenig attraktiv für Einheimische und Touristen und daher auch weniger wettbewerbsfähig.</p>	Gastronomie und Unterhaltung	<p><b>Belebungs-konzept Sonntag in Innenstadt</b></p> <p>Mit einer Arbeitsgruppe "Belebung Sonntagswertschöpfung" könnten Ideen und Vorschläge ausgearbeitet werden. Ziel muss sein, dass Chur auch an Sonntagen begehrenswert ist.</p>	1
16	<p><b>Kein Mietspiegel für Wohnbereich</b></p> <p>Da kein Mietspiegel für den Wohnbereich in der Altstadt existiert, ist es schwierig ein klares Bild über die Mietstrukturen der Altstadt abzubilden.</p> <p>Fragen wie:</p> <p>In welchem Verhältnis stehen heute privat/ gewerbliche Vermietungen in den Immobilien. Verlieren wir Wohnbevölkerung? Welche Art von Wohnung ist primär "vermietbar" in der Altstadt. Wie finanzieren sich die Immobilien? Durch Gewerbe oder Private? Welcher Anteil hat das EG überhaupt noch? Verschieben sich Finanzierungskonzepte und was bedeutet das für die Besitzer und ihr Bewirtschaftungskonzept und für die Altstadtentwicklung?</p> <p>...können heute nicht beantwortet werden und erschweren damit eine strategische Planung.</p>	Immobilien	<p><b>Strategiegruppe Immobilienmanagement Altstadt</b></p> <p>Mit der Bildung einer "Strategiegruppe Immobilienmanagement Altstadt" können diese Fragen aufgearbeitet werden und damit ein aktuelles Bild sowie eine zukunftsgerichtete Bild für die strategische Entwicklung aufzeigen.</p>	3



Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
17	<p><b>Kein Mietspiegel für Gewerbebereich</b></p> <p>Da auch kein Mietspiegel für den Gewerbebereich vorhanden ist, ist ein strategisches Gesamtkonzept für die Zone Altstadt für neue Ladenlokale schwierig zu verfolgen. Neben den Mietkosten spielt auch die Qualität und die Grösse der Räumlichkeiten ein entscheidender Faktor für die Belegung von Gewerbeflächen. Die Vermieter können sich an keiner gesamtheitlichen Strategie festhalten.</p>	Immobilien	<p><b>Bewirtschaftungs-, Belegungskonzept Gewerbefläche</b></p> <p>Mit der Entwicklung eines "Strategiepapier Gewerbe Altstadt" kann man Richt- und Leitlinien für die zukünftigen Vermietungen der Gewerberäume in der Altstadt darlegen. Das Strategiepapier soll auch darlegen, welche Belegungen besonders gefördert werden. In welchem Verhältnis sollen die Wohnungen zu den Gewerberäumen stehen? Das Konzept kann auch ein Teil des "Strategiegruppe Immobilienmanagement Altstadt" (vgl. Massnahme Nr. 16) sein. Ein möglicher Angebots-Mix kann auch ein Bestandteil des Konzeptes sein. ☐</p>	3
18	<p><b>Sanierungen von Immobilien</b></p> <p>Sanierungen von Immobilien in der Altstadt sind meist schwierig und komplex. Hierzu gehören u.a. die Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege und die Beachtung von Auflagen, welche mit den Nutzungsbedürfnissen nicht immer im Einklang stehen. Es ist weder gut, wenn hoch sanierte Immobilien reine Investitionsobjekten sind, noch dass Gebäude unsaniert bleiben. In solchen Fällen sind Leerstände die Folge (Bsp. Haus Bernina, Kornplatz). Eine lebendige Altstadt braucht nutzbare und wirtschaftlich interessante Gebäudeflächen: Wohnungen, Büro- und Ladenflächen. Für Mieter wie Vermieter.</p>	Immobilien	<p><b>Optimierte Rahmenbedingungen</b></p> <p>Es empfiehlt sich gewisse Punkte in Bezug auf die Annäherungen der Rahmendedingungen für Pflege und Nutzungsinteressen zu optimieren. Auch könnten durchaus Informationsveranstaltungen dazu beitragen, dass das Gegenseite Vertrauen gestärkt wird, dass allenfalls Sanierungen gefördert und Vorbehalte abgebaut werden. (vgl. auch Massnahmen Nr. 16 und 17)</p>	2
19	<p><b>Schäden an Immobilien nach Events</b></p> <p>Gewisse öffentliche Events haben Auswirkungen auf die Immobilien ( Fassaden). Die Sachschäden am Gebäude werden nicht bloss durch die Verschmutzung verursacht, sondern eben auch durch die Reinigung respektive durch die Starkdruckreinigungs-Maschine. Die nötigen Sanierungen tragen dazu bei, die Immobilie für die Allgemeinheit zu erhalten, müssen aber heute durch den Eigentümer alleine getragen werden. Der Eigentümer muss somit für die Schäden selber aufkommen, für welche er keine Schuld trägt. Eine entsprechende Versicherung oder Unterstützung seitens der Stadt gibt es hierzu nicht.</p>	Immobilien	<p><b>Haftungs- und Pflichtenverteilung</b></p> <p><b>Lösungsansätze sollen innerhalb eines Fachgremiums diskutiert werden.</b> Mögliche Ansätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modell für Rückerstattung</li> <li>- Versicherungsmodell prüfen</li> <li>- Kritische Zonen - betroffenen Zonen - definieren</li> <li>- Auflagen für Veranstalter überprüfen</li> </ul>	2

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
20	<p><b>Leere Laden-/Gewerbeflächen</b></p> <p>In absehbarer Zeit werden aufgrund von Sinergia, Sennhof und Pensionierungen verschiedene Gebäudekomplexe frei. Hierzu existieren nur zum Teil Strategien für eine weiterführende Nutzung. Dort, wo keine Strategie definiert wurde, kann es somit zu unglücklichen Leerständen führen. Weiter werden auch immer wieder kleine Ladenlokale frei. Zu all diesen Freiräumen existiert keine zentrale Liste und/oder Koordinationsstelle.</p>	Immobilien	<p><b>Koordinationsstelle freie Gewerbeflächen</b></p> <p>Um unglückliche Leerräume von Gewerbeflächen zu vermeiden, kann eine "Koordinationsstelle für freie Gewerberäume" ins Leben gerufen werden. Diese Stelle soll ein breites Netzwerk haben und dadurch bessere Kontakte für Vermietungen vermitteln. Für Vermieter könnte dies eine hilfreiche Funktion sein. Die Stelle muss neutral sein und darf keinen Profit aus Vermittlungen ziehen.</p>	3
21	<p><b>Fehlende öffentliche WC's</b></p> <p>In der Altstadt hat es praktisch keine öffentliche Toiletten.</p>	Infrastruktur	<p><b>Konzept öffentliche Toiletten prüfen</b></p> <p>Ein Konzept für mehr öffentliche WC und eine bessere Signalisation der WC in der Altstadt soll erarbeitet werden. Hierzu auch das Modell der Stadt Thun prüfen.</p>	3
22	<p><b>Hotelangebot</b></p> <p>Die Stadt Chur hat rund 1'000 Hotelbetten. Um wettbewerbsfähig zu sein, braucht das Zentrum noch weitere Hotelbetten. Die Nachfrage zeigt, dass eine grössere Kapazität für Chur nötig ist. ☒</p>	Infrastruktur	<p><b>Förderung von Hotelbetten</b></p> <p>Es liegen der Stadt Chur verschiedene Ideen von neuen Hotelprojekten vor (Stadtbaumgarten, Stadthalle, Sennhof, ...). Ziel ist, dass in den kommenden Jahren Hotelprojekte umgesetzt werden. Boutique-Hotel-Konzepte könnten für die Altstadt-Zone sinnvoll sein und sollen im Rahmen von Gesprächen für Hotelprojekte/-ansiedlungen in den Überlegungen zum Tragen kommen.</p>	3
23	<p><b>Spielplätze</b></p> <p>Die Churer Altstadt hat einen kleinen Spielplatz in der Süsswinkelgasse, welcher jedoch in die Jahre gekommen ist und dringend Aufwertung benötigt. Insbesondere aus aktueller Sicht, wo der Spielplatz bei der Quaderwiese länger geschlossen bleibt, sind attraktive und intakte Spielplätze in der Innenstadt von grösserer Bedeutung.</p>	Infrastruktur	<p><b>Spielplatz Sanierungen</b></p> <p>Zeitnahme Sanierung der Spielplätze in Stadtplanung aufnehmen.</p>	3

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
24	<p><b>Geringe Vernetzung der Kulturangebote nach Aussen</b></p> <p>Trotz vielfältigem, genreübergreifendem privatem wie öffentlichem Kultur-Angebot in der Altstadt, ist das Thema Kultur noch nicht zum Standortfaktor für die Altstadt geworden. Aktivitäten und Anlässe werden zwar beworben, aber die Altstadt hat sich noch keinen starken Namen als Kulturplatz gemacht – wo immer was läuft und Qualität geboten wird.</p>	Kultur	<p><b>Zusammenarbeit Sektor Kultur fördern</b></p> <p>Stärkung des Themas Kultur als Standort- und Wirtschaftsfaktor der Altstadt. Finanzielle und personelle Förderung der Entwicklung. Zusammenstellung der bestehenden Angebote und Anbieter, Definition des Begriffes „Kulturangebot“ für die Altstadt, Vernetzung der Akteure, vernetzte Kommunikation, Kulturführer Altstadt, Eventkalender, etc.</p>	1
25	<p><b>Wenige Veloparkplätze</b></p> <p>In der Altstadt hat es relativ wenige Veloabstellplätze, welche teils offizielle Abstellplätze sind und teils einfach so genutzt werden. Punktuell gibt es zwei drei besonders beliebte Abstellplätze. Während der Schulzeit ist insbesondere die Rathaushalle von Kantischülern bevorzugt. Beim Thema Veloabstellplätze gilt sicherlich folgende Unterscheidung:          Kurzzeit: zum Shoppen          Langszeit: Für Schule und Job</p>	Mobilität	<p><b>Veloparkplätze optimieren</b></p> <p>Velofahren ist in. Weite Fusswege nimmt kein Velofahrer in Kauf. Wildparkerei schadet den Hauswänden, erschwert Zufahrten und sieht nicht gut aus. Velofahren ist ein starker Aspekt der täglichen Mobilität in der Altstadt und widerspiegelt auch den typischen Charakter. Es ist kein Fluch der eingedämmt und versteckt werden sollte. Gerade das Einkaufen mit dem Velo in der Altstadt ist sehr attraktiv und je kürzer der Weg desto attraktiver das Shoppen. Lösungsansätze:          - bewusst Veloparkplätze für Kunden signalisieren          - weitere offizielle "Sammelplätze" definieren</p>	3
26	<p><b>Leitsysteme</b></p> <p>In der Altstadt existiert teilweise ein Leitsystem (rote Emailtafeln), welche schön und gut sind. Aus der heutigen Perspektive könnte man dieses Netz modernisieren und erweitern. Ziel soll sein, dass man sich noch besser zurechtfindet und auf wichtige Ort noch vermehrt hinweist.</p>	Mobilität	<p><b>Überarbeitung Konzeption Leitsysteme</b></p> <p>folgende Umsetzungen würden einer Optimierung dienen:          - Altstadtplan unter der Brotlaube (zentrale Einflugschneise)          - Infopoint beim Lindenquai (digital oder analog)          - Hinweise zu öffentlichen WC verbessern          - Erweiterung roter Hinweistafeln          oder Grundsätzlich neues Leitsystem-Konzept erstellen, welches über die ganze Stadt konzipiert ist.</p>	3
27	<p><b>Öffentlicher Verkehr (öV)</b></p> <p>In Bezug auf den öffentlichen Verkehr ist die Altstadt klar benachteiligt. Eine autofreie Altstadt ist absolut wünschenswert, birgt auf der anderen Seite die Gefahr der Abschottung.</p>	Mobilität	<p><b>Prüfung Stadtbus-Linie Altstadt</b></p> <p>Mit einer Altstadt Linie könnte die Altstadt besser in den öV eingebunden werden.          Die Prüfung einer solchen Linie oder Alternativen für Verbesserungen ist nötig.</p>	3

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
28	<p><b>Angebot Parkplätze / Parkhaus</b></p> <p>Gute Parkmöglichkeiten rund um die Altstadt sind sehr wichtig. Die Altstadt kann quasi als eigenständiges Einkaufszentrum verstanden werden. Unter dieser Betrachtungsweise, sind es relativ grosse Gehdistanzen in diesem "Einkaufszentrum". Daher sind attraktive Parkmöglichkeiten äusserst wichtig, um gegenüber anderen Einkaufszentren attraktiv zu bleiben. Hierzu gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ausreichendes Angebot</li> <li>- preislich attraktive Konditionen</li> </ul> <p>Für die Bewohner der Altstadt ist das aktuelle Angebote ebenso nicht zufriedenstellend.</p>	Mobilität	<p><b>Bedarfs- und Vorteilskonzept für Parkmöglichkeiten prüfen</b></p> <p>Um Sicherzustellen, dass das Parkplatz-Angebot rund um die Altstadt ausreichend ist, wäre eine entsprechende Umfrage bei den Nutzern zielführend. Weiter ist ein sinnvolles Pricing-Modell während den Ladenöffnungszeiten zu prüfen. Wichtig ist, dass die Altstadt als "Einkaufszentrum" mit den umliegenden Zentren mithalten kann. Ziel muss sein, dass ausreichend Parkplätze in unmittelbarer Nähe zur Altstadt gefördert werden.</p>	3
29	<p><b>Polizeipräsenz</b></p> <p>Polizeipräsenz löst ein Sicherheitsgefühl bei den Anwohner aus und bewirkt positives Verhalten bei Nachtschwärmen aus.</p>	Verwaltung	<p><b>Erhöhung Polizeipräsenz prüfen</b></p> <p>Eine höhere Polizeipräsenz ist wünschenswert.</p>	2
30	<p><b>Welschdörfli - Sicherheit</b></p> <p>Abends und Wochenenden wenn viel Betrieb ist im Welschdörfli, ist die Durchfahrt für die Autofahrer schwierig. Auch als Fussgänger ist es schwierig wenn die Autos dicht vorbeifahren. Ein kleiner Stolperer oder ein kleiner Stupser könnte schlimme Unfälle verursachen. Die heutige Situation ist unbefriedigend.</p>	Verwaltung	<p><b>Sperrung Freitag- und Samstagabend</b></p> <p>Mit einer konsequenten Strassensperrung zu den hoch frequentierten Zeiten, kann die Sicherheit verbessert werden. Wenn eine Sperrung an Frei- und Samstagen zur Normalität wird, wäre dies auch kommunikativ einfacher umzusetzen, da man sich als Autofahrer an das Umfahren des Welschdörfli gewöhnen würde. Weiter würde das Welschdörfli als Ausgangs-Quartier an Attraktivität gewinnen.</p>	2
31	<p><b>Drogen, Vandalismus, Lärm, Littering.</b></p> <p>An gut Wetter Wochenenden, nachts, sind Drogen, Vandalismus, Lärm und Littering ein Problem. Teils kleinere und auch grössere Gruppen ziehen in exessiver und aggressiver Partylaune durch die Altstadt. Die Schäden und Folgekosten für Anwohner sind teils erheblich. Ruhestörung ist im Sommer keine Ausnahme sondern je nach Wetter ein Dauerzustand. Das Recht auf Nachtruhe muss teilweise regelrecht bei der Polizei eingefordert werden. Was für Anwohner eine mühsamer Weg ist. Das Recht auf Nachtruhe müsste mehr als grundsätzliches Credo für die Altstadt gelten. Gesetz und Rechtssprechung gibt es genug, die das Anrecht bestätigen - egal in welchem Quartier man wohnt. Die Stadt muss dies klarer kommunizieren/ vermakten. (Das gilt natürlich nicht für bewilligte Anlässe)</p>	Verwaltung	<p><b>Haftungs- und Pflichtenverteilung</b></p> <p>Im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten und ergänzt durch eine klare Haltung der Stadt zur Einhaltung der Nachtruhe und deren Sensibilisierung, können Verbesserungen erreicht werden. Diese Haltung muss Teil eines Leitbildes sein. vgl. auch Massnahme Nr. 29</p>	2

Nummer	Kritisches Ereignis	Themenblöcke	Lösungsansätze	Ziel
32	<p><b>Sauberkeit</b></p> <p>Die Sauberkeit im öffentlichen Raum ist immer eine Herausforderung und ist teilweise auch Ansichtssache. Folgende schwierige Punkte liegen jedoch konkret vor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Freitags und Samstags in der Nacht</li> <li>- 1. Januar</li> <li>- Brunnenverschmutzung</li> </ul> <p>Die heutige Reinigung geschieht vorwiegend trocken und damit werden gewisse Verschmutzungen der Nachtschwärmer nicht beseitigt und verursachen Schäden an den Fassaden und unangenehme Rückstände.</p>	Verwaltung	<p><b>Konzept zur flexiblen Nassreinigungen</b></p> <p>Entwicklung eines Konzeptes der Nassreinigung und Überprüfung des bestehenden Reinigungs-Prozesses. Hierzu auch das Modelle anderer Städte prüfen.</p>	3
33	<p><b>Verschönerung öffentlicher Raum mit Pflanzen etc.</b></p> <p>Eine gepflegte Altstadt lädt zum Verweilen ein. Hierzu gehören schöne Blumen, Bänke, Kunst im öffentlichen Raum und Fahnen ebenso wie gepflegte Häuser. Nicht alle Elemente sind gleich einfach im Unterhalt. Gründekorationen etc. müssen dem Nutzen angepasst sein.</p>	Verwaltung	<p><b>Gesamtkonzept Verschönerung Altstadt</b></p> <p>Eine Arbeitsgruppe "Verschönerung Altstadt" erarbeitet gemeinsam mit den Anwohnern und den Ladenlokalen ein "Gestaltungs- und Unterhaltskonzept".</p>	1
34	<p><b>Schneeräumung</b></p> <p>Die perfekte Schneeräumung zu haben, ist äusserst schwierig, da jeder etwas anderes darunter versteht. Die einen möchten eine komplette Schwarzeräumung und die anderen schätzen es, wenn noch Schnee auf der Strasse liegt. Schade ist es jedoch, wenn Leute verängstigt sind und den Gang durch die Altstadt meiden (so geschehen im Januar 2017). Einheimische und Gäste sollen sich bei jeder Witterung in der Altstadt wohl fühlen. Auch herabfallender Schnee von den Dächern, ist unangenehm (so geschehen im Januar 2017) und kann zu Verletzungen führen. ☹</p>	Verwaltung	<p><b>Umfrage (Bedarfsanalyse)</b></p> <p>Eine Umfrage bei den Anwohnern und Gewerbetreibenden in der Altstadt kann Anhaltspunkte liefern, wie eine Schneeräumung in der Altstadt sinnvoll umgesetzt werden kann. Hierzu auch das Modelle anderer Städte prüfen.</p>	3