



Belebung Marktplatz mit dem

Konzept «Lindeplätzli»

20.08.2026 | Autor: Ausschuss «Marktplatz» der Marketingkommission | zur Vernehmlassung an die Fraktionen



Rückblick



Parlament gibt die Richtung vor

Im parlamentarischen Workshop 2024 wurden im Rahmen der Zentrumsentwicklung vier Handlungsfelder definiert.

Fraktionsübergreifender Konsens zum Marktplatz:

- vorläufig **keine** grossen baulichen Eingriffe
- Ziel: **mehr** Belebung, Begrünung und bessere Nutzung des Platzes





Stadtrat erteilt der Marketingkommission den Auftrag

Ziel 1: Aktuelle Nutzung des Marktplatzes vereinfachen



Mietbedingungen, Reservationsformulare und Zugänglichkeit vereinfachen

Ziel 2: Attraktivität und Belebung des Marktplatzes steigern



Nutzung optimieren unter der Berücksichtigung des heute bestehenden Event-Ansatzes und ohne erhebliche bauliche Massnahmen



Marketingkommission setzt um

- ✓ Marketingkonzept erneuert
- ✓ Miet- und Nutzungsformulare vereinfacht
- ✓ Ausschuss «Marktplatz» gegründet
- ✓ Bevölkerungsumfrage durchgeführt und ausgewertet (siehe Folgefolie)
- ✓ Idee «Lindeplätzli» konzipiert und dem Stadtrat präsentiert //
- ✓ Events analysiert und erneute Durchführung des Garten-Show-Events «Flora» initiiert
- ✓ Konzept den Fraktionen zur Meinungsbildung abgegeben
- ✓ Budget für die Umsetzung erhalten
- ✓ Geplanter Start: Mai 2027



Umfrage



Die Resultate der Bevölkerungsumfrage zur Ideensammlung in Kürze



- 336 Teilnehmende
- 60 % sind 31-50 Jahre alt
- 80 % wohnen in der Stadt
- 60 % sind mind. 1-mal pro Woche auf dem Marktplatz

Die meistgenannten Elemente, die sich die Leute auf dem Marktplatz wünschen:



Mehr Begrünung



Mehr Sitzgelegenheiten



Mehr Gastro-Angebote

Diese Events wünscht sich die Bevölkerung auf dem Marktplatz zusätzlich:

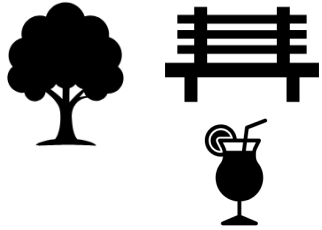
- Musik/Konzerte, Open-Air-Kino, Kulinarische Events, Public Viewing



Konzept



Rahmenbedingungen für Idee zur Belebung



...muss Resultate der Bevölkerungsumfrage berücksichtigen.



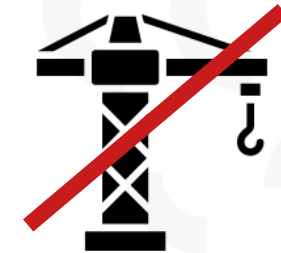
...muss bestehenden Rahmen von Eventfläche (im Osten) und Parkfläche (im Westen) berücksichtigen.



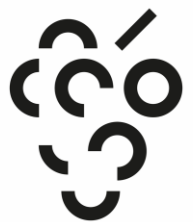
...muss rückbaubar sein.



...muss Belebung fördern.



...darf keine grossen baulichen Änderungen mit sich bringen.



Idee «Lindeplätzli»: Gemütlicher Aufenthaltsort um die Linde schaffen

(Symbolbild!)



Attraktiver Treffpunkt für Jung und Alt unter der Linde
Platz um die Linde jeweils von Mai bis September mit mobiler Infrastruktur und Gastro-Angebot aufwerten



Idee «Lindeplätzli»: Gemütlicher Aufenthaltsort um die Linde schaffen

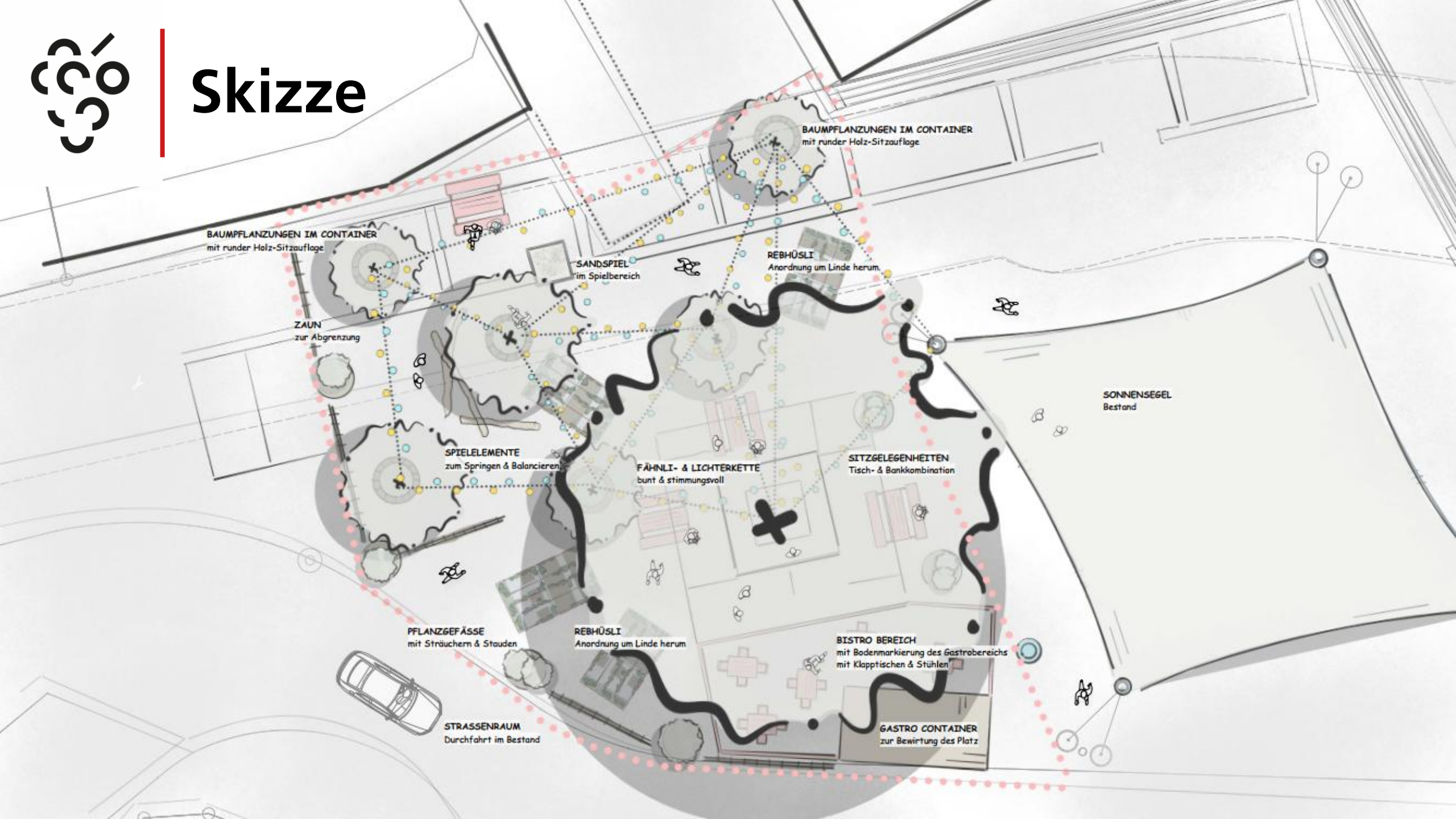
(Symbolbild!)

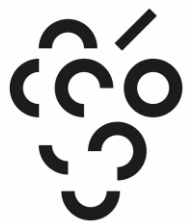


- Stadt schafft **rückbaubare Infrastruktur** an und macht sie öffentlich zugänglich: Sitzgelegenheiten, Begrünung, Beleuchtung und Spielmaterial
- **Gastro-Betrieb** bietet auf einer Standfläche Getränke und Speisen an
- **Saisonbetrieb** läuft von Mai bis Mitte September – danach wird Infrastruktur rückgebaut



Skizze

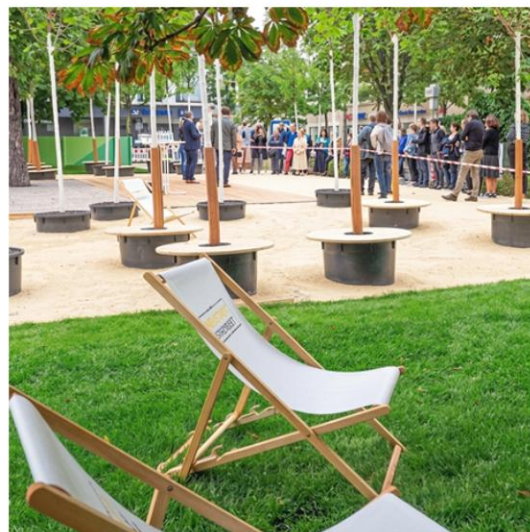




Referenzbilder zur Skizze



SONNENSEGEL
Bestand





Beschrieb zur Skizze

Mobile Lösung greift Thema «Wein» auf

Vier leichte, mit Reben begrünte «Rebhüsli» gruppieren sich locker um die Linde. Durch ihren Bezug zur regionalen Rebkultur verleihen sie dem Platz ein Stück Weinfelder Identität. Sie bieten Schatten, Sitzplätze und vertikale Begrünung.

- **Linde und Rebhüsli** bilden den räumlichen Mittelpunkt.
- **Begrünung:** Mobile Bäume mit Sitzauflagen und Pflanzgefässe ergänzen die Reben und schaffen zusätzliche schattige Aufenthaltsorte.
- **Lichter- und Fähnliketten** schaffen ein verbindendes «Dach».
- **Zaunelemente** aus Holz schaffen eine dezente Abgrenzung.
- **Spielbereich:** Im Norden bieten Sand- und Bewegungselemente Raum zum Spielen, zusätzlich wird eine Kiste mit Spielmaterial beim Gastro-Container platziert.
- **Bodenbelag:** Ein einfacher Kunstrasenbelag unter den Rebhüsli und im Gastrobereich löst die Aufenthaltsflächen optisch vom Asphalt und macht aus dem Platz einen Ort mit «Zimmern».
- **Gastronomie:** Die heutige Mietfläche im Norden wird neu südlich platziert und damit auch als Abgrenzung zur Strasse genutzt.



Übersicht Anschaffungskosten (Schätzung)

Positionen	
01 · Baumpflanzung	
02 · Rebhüsli	
03 · Sitzmöglichkeiten (Hauptelement)	
04 · Klapptische & Stühle (Nebenelement)	
05 · Pflanzgefässe und Bepflanzung	
06 · Bodenbelag für Rebhüsli	
6.1 · Bodenbelag für Gastronomie	
07 · Umrahmung / Einzäunung	
08 · Beleuchtung & Stimmungselemente	
09 · Sandkasten	
10 · Spielkiste & Spielelemente	
11 · Weitere Gestaltungselemente	
<i>Unvorhergesehenes, Reserve, Logistik & Setup (10 % auf Zwischentotal)</i>	
<i>Projektierung & Realisierung</i>	
Totale Kostenschätzung*, sofern der Empfehlung des Planerbüros gefolgt wird:	CHF 128'830.–

*Es handelt sich um Richtpreise inkl. MWST auf Basis einer Grobkostenschätzung. Die genauen Kosten sind abhängig von der Anzahl sowie der Ausbaustufe der einzelnen Positionen (Kostenspanne liegt je nach Ausführung zwischen ca. 80 und 350k). Die Tabelle links folgt der Empfehlung eines Planerbüros – Details sind im Konzept zu finden.

Wer mehr Mitwirkung bei Anzahl und Ausbaustufe der einzelnen Positionen wünscht, meldet sich direkt bei kommunikation@weinfeld.ch.



Optionale Erweiterungen

Bewährt sich das Konzept, wäre es auch erweiterbar. Beispiele (u.a. aus der Umfrage):

- Wasserspiel: In einem leicht abfallenden Wasserbecken bewegen sich kleine, robuste Schiffchen, deren Fahrwege von Kindern aktiv verändert werden können.
- Kulturcontainer: Stadt erwirbt Container, der eine kleine Bühne inkludiert. Diese könnte für kulturelle Anlässe aller Art genutzt werden
- Neuer Boden: Statt punktuelle Bodenbeläge wäre es möglich, den gesamten Boden des «Lindeplätzli» in z.B. einen Pflasterstein-Platz umzuwandeln.
- Weitere Ideen:
 - Tische werden mit aufgemalten Brettspielen versehen
 - Urban Gardening (Hochbeete können selber bepflanzt werden)
 - Schaukeln an der aufhängen

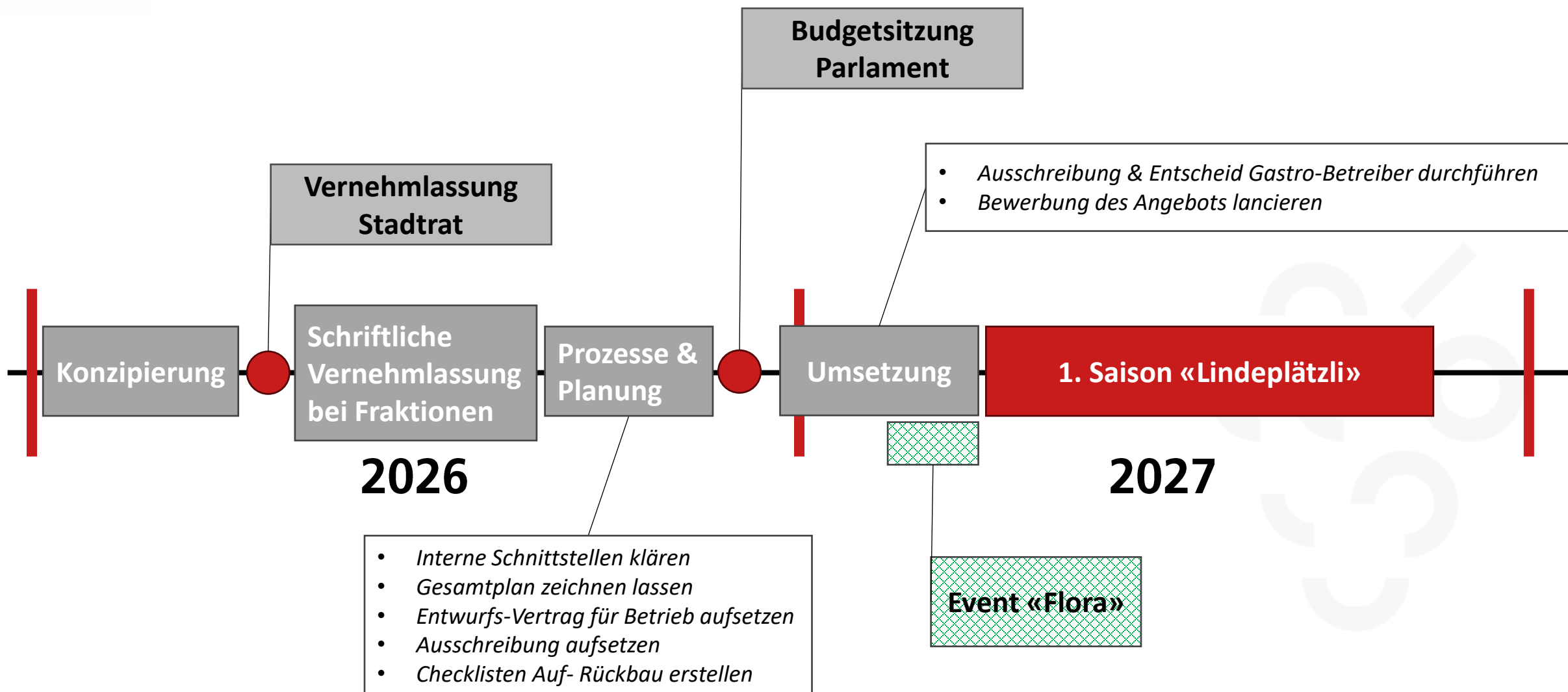


Vor- und Nachteile des Konzepts

Vorteile	Nachteile
+ Sämtliche Elemente sind mobil; könnten bei Misserfolg auch anderweitig eingesetzt werden	- Konzept funktioniert am besten mit Gastro-Anbieter; dieser muss erst gefunden werden
+ Sitzgelegenheiten, Begrünung, Beleuchtung und Gastronomie tragen zur Belebung des Stadtzentrums bei	- Leute, die sich umfassende Änderungen auf dem Marktplatz wünschen, erachten die Idee als «zu wenig mutig»
+ Konzept ist erweiterbar (Kulturcontainer für Events, Wasserspiel, Public Viewing, etc.)	- Konzept bringt leichte Einschränkungen in der bisherigen Platznutzung mit; bisherige Anlässe mit einer gewissen Grösse müssten künftig u.U. leicht angepasst werden (z.B. Platzierung der Wochenmarkt-Fahrer)
+ Bestehende Märkte und Veranstaltungen bleiben weiterhin möglich	
+ Konzept ist grundsätzlich erweiterbar (z.B.durch Kulturcontainer, Vereinsplattform, etc.)	
+ Kosten sind relativ tief, Investitionsrisiko ist kalkulierbar	
+ Konzept ist zeitnah umsetzbar	



Zeitplan Umsetzung





Varianten



Fraktionen bestimmen die Richtung

Damit stehen für das weitere Vorgehen drei Varianten zur Auswahl:

Empfehlung Stadtrat & MKT-Kommission

Variante 1:

nichts ändern – Marktplatz so belassen, wie er ist

Spricht dafür:

- Keine Mehrkosten
- Aktuelle Nutzung kann uneingeschränkt beibehalten werden

Spricht dagegen:

- Keine Veränderung = keine Aufwertung
- Bedürfnisse aus Bevölkerung werden ignoriert

Variante 2:

«Lindeplätzli» gemäss Konzept budgetieren

Spricht dafür:

- Pragmatische Lösung zur Steigerung der Belebung
- Nimmt wesentliche Bedürfnisse aus Bevölkerung auf
- Zeitnahe und bezahlbare Lösung
- Aktuelle Nutzung kann beibehalten werden

Spricht dagegen:

- Kein grosser Wurf
- Asphaltierter Platz bleibt weitestgehend bestehen

Variante 3:

Studie für eine ganzheitliche Betrachtung budgetieren

Spricht dafür:

- Ganzheitlichkeit stärkt Langfristigkeit

Spricht dagegen:

- weiterhin keine Veränderung
- Klar teuerste Variante
- Mögliche Folgeprojekte wären deutlich kostenintensiver, da umfassender



FAQ



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Auf was genau basiert das Konzept?

Das Konzept «Lindeplätzli» basiert auf folgenden Aspekten:

- Resultate eines Workshops mit dem Parlament und der Bevölkerungsumfrage
- Diskussionen innerhalb der Marketingkommission
- Heutige Rahmenbedingungen auf dem Marktplatz
- Erfahrungsbericht von Bernadette Wirth, der aktuellen Mieterin der Standfläche



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Was bezweckt die Stadt mit diesem Konzept genau?

Der Marktplatz ist eines der priorisierten Handlungsfelder im Rahmen der Stadtzentrumsentwicklung. Ziel des Konzepts ist es im Endeffekt, das Stadtzentrum im Kern zu stärken, indem die Aufenthaltsqualität erhöht wird – ohne dabei die gegebenen Rahmenbedingungen (u.a. die Eventtauglichkeit des Marktplatzes) zu missachten.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Warum sollte Weinfeld so ein Konzept brauchen?

Ein starker Stadtkern zählt auf wichtige Aspekte der Stadtentwicklung ein: Damit wird die Belebtheit und die Attraktivität des Zentrums erhöht, was wiederum mehr Menschen anzieht. Von einer erhöhten Frequenz profitieren das Gastrogewerbe und die Fachgeschäfte, die für ein lebendiges Stadtzentrum elementar sind.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Wieso braucht es so viel Steuergeld für ein paar Tische, Pflanzen und einen Sandkasten?

Wesentlicher Kostenpunkt sind die Rebhäuschen. Diese dienen dazu, dem Platz eine Identität zu geben, die mit Weinfeldern verbunden ist. Grundsätzlich ist auch eine Variante ohne diesen USP möglich. Dadurch verliert das Konzept allerdings seine Einzigartigkeit.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Warum soll die Stadt Infrastruktur für einen privaten Gastro-Betrieb finanzieren?

Wichtig ist: Die Infrastruktur ist öffentlich. Gäste sind NICHT konsumationspflichtig. Mit der Stellung der Infrastruktur wird der Standort bei der Linde für Gastro-Anbieter trotzdem deutlich attraktiver. Diese These wird von Bernadette Wirth, der aktuellen Mieterin der Standfläche, gestützt. Ausserdem kann die Stadt so den Standard der Qualität festlegen und ist nicht von Entscheiden des Gastro-Anbieters abhängig.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Konkurrenziert die Stadt mit diesem Angebot nicht die umliegenden Gastro-Anbieter?

Das ist nicht gänzlich auszuschliessen. Allerdings wurde in der Marketingkommission die Meinung geteilt, dass das vorliegende Konzept eher eine Ergänzung zum aktuellen Angebot rund um den Marktplatz darstellt. Hinzu kommt, dass von einer erhöhten Belebung im Zentrum auch die umliegenden Gastro-Anbieter profitieren können. Ausserdem wird der Betrieb öffentlich ausgeschrieben.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Was passiert, wenn kein Gastro-Anbieter gefunden wird oder ein gefundener Anbieter plötzlich abspringt?

Dann würden folgende Optionen zur Verfügung stehen:

- A) Die Infrastruktur komplett von der Standfläche entkoppeln und als Aufenthaltsort ohne Gastro-Angebot anbieten
- B) Eine eigene Gastro-Infrastruktur (ausgebauter Container) erwerben und dann nochmals neu ausschreiben oder an Vereine vermieten
- C) Die Infrastruktur einlagern und vermieten und/oder an Events einsetzen



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Was ist, wenn das Gesamtkonzept nicht genutzt wird und die gewünschte Belegung auf dem Marktplatz ausbleibt?

Dann hat die Stadt im schlimmsten Fall eine Infrastruktur erworben, die vielseitig einsetzbar ist (Wyfelder Fritig, Stadtfeste, andere Events) oder vermietet werden könnte.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Das Konzept ist viel zu kleinkariert gedacht. Für den Marktplatz braucht es eine gesamtheitliche Lösung!

Dies wurde in der Marketingkommission ebenfalls diskutiert. Schlussendlich ist es eine Grundsatzfrage: Wollen wir eine zeitnahe, bezahlbare Lösung versuchen? Dann ist das Konzept «Lindeplätzli» aus Sicht der Marketingkommission die aktuell beste vorliegende Idee. Oder wollen wir eine ganzheitliche, dafür teure Lösung? Dann müsste ein Betrag für einen externen Dienstleister budgetiert werden, der z.B. eine Studie erarbeitet.



FAQ – Wichtigste Fragen und Antworten

Lasst doch einfach die Bevölkerung entscheiden, was mit dem Marktplatz geschehen soll!

Wie sollte dieser Mitgestaltungsprozess aussehen? Aus Sicht der Marketingkommission müssten dafür zuerst mehrere und planerisch ausgereifte Konzepte vorliegen, damit die Bevölkerung sich für eine Lösung entscheiden kann. Theoretisch könnte dieses Vorgehen als nächster Schritt auf eine extern erarbeitete Studie folgen, wäre allerdings sehr kostspielig.

Das vorliegende Konzept hat Ideen der Bevölkerung mittels Umfrage abgeholt und so viel wie möglich berücksichtigt. Ausserdem berücksichtigt das Konzept alle heute bestehenden Rahmenbedingungen und wurde (abgesehen von der Planerskizze) intern und damit kostengünstig erarbeitet.



Entscheid



Fraktionen bestimmen die Richtung

Frage an die Fraktion:

In welche Richtung soll es punkto Marktplatz-Belebung weitergehen?

Bitte teilen Sie uns Ihren Varianten-Favoriten (Folie 20) mit und begründen Sie Ihren Entscheid kurz.

Vielen Dank für Ihr schriftliches Feedback bis am 13. September 2026 an:

kommunikation@weinfeld.ch (gerne auch jederzeit bei Fragen kontaktieren!)