

Frauenfeld, 21. Juni 2021

Wirtschaftliche Entwicklung kleiner und mittelgrosser Städte der Schweiz: Wie die Region Frauenfeld attraktiver für junge Menschen sein kann

Fallstudie der Forschungswerkstatt 2021, Wirtschaftsgeographie, Geographisches Institut, Universität Bern

Kontext

Die Forschungswerkstatt der Arbeitsgruppe Wirtschaftsgeographie der Universität Bern unter dem Lead von Dr. Arnault Morisson untersuchte im Frühjahrssemester 2021 die politischen Herausforderungen kleiner und mittelgrosser Städte der Schweiz. Die Regio Frauenfeld erteilte diesem Seminar den Auftrag herauszufinden, wie die Regio Frauenfeld gerade für jüngere Erwachsene attraktiv sein kann.

Nach einem Input-Referat von Judith Janker ergänzt mit Informationen von Anders Stokholm, teilten sich die Studierenden in zwei Gruppen auf und untersuchten anhand von Literatur und Experteninterviews die wichtigsten Probleme der Region und entwarfen innovative Lösungsansätze.

Der vorliegende Bericht enthält eine Zusammenfassung der Ergebnisse des Masterkurses «Forschungswerkstatt».

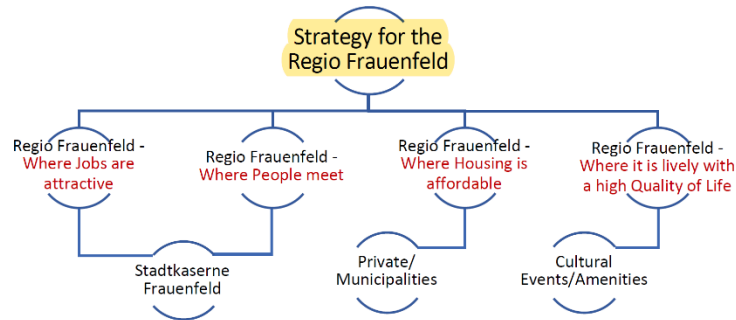
Zusammenfassung

Gruppe 1 «Spatial Consulting GmbH»:

Einrichtungen, die attraktiv für junge Menschen sind

- **Herangehensweise**
 - Literaturrecherche
 - Befragung junger Menschen der Region Frauenfeld
 - 5 Experteninterviews
- **Herausforderungen**
 - Wenige attraktive Treffpunkte für junge Menschen ausserhalb der Stadt
 - Mietpreise steigen in Frauenfeld, grosse Wohnungen / Häuser am Land nicht leistbar für junge Menschen
 - Arbeitsmarkt nur in einigen Sektoren attraktiv, wenig Jobangebote für Akademiker
 - Limitierte kulturelle Angebote, besonders auf dem Land
 - Skepsis gegenüber Innovation
- **Chancen**
 - Hohe Lebensqualität
 - Naturnähe
 - Schnelle Anbindung an Metropolitanräume (z.B Zürich)
 - Gutes Gemeinschaftsgefühl und Zusammenleben
- **Lösungsansätze**

- Auf Probleme reagieren
- Strategie entwickeln wie unten / Marke entwickeln



- Stadtkaserne Frauenfeld als «Innovation Hub» mit innovativen, jungen Unternehmen / Co-Working / Ateliers als attraktiver Arbeitsraum; und mit Begegnungsräumen (z.B. Restaurants, Cafés, Bars), die junge Menschen ansprechen
- Programme für leistbaren Wohnraum für junge Menschen mit Unterstützungsbedarf, subventioniertes Mehrgenerationenwohnen, (auch: Wohnungen für junge Menschen sichtbar machen)
- Unterstützung von kulturellen und Freizeitaktivitäten von privaten und öffentlichen Organisationen (z.B. Vereine, Freiwilligenbüro, Open-Air Kino, «speed dating» für Integration Neubürger)

Gruppe 2 «Crazy Innovation»:

Als Wirtschaftszentrum attraktiv für junge Menschen

- **Herangehensweise**
 - Identifikation von Standorten in der Schweiz mit ähnlichen Attributen wie Region Frauenfeld
 - Evaluation von Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftszentrum
 - 3 Experteninterviews
 - Ableiten von Massnahmen
- **Problemstellung**
 - Frauenfeld ist das Wirtschaftszentrum für die ganze Region. Welche Massnahmen aus anderen Regionen lassen sich hier implementieren, um die Region noch attraktiver für junge Menschen zu machen?
- **Erfolgsfaktoren**
 - Ausbildungsmöglichkeiten
 - Attraktiver und leistbarer Wohnraum
 - Teilhabe / Partizipation
- **Beispiele aus anderen Regionen**
 - Co-Working Sursee
 - Mehrgenerationenwohnen Rapperswil-Jona
 - Direktvermarktung Schaffhausen
 - Universitätsstandort Rapperswil-Jona
- **Übertragbarkeit auf Regio Frauenfeld**
 - Co-Working für Studenten der Zürcher Hochschulen
 - Integration in existierende Co-Working Programme, Finanzierung z.B. durch integriertes Café
 - Effekt: Vernetzung von Ideen und Unternehmern
 - Genossenschaftliche Mehrgenerationenwohnen
 - Effekt: Identitätsgefühl, Verankerung, leistbare Wohnungen

- Direktvermarktung
 - Verkauf von landwirtschaftlichen Produkten in und aus der Region, regionales Label
 - Effekt: Stärkung des lokalen Landwirtschaftssektor / Branding der Region
- Bildungsprogramme Frauenfeld
 - Standort für Ausbildungs- / Weiterbildungsprogramme abseits von Hochschulen (z.B. attraktive Praktika, Berufsmatura, KV, Seminarzentrum, Ausbildungsangebote mit lokalen Unternehmen)
 - Effekt: junge Menschen werden angezogen, die sich in der Region ansiedeln oder dort bleiben