

WOHNBAUFORSCHUNG
NIEDERÖSTERREICH;
WOHNBAUFORSCHUNGSERFASSUNG
PROJEKTDESCHEIBUNG

2008

-

ERFASSUNGSNUMMER: 822151

SIGNATUR: WBF2008 822151

KATALOG: A, INDEX ST. PÖLTEN

STATUS: 22 2

BESTART: E

LIEFERANT: WOHNBAUFORSCHUNG
DOKUMENTATION 2008, WBF2008,
WBFNOE

ERWAR: B

EXEMPLAR: 1

EINDAT: 2008-01-22HF

BDZAHL: 1 Endbericht + CD-ROM

HAUPTETRAGUNG: Strategien zur Innenstadtbelebung in NÖ
im Lichte der neuen Einkaufszentren-
Verordnung

TYP: 1

VERFASSER – VORL: Dr. Ursula Rischaneck; DI Birgit Schuster,
FGW – Forschungsgesellschaft für
Wohnen, Bauen und Planen

NEBEN – PERSONEN:

NEBEN – SACHTITEL:

ZUSÄTZE: F 2151

VERLAGSORT, BEARBEITERADRESSE: FGW – Forschungsgesellschaft für
Wohnen, Bauen und Planen, 1030

Wien, Löwengasse 47, Tel: 01/712
62 51; e-mail:office@fgw.at

VERLAG, HERAUSGEBER: Eigenverlag

E-Jahr: 2008

UMFANG: 2 Seiten Abstract
+ 79 Seiten Endbericht (Kapitel 1
„Hauptergebnisse“ ist als Kurzfassung
anzusehen)

FUSSNOTEN HAUPTGRUPPEN
ABGEKÜRZT: GEGL, PLAGL

SACHGEBIET(E)/ EINTEILUNG
BMW: Infrastruktur, Raumordnung
ARBEITSBEREICH (EINTEILUNG
NACH F-971, BMW): Planung

SW – SACHLICHE (ERGÄNZUNG) Dorferneuerung, Landesplanung,
Ländlicher Raum; Stadterneuerung

PERMUTATIONEN: S1 / S2

BEDEUTUNG FÜR NIEDERÖSTERREICH: Der Strukturwandel im Einzelhandel hat in den letzten Jahrzehnten zu einer tiefgreifenden Veränderung geführt: und zwar zum einen in der räumlichen Verteilung und Dichte des Einzelhandels: gab es früher eine Vielzahl von unabhängigen Einzelhändlern mit einer relativ dichten Verteilung, so gibt es nun eine begrenzte Zahl an Filialisten mit einem teils weitmaschigen Filialnetz. Die Ursachen für diese Entwicklung können nicht eindeutig festgestellt werden. Tatsache ist, dass einerseits Faktoren wie Größe des Geschäftes und Innovation bei den KundenInnen an Bedeutung gewonnen haben.

BEDEUTUNG FÜR DEN WOHNBAUSEKTOR: Insgesamt soll die Studie Alternativen zu peripheren Handelseinrichtungen aufzeigen, damit wesentliche Ziele wie der räumliche Ausgleich – Peripherie versus Zentren, die funktionelle Stärkung des Zentrums als Mittelpunkt der Gemeinde und ihres Umlandes sowie auch die soziale Integration und hier besonders die Sicherung der Versorgung nicht motorisierter Bevölkerungsgruppen erreicht bzw. erhalten werden.



Forschungsgesellschaft für Wohnen, Bauen und Planen
Wien

Mitglied der 
Austrian Cooperative Research

Strategien zur Innenstadtbelebung in NÖ im Lichte der neuen Einkaufszentren-Verordnung

Endbericht

Dezember 2007

Dr. Ursula Rischaneck

Dipl.-Ing. Birgit Schuster

Im Auftrag der Niederösterreichischen Landesregierung

Abt F2-A, B Wohnbauforschung



FGW – Forschungsgesellschaft für Wohnen, Bauen und Planen

A 1030 Wien, Löwengasse 47

Tel. +43 1 712 62 51

Fax DW 21

Mail office@fgw.at

Internet www.fgw.at

Strategien zur Innenstadtbelebung in NÖ im Lichte der neuen Einkaufszentren-Verordnung

Endbericht, Dezember 2007

Dr. Ursula Rischaneck

Dipl.-Ing. Birgit Schuster

Im Auftrag der Niederösterreichischen Landesregierung

Abt F2-A, B Wohnbauforschung

FGW-Schriftenreihe 176

ISBN 978-3-902047-40-3

INHALTSVERZEICHNIS

1	HAUPTERGEBNISSE	5
2	AUSGANGSLAGE	8
2.1	Projekthalt und Ziele	9
3	EINZELHANDEL IN (NIEDER)ÖSTERREICH	12
3.1	Allgemeines	12
3.2	Zahlen und Fakten	14
3.2.1	<i>Österreich</i>	14
3.2.2	<i>Niederösterreich</i>	15
4	EXKURS EINKAUFSZENTREN	17
4.1	Begriffsdefinition Einkaufszentrum	17
4.2	Standortkriterien für ein EKZ:	18
4.3	Auswirkungen von Einkaufszentren	18
5	EINKAUFSZENTREN IN DER NÖ RAUMORDNUNG	20
5.1	Allgemeines	20
5.2	Raumordnerische Grundsätze bei der Errichtung von EKZ	21
5.3	Einkaufszentrenverordnung	25
6	BEISPIELE AUS ANDEREN BUNDESLÄNDERN	27
6.1	Tirol	27
6.2	Wien	28
6.3	Oberösterreich	30
7	BEISPIELE AUS DER EUROPÄISCHEN UNION	32
7.1	Bayern	32
7.2	Dänemark	34
7.3	Frankreich	35
7.4	Großbritannien	36
8	TREND ZUR INNENSTADT	38
8.1	Allgemeines	38
8.2	Vorteile Innenstadt	39
8.3	Nachteile	40
8.4	Wege zur belebten Innenstadt	41
8.4.1	<i>Innerstädtische Einkaufszentren</i>	42
8.4.2	<i>Wohnen als Frequenzbringer</i>	44
8.4.3	<i>BID – Business Improvement Districts</i>	45
8.5	Beispiele für Innenstadtbelebung	46

8.5.1	<i>Österreich</i>	46
8.5.2	<i>Deutschland</i>	50
9	WEITERE FALLBEISPIELE	55
9.1	Wiener Neustadt (NÖ, 40.000 EW)	55
9.2	Horn (NÖ, 6.400 EW)	57
9.3	St. Pölten (NÖ, ca. 49.000 EW)	59
10	MAßNAHMEN UND FÖRDERUNGEN	63
10.1	NÖ Dorferneuerung	63
10.2	Stadterneuerung	63
10.3	Stadt- und Ortskernbelebung	64
10.3.1	<i>Wohnbauförderung zur Ortskernbelebung</i>	65
10.3.2	<i>NAFES zur gezielten Förderung der gewachsenen Orts- und Stadtkerne</i>	66
10.4	Nahversorgeraktion	68
10.4.1	<i>Nahversorgungsaktion – allgemein</i>	68
10.4.2	<i>Sonderaktion für Lebensmittelnahversorger</i>	69
11	EMPFEHLUNGEN	70
12	ANHANG	72
12.1	Gewerbeordnung § 77	72
13	LITERATURVERZEICHNIS	76

1 Hauptergebnisse

- Auch Niederösterreich ist vom Strukturwandel in der Handelslandschaft nicht verschont geblieben. Großflächige Handelsagglomerationen an der Peripherie haben vielfach die kleinen Einzelhändler in den Zentren ersetzt; auch Handwerker sind dem Strukturwandel zunehmend zum Opfer gefallen – indem sie beispielsweise keinen Nachfolger mehr für ihren Betrieb gefunden haben.
- 17 Einkaufszentren mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 19.500 Quadratmetern gibt es aktuell in Niederösterreich. Insgesamt gibt es in Niederösterreich 2,76 Mio. Quadratmeter Einzelhandelsverkaufsfläche. Der Löwenanteil der Verkaufsfläche mit mehr als einer Mio. Quadratmeter befindet sich in der Region NÖ-Süd. 22 weitere Projekte sind in der Pipeline. Handelsexperten gehen davon aus, dass der Expansionsdrang durch einen Verdrängungswettbewerb der Zentren untereinander ersetzt wird.
- Ob die Verschärfung des Raumplanungs- und –ordnungsgesetzes tatsächlich greift, wird man erst in einigen Jahren sagen können: jene EKZ-Projekte, die derzeit errichtet, erweitert oder umgebaut werden bzw. wurden, sind auf Bewilligungen nach der alten Raumordnung zurück zu führen. Centermanager und –eigentümer haben noch bis 31.12. 2008 Zeit, Erweiterungen im Ausmaß von zehn Prozent bzw. maximal 500m² vorzunehmen.
- Generell wird die Novelle als modernes, zukunftsweisendes Regelwerk begrüßt. Positiv hervorgehoben wird, dass die Raumordnungsnovelle in breiten Kreisen zu deutlich mehr Problembewusstsein in Bezug auf die Innenstadtstrukturen geführt und Stadtmarketing, –erneuerung und –belebung forciert hat. Die bisher eher auf Wachstum ausgelegte Stadtentwicklungsplanung rückt in vielen strukturschwachen Kommunen zugunsten von Strategien der Stadterneuerung, des Stadtumbaus, gegebenenfalls auch des Rückbaus mehr und mehr in den Hintergrund. Auch die Tatsache, dass der Begriff „Einkaufszentrum“ bzw. Fachmarktzentrum durch „Handelseinrichtungen“ ersetzt wurde, wird begrüßt. Damit wurde einem jahrelangen Disput um die Begriffsdefinition (siehe Kapitel 4), die immer wieder Schlupflöcher bot, beendet.
- Die Zentrenzonenregelung sorgt immer wieder für Diskussion. Vielfach erscheint vor allem in größeren Städten die 1.000 m² Grenze für Handelseinrichtungen in größeren Siedlungsgebieten, die nicht als Zentrumszone ausgewiesen sind, aber als räumlich-funktionale Zentren fungieren, zu gering. Hier wird es in den nächsten Jahren sicher noch den einen oder anderen Versuch einer Nachadjustierung geben.
- International, aber auch in Österreich geht der Trend eindeutig wieder zurück in die Innenstadt. So haben sich 33 Prozent der expandierenden Filialisten in Österreich für einen Standort in innerstädtischer Lage ausgesprochen. Praktisch ist die Ansiedlung in der Innenstadt aber oft nicht einfach zu realisieren, da das

Angebot an vorhandenen Flächen nicht den Bedürfnissen des Handels und den Ansprüchen der Konsumenten an die Produktpräsentation entspricht.

- Die Innenstadt wurde lange Zeit nicht als Wirtschaftsstandort per se begriffen, für die es – wie für alle Wirtschaftsstandorte – harte und weiche Standortfaktoren gibt., die optimiert werden müssen.
- Die Standortfaktoren für den Handel in den Ortszentren sind:
 - 1.) Einzugsgebiet und Kaufkraft
 - 2.) Branchen- und Betriebstypenmix
 - 3.) Frequenz
 - 4.) Erreichbarkeit + Parkmöglichkeiten
 - 5.) Gestaltung des öffentlichen Raums
 - 6.) Positionierung und Auftritt des Handels im Ort
 - 7.) Planungs- und Investitionssicherheit
- Viele Kommunen haben jahrelang die kritische Lage nicht erkannt: Leerstehende Geschäfte wurden und werden häufig als Problem der Hauseigentümer (bedingt durch überhöhte Miet-Förderungen) angesehen. Lösungsorientierte Maßnahmen haben daher aufgrund der verhärteten Fronten und gegenseitigen Schuldzuweisungen oft keine Chance. Auch die Zeichen des trading down in der Innenstadt und seine Folgen wurden ignoriert. Indizien dafür sind Billigläden und Schnellimbiss-Stuben, der Rückgang der Wohnbevölkerung, die Entvölkerung von Straßen und Plätzen, Vernachlässigung der Fassaden und des öffentlichen Raums sowie ein zunehmendes Konfliktpotential mit Gruppen, die das Vakuum füllen wollen.
- Das oft gehörte Argument von Kommunalpolitikern „Es gibt zuwenig große Flächen“ und „Die Mieten sind zu hoch“ ist vom Tisch zu fegen. Oft gibt es zwar tatsächlich auf den ersten Blick keine großen Flächen, etwa für ein innerstädtisches Einkaufszentrum, auf den zweiten Blick könnten diese jedoch durch die Zusammenlegung von Flächen in mehreren Gebäuden gewonnen werden (Beispiel EKZ Rosenarcade in Tulln). Auch wenn mittlerweile etwa in der Bauordnung sowie im Bereiche denkmalschützerischer und feuerpolizeilicher Bestimmungen Erleichterungen gewährt wurden, wird die dafür erforderliche Überzeugungsarbeit bei den Eigentümern jedoch in der Regel gescheut. Vielfach könnte dieses Problem durch den Ankauf von Gebäuden, die nicht mehr erhaltenswert sind, und deren späteren Abriss, gelöst werden.
- Stadterneuerung/-belebung ist mehr als Stadtmarketing. Es müssen sämtliche Interessen abgedeckt werden, um aus einer verödeten wieder eine belebte Innenstadt zu machen. Das heißt, es müssen nicht nur die Stadtverantwortlichen (Bau, Planung, Wirtschaft), die Wirtschaftstreibenden und der möglicherweise

vorhandene Stadtmarketing-Manager ins Boot geholt werden, sondern auch Immobilieneigentümer, Immobilientreuhänder, Marktforscher (zur Feststellung, woher die Frequenz und die Kunden überhaupt kommen), Tourismusvertreter und Mediatoren. Oft wurde und wird dies nach wie vor nur halbherzig gehandhabt. Zu wenig Budget, zu wenig Wissen oder zu wenig Kooperation von Seiten der Stadt, aber auch der Wirtschaft, führen oftmals zu Misserfolgen und damit zum Versiegen jeglicher Bestrebungen.

- Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt werden oft nur halbherzig gesetzt – oder auf eine Art reduziert – wie beispielsweise Veranstaltungen (Silvesterpfade etc.), die Besucher allerdings nur einmal ins Zentrum locken, oder von Verschönerungsmaßnahmen. Kurzfristige Erfolge wurden langfristigen häufig vorgezogen.
- Mit vielen Förderungsmöglichkeiten und – mitteln gelingt es jetzt allmählich, das Ruder wieder ein wenig herumzureißen.
- Die allmählich zunehmende Leerstandsproblematik bei Fachmarkt-, aber auch Einkaufszentren wird derzeit noch größtenteils kaum thematisiert. Rechtlich gibt es keine Möglichkeiten, Investoren oder Betreiber zu verpflichten, bei der Planung eine mögliche Nachnutzung zu bedenken oder für den Abriss zu sorgen. Letzterer kommt Betreiber in der Regel teurer als ein Jahre langer Leerstadt der Objekte. Diese Thematik wird jedoch angesichts des zunehmenden Verdrängungswettbewerbs auch unter Fachmarkt- und Einkaufszentren zunehmend an Bedeutung gewinnen.

2 Ausgangslage

Der Strukturwandel im Einzelhandel hat in den letzten Jahrzehnten zu einer tiefgreifenden Veränderung geführt: Und zwar zum einen in der räumlichen Verteilung und Dichte des Einzelhandels: gab es früher eine Vielzahl von unabhängigen Einzelhändlern mit einer relativ dichten Verteilung, so gibt es nun eine begrenzte Zahl an Filialisten mit einem teils weitmaschigen Filialnetz. Paradebeispiele für diese Entwicklung stellen der Lebensmittel-, Möbel- und Baustoffhandel dar. Zum anderen zeigte sich der Strukturwandel aber auch in Hinblick auf die Bedeutung von Stadtzentren sowie großflächigen Einkaufsagglomerationen auf der Grünen Wiese.

Die Ursachen für diese Entwicklung können nicht eindeutig festgestellt werden. Tatsache ist, dass einerseits Faktoren wie Größe des Geschäftes und Innovation bei den Kunden an Bedeutung gewonnen haben.

Gleichzeitig findet sich in Niederösterreich eine überwiegend kleinteilige Siedlungsstruktur – die Folge: die Entfernung zu Versorgungseinrichtungen nimmt zu, gleiches gilt für die Zahl der Haushalte die nicht mehr nahversorgt sind. Parallel dazu nimmt die Bedeutung der alten Handelszentren – also in der Regel der Innenstädte – ab, da die Abwanderung der Einzelhändler häufig auch zur Abwanderung von Unterhaltungseinrichtungen wie etwa Kinos, aber auch von Banken etc. führt.

Mit der Einkaufszentrenverordnung soll der weiteren Entwicklung von Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ Einhalt geboten werden. Die wirtschaftliche Stärkung der Ortskerne und der Erhalt der Nahversorgung sind damit eine der großen Herausforderungen für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Denn Untersuchungen zeigen, dass die Versorgungsfunktion kleinregionaler Zentren gegenüber den zentralen Orten der oberen Stufen und den neuen Versorgungseinrichtungen um die Ballungszentren zunehmend an Bedeutung verliert.

Gerade im Gegensatz zu den Großprojekten, die an den Stadträndern realisiert werden, besteht nun die Herausforderung an die Projekt- und Umweltplanung, die Integration von Handelsbetrieben in die Ortskerne zur Erhaltung der Nahversorgungsstrukturen der Bevölkerung zu gewährleisten und damit ihre Lebensqualität zu erhalten.

Wie Handlungsstrategien zur Stärkung regionaler Zentren umgesetzt werden und wie Regionen, Kommunen, Einzelhändler und Wirtschaftsverbände als Akteure bei der Ansiedlung des Einzelhandels gemeinsam das Ziel der Belebung der Innenstädte, des Erhalts der Nahversorgung und der Raumverträglichkeit verwirklichen können, ist Vorhaben dieser Studie.

Eine Reihe von Schritten ist notwendig, um die genannten Ziele erreichen zu können. Hier kann die Erarbeitung von Konzepten und Strategien, regelmäßiger Erfahrungsaustausch, die Bündelung der Kräfte und Zusammenführung von Wirtschaft und Politik dazu beitragen, die Lebensfähigkeit der Orte langfristig zu sichern. Mit der Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Stadtzentren und mit der Aktion „Stadt- und Ortskernbelebung“ hat Niederösterreich erste Schritte in diese Richtung gesetzt. Es wird aufgezeigt, welche weiteren Initiativen es benötigt, um die Belebung der Innenstädte zu forcieren und welche Chancen und Grenzen der Nahversorgung in Niederösterreich es gibt.

2.1 Projektinhalt und Ziele

Mit Hilfe von Kategorisierungen einzelner Einkaufszentren soll versucht werden, die Entwicklung der Standortqualität von Einkaufszentren zu untersuchen. Dies z.B. aufgrund folgender Kennzahlen:

Eröffnungsjahr, vermietbare Fläche, vermietete Fläche, Verkaufsfläche, Kundenfrequenz, Umsatz, Zahl der Beschäftigten, Zahl der Geschäfte, Zahl der Stellplätze, Gastronomie- und Freizeitangebot.

Dem werden andererseits die Nahversorgung bzw. die Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten gegenüber gestellt.

Anhand von Beispielen wird aufgezeigt, inwieweit Konzepte der Ortskernbelebung bzw. der Dorferneuerung und Nahversorgungskonzepte ineinandergreifen müssen, um die wirtschaftliche Basis der Ortskerne nachhaltig zu stärken. Eine mögliche weitere Fragestellung wäre, ob die Konkurrenten Innenstadt und Einkaufszentren kooperieren können und welcher Strategien und Maßnahmen es dabei bedarf, um Kooperationen zu ermöglichen.

Aus wirtschaftlicher Hinsicht scheinen die Trends dahingehend, dass trotz Marktsättigung der Handel weiter expandiert. Zu klären ist, wohin der Trend standortmäßig geht, ob Richtung Innenstädte oder an die Peripherie. Welche „Formate“ in welchen Lagen sind bei Händlern und Kunden beliebt?

Angestrebtes Ergebnis ist die Erstellung eines Kriterienkatalogs anhand von Best-Practise Beispielen, die zeigen, welche Maßnahmen der Standortentwicklung für Einkaufszentren und von Seiten der Kommunen für Innenstädte notwendig sind, um Ortskerne nicht zu gefährden, sondern diese im Zuge von Entwicklungsplanung zu erhalten, zu stärken oder wiederzubeleben.

In diesem Zusammenhang werden folgende Projektschritte vorgeschlagen:

- Analyse der Kennzahlen ausgewählter Einkaufszentren in Niederösterreich (voraussichtlich die folgenden: SCS Vösendorf, St.Pölten, Horn, Wr. Neustadt)
- Analyse bisheriger konkreter Strategien zur Innenstadtbelebung in ausgewählten Gemeinden
- Interviews von EKZ-Betreibern, Wirtschaftstreibenden, Politikern, Kommunen, Investoren, Einzelhandel
- Nationale und internationale Trendanalyse zur Stärkung regionaler Zentren
- Vergleich mit anderen Bundesländern in Hinblick auf Rechtslage und Initiativen
- Analyse der Regelungssystematik von EKZ (Raumordnungsgrundsätze und –ziele; überörtliche und örtliche Raumplanung; Baubewilligung)

Dabei geht es um die Beantwortung folgender Fragestellungen:

- Welche Rolle kommt der Raumplanung bei der Auseinandersetzung mit unternehmerischen Zielen und bei der Vermeidung monofunktionaler Strukturen zu?
- Wie wirkt die neue Einkaufszentrenverordnung und gibt es Verbesserungsbedarf?
- Welche Schwellenwerte für EKZ soll es geben, abhängig von EKZ-Typen bzw. räumlich-funktionalen Kriterien?
- Wie gestaltet sich die Praxis der Innenstadtbelebung und kann die Wohnbauförderung bei der Belebung von Innenstädten einen Beitrag leisten?
- Was kann Citymanagement in dieser Frage bewerkstelligen?

- Leerstandsproblematik (was geschieht mit leerstehenden Fachmarktzentren, aufgegebenen Passagen, etc?)
- Welche Möglichkeiten zur Nachnutzung von Einkaufszentren kann es geben?
Kann das Land Konzepte der Nachnutzung einfordern?

Insgesamt soll die Studie Alternativen zu peripheren Handelseinrichtungen aufzeigen, damit wesentliche Ziele wie der räumliche Ausgleich - Peripherie versus Zentren, die funktionelle Stärkung des Zentrums als Mittelpunkt der Gemeinde und ihres Umlandes sowie auch die soziale Integration und hier besonders die Sicherung der Versorgung nicht motorisierter Bevölkerungsgruppen erreicht bzw. erhalten werden.

3 Einzelhandel in (Nieder)Österreich

3.1 Allgemeines

Niederösterreich blieb und bleibt von der allgemeinen Entwicklung im Einzelhandel nicht verschont. Der Trend zur räumlichen und betrieblichen Konzentration ist auch hier bemerkbar: gab es früher eine Vielzahl von unabhängigen Einzelhändlern mit einer relativ dichten Verteilung, so gibt es nun eine begrenzte Zahl an Filialisten mit einem teils weitmaschigen Filialnetz. Die Ursachen für die Strukturveränderungen sind höchst unterschiedlich. Neben dem Konzentrationsstreben an sich sind es auch das Einkaufsverhalten und die Mobilität der Kunden, die die Handelsstruktur in den vergangenen Jahren nachhaltig verändert haben.

Sichtbar wird dieser Strukturwandel auf zwei Ebenen: zum einen in der bereits angesprochenen Filialisierung. Nach Angaben der RegioPlan Consulting¹ war bereits Mitte 2007 ein Drittel aller Einzelhandelsstandorte filialisiert oder organisiert – bis 2010 werden es 50 Prozent sein. Österreichweit sind von etwa 51.000 Geschäften also bereits 17.000 filialisiert oder in einem Franchisesystem bzw. einer Vertriebskooperation organisiert. Statistisch gesehen kommen auf 1,5 Neueröffnungen der Filialisten 2,5 Schließungen des sonstigen Handels pro Tag. Paradebeispiele für diese Entwicklung stellen der Lebensmittel-, Möbel- und Baustoffhandel dar. Das Sterben der kleinen Händler führt RegioPlan vor allem darauf zurück, dass diese kaum auf veränderte Marktbedingungen reagieren. Sie treten – oft ungewollt – mit den großen Konzernen in Konkurrenz, weil sie das Sortiment nicht anpassen (können). Bessere Kundenberatung sowie längere Öffnungszeiten allein sind langfristig nicht genug, um den Filialisten Paroli bieten zu können. Dazu kommt, dass diese Einzelhändler oft in schlechteren Lagen angesiedelt sind.

Zum anderen zeigt sich der Strukturwandel aber auch in Hinblick auf die Bedeutung von Stadtzentren sowie großflächigen Einkaufsagglomerationen auf der Grünen Wiese. Zahlreiche Innenstädte haben bereits ihre Einkaufsfunktion verloren – oder sind dabei, diese zu verlieren. Die Kaufkraftabflüsse verteilen sich allerdings üblicherweise ungleich stark auf die einzelnen Betriebe, mit der Folge, dass zuerst einzelne Betriebe in ihrem Fortbestand gefährdet sind bzw. dieser unmöglich wird. Bereits bei einem Kaufkraftabfluss von 20 Prozent sind punktuelle Aushöhlungen bzw. ein Funktionsverlust zu erwarten, ein Abfluss von 50 Prozent führt unweigerlich zum Absterben eines Teils der Geschäftsstraße.² Dadurch wird eine Spirale in Bewegung gesetzt, die zum weitgehenden Funktionsverlust von Einkaufsstraßen

¹ RegioPlan Consulting GmbH, „Standortlisten des österreichischen Einzelhandels – Ausgabe 2007.“

² Peter Fischer, Verkehrsenergieaufwand städtischer Einkaufs- und Versorgungsstrukturen, Diplomarbeit, Wien 1997, S. 48f.

oder Zentren führen kann – der sich auch durch den optisch unattraktiven Straßenraum zeigt. Parallel dazu kann das Aufgeben von Einzelhändlern auch einen Rückgang der Wohn- und Lebensqualität bewirken. Davon betroffen sind meist sozial benachteiligte Gruppen wie ältere Menschen, Behinderte, Kinder und Jugendliche sowie Personen ohne PKW. Und nicht nur das: damit verbunden sind dann ausbleibende Investitionen der Gebäudeeigentümer, das Ansiedeln von Billigshops, Schnellimbiss-Stuben, eine Vernachlässigung des öffentlichen Raums – der trading down-Effekt hat damit voll eingesetzt. Allerdings: Großprojekte verdrängen nicht automatisch Kleinunternehmen in den Innenstädten – meist zahlen jene Lehrgeld, die bereits in den Jahren zuvor notwendige Anpassungs- und Optimierungsmaßnahmen vernachlässigt haben.

Bereits im Landesentwicklungskonzept für Niederösterreich wurden 2004 bei der Redimensionierung des Netzes zentraler Einrichtungen neben verschiedenen anderen auch folgende Entwicklungsziele als beachtenswert angeführt:

- ▶ Zeitgemäßer Qualitätsstandard: Die Versorgung mit Gütern und Diensten soll qualitätsorientiert in zeitgemäßer Angebotsform und Ausstattung erfolgen. Standortgebundene, zentralörtlich orientierte Versorgungsleistungen und mobile Angebotsformen sollen sich dabei ergänzen.
- ▶ Moderater Zeit-, Kosten- und Müheaufwand: Versorgungsleistungen der verschiedenen Bedarfsstufen sollen für alle Bevölkerungsgruppen in allen Landesteilen mit vertretbarem Zeit-, Kosten – und Müheaufwand in Anspruch genommen werden können.
- ▶ Möglichst wohnortnahe Versorgung: Dies unterstützt die Chancen der Inanspruchnahme für alle Bevölkerungsgruppen und hält das Verkehrsaufkommen so gering wie möglich. Dies gilt vor allem für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, die medizinische und schulische Grundversorgung, die Versorgung mit Kindergärten sowie die Versorgung der älteren Bevölkerung mit sozialen Diensten.

Mit zahlreichen Maßnahmen wird von Seiten des Landes, aber auch von Seiten der Gemeinden und der Wirtschaft versucht, den Weg der Stadtzentren und Ortskerne in die Bedeutungslosigkeit zu bremsen und das Ruder herumzureißen. Oft werden entsprechende Maßnahmen allerdings sehr spät, unkoordiniert und auch nur halbherzig gesetzt.

3.2 Zahlen und Fakten

3.2.1 Österreich

Bezüglich der Einkaufszentren-Dichte nimmt Österreich in Europa eine Spitzenposition ein – mit 0,25 m² Verkaufsfläche pro Einwohner wird Österreich nur von Norwegen, Schweden und den Niederlanden überholt. Im Österreich-Vergleich liegt Niederösterreich mit 1,82 m² pro Einwohner vor Kärnten (1,78) und der Steiermark (1,71). Schlusslicht ist Vorarlberg mit 1,28 m² pro Einwohner. Die Zahl der Shoppingcenter beziffert die ACSC (Austrian Council of Shopping Centers) mit 170. Davon sind 120 klassische EKZ mit mindestens 4.000 Quadratmetern Nutzfläche für Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe (vermietbare Fläche) und Fachgeschäftsmix (mind. 20 Betriebe oder zumindest zehn Betriebe, wenn zwei Leitbetriebe aus unterschiedlichen Branchen vorhanden waren), 47 Fachmarktzentren als planmäßig errichtete Komplexe mit mindestens fünf Fachmärkten oder fachmarktähnlichen Betrieben, zwei Factory Outlet Center und einem Sonderfall (Vienna Airport Shopping). Diese Center verfügten über ca. 2,9 Mio Quadratmeter vermietbare und 2,7 Mio. Quadratmeter Verkaufsfläche; im Jahr 2006 wurden fast 420 Mio. Besucher (1,4 Mio. pro Geschäftstag) gezählt. Der Umsatz betrug 2006 etwa 8,8 Mrd. Euro und wurde von 6.400 Betrieben mit mehr als 59.000 Beschäftigten erwirtschaftet. Der Gesamtumsatz aller österreichischen EKZ entsprach 21,4 Prozent der einzelhandelsorientierten Kaufkraft der Österreicher. Die Flächenproduktivität lag bei durchschnittlich 3.150 Euro. Von 169 Zentren (ohne Airport Shopping als Sonderfall) liegen 57 Prozent in integrierter Lage mit Wohnnutzung im fußläufigen Umfeld. Diese integriert gelegenen Zentren erwirtschaften auf rund 46 Prozent der Verkaufsfläche 47,5 Prozent des Umsatzes. Zieht man das Airport Shopping als Sonderfall ab, so stehen den Einkaufszentrenkunden etwa 123.000 (meist kostenlose) Kundenstellplätze zur Verfügung. Die Durchschnittsgröße der österreichischen Einkaufszentren liegt bei einer vermietbaren Fläche von 17.000 m², was einer Verkaufsfläche von rund 13.600 m² sowie rund 38 Geschäften pro Zentrum entspricht. Die Schwankungsbreite reicht von einer vermietbaren Fläche von 4.000 m² bis zu 170.000 m².

Im internationalen Vergleich werden allerdings Einkaufszentren erst ab einer Größe von 10.000 m² vermietbarer Fläche als solche betrachtet: Unter diesen Voraussetzungen weist Österreich nur 83 Einkaufs- und Fachmarktzentren auf. Begonnen hat der EKZ-Boom in Österreich zu Beginn der 80er Jahre. Für das Entstehen des Betriebstyps „Einkaufszentrum“ werden unter anderem ein starkes Bevölkerungswachstum durch steigende Geburtenraten, die längere Lebenserwartung und das damit verbundene Wachstum von Städten, der Wohlstand breiter Bevölkerungsschichten, kürzere Arbeitszeiten, der technische Fortschritt (Erfindung des Kühlschranks!) sowie die verstärkte Mobilität verantwortlich gemacht.

3.2.2 *Niederösterreich*

Nach der Anzahl der Standorte im Einzelhandel führt im Bundesländervergleich Niederösterreich, gemessen an der Dichte hat Tirol die Nase vorn. Der Einzelhandelsumsatz für NÖ beträgt 7,7 Mrd. Euro. Knapp die Hälfte, nämlich 48 Prozent der Umsätze werden im kurzfristigen Bedarfsbereich erwirtschaftet, 21 Prozent entfallen auf den mittelfristigen Bedarfsbereich und 31 Prozent auf „Güter des langfristigen Bedarfs“. Damit übersteigen erstmals die Kaufkraftzu-, die Kaufkraftabflüsse.

Im gesamten Bundesland gibt es 2,76 Mio. Quadratmeter Einzelhandelsverkaufsfläche – pro Kopf stehen 1,8 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung. Hohe Flächenkonzentrationen gibt es in den Bezirken Mödling, Wr. Neustadt und St. Pölten – niedrig sind sie in den Bezirken Melk, Scheibbs, Lilienfeld, Waidhofen/Thaya und Gänserndorf. 78 Prozent der Verkaufsflächen befinden sich außerhalb der Innenstädte, mehr als die Hälfte liegt in den 25 so genannten Zentralorten (Bezirksstädte sowie größere Nebenorte). 16 Prozent liegen in außerhalb dieser Städte gelegenen größeren Fachmarkt- bzw. Einkaufszentren und 31 Prozent befinden sich in Einkaufsmöglichkeiten im sonstigen Landesgebiet – meist handelt es sich dabei um Nahversorgungsstrukturen im ländlichen Raum.

Der Löwenanteil der Verkaufsfläche (knapp mehr als eine Million Quadratmeter) findet sich in der Region NÖ Süd – allein die großflächigen Einkaufs- und Fachmarkttagglomerationen im Raum Vösendorf und Umgebung machen mehr als ein Drittel dieser Verkaufsfläche aus. Die geringste Ausstattung mit Verkaufsflächen gibt es mit 300.000 Quadratmetern im Mostviertel. Auffallend ist, dass sich – wie bereits erwähnt - 78 Prozent der Verkaufsfläche außerhalb der Innenstädte in Streu- und peripheren Lagen befinden. Zwar betrifft dies vor allem Waren des kurz- und langfristigen Bedarfs – aber auch der Anteil zentrenrelevanter Branchen daran ist bereits sehr hoch – im Textilbereich liegt er bei 53 Prozent, bei Schuhen bei 70 Prozent und bei Diskontern bei 93 Prozent

Der häufigste Betriebstyp sind laut der Studie KANO 2006 (Kaufkraftstromanalyse, durchgeführt von CIMA im Auftrag der WKNÖ und Land NÖ) Fachgeschäfte (79 Prozent), Diskonter und Fachmärkte sind im Vormarsch (zusammen 17 Prozent), auf sie entfallen aber 46 Prozent der Verkaufsfläche.³ Der Filialisierungsgrad liegt in den niederösterreichischen Zentralorten bei durchschnittlich 37 Prozent, in den Innenstädten sind es 28 Prozent. Die Filialbetriebe allerdings nehmen 72 Prozent der gesamten Verkaufsfläche ein.

In Niederösterreich selbst gibt es 17 Einkaufszentren mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 19.500 Quadratmetern.⁴ Derzeit sind etwa 22 Projekte

³ Dialog regional, Sommer 07, S. 16 Simon Ortner/Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik.

⁴ RegioPlan Consulting GmbH, Shopping Center Top 100 – Ausgabe 2006.

(Erweiterung bzw. Neubau) in der Pipeline, sechs gelten als fix.⁵ Dazu gehören Projekte in Kottlingbrunn, Schrems, Vienna Airport Shopping, Fischamend, ein Fachmarktzentrum in Korneuburg sowie das EKZ Gerasdorf. Letzteres wird mit zirka 50.000 Quadratmetern eines der größten Einkaufszentren in Österreich sein, die Umweltverträglichkeitsprüfung läuft gerade. Alle diese Projekte haben die Bewilligungen noch nach der alten Raumordnung erhalten.

Noch kurz ein paar Worte zur Kaufkraft:

Niederösterreich liegt mit 102,4 Indexpunkten im Bundesländer-Vergleich bei der Kaufkraft auf Platz drei hinter Wien (106,7 Indexpunkte) und Salzburg (104 Indexpunkte). Innerhalb Niederösterreichs ist der Wohlstand allerdings äußerst unterschiedlich verteilt: Spitzenreiter sind Mödling mit 129,2 Indexpunkten, Wien-Umgebung (122,9 Indexpunkte) sowie Korneuburg (113 Indexpunkte), Bruck/Leitha (107,9 Indexpunkte) und Tulln sowie Baden mit je 106,9 Indexpunkten. Schlusslichter hingegen finden sich vor allem im Waldviertel: Der Bezirk Zwettl hat mit 81,6 Indexpunkten die geringste Kaufkraft, gefolgt von Gmünd (85 Indexpunkte), Waidhofen/Thaya (85,9 Indexpunkte), Scheibbs (89,3 Indexpunkte) und Melk (89,7 Indexpunkte).

Insgesamt verfügt die ortsansässige Bevölkerung in Niederösterreich über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Höhe von 7,1 Milliarden Euro. Allerdings: laut Kaufkraftstromanalyse 2006 geben Konsumenten immer häufiger ihr Geld nicht nur im Handel, sondern auch für andere Konsumzwecke wie Gesundheit, Freizeit oder Telekommunikation aus. Positiv allerdings ist, dass 82 Prozent der heimischen Kaufkraft im Lande bleibt. Die höchsten Bindungen der ortsansässigen Kaufkraft erreichen die Bezirke St. Pölten mit 88 und Wiener Neustadt mit 86 Prozent. Die niedrigsten Lilienfeld (45 Prozent), Wien- Umgebung und Melk mit je 49 Prozent. Im Vergleich der „Zentralorte“ erreichen Mistelbach, Horn, Amstetten, St. Pölten, Krems und Wiener Neustadt Eigenbindungsquoten von mehr als 85 Prozent.

⁵ Roman Schwarzenecker, Standort + Markt im Interview.

4 Exkurs Einkaufszentren

4.1 Begriffsdefinition Einkaufszentrum

Zur Definition des Begriffs Einkaufszentrum sind zwei Varianten möglich – eine funktionale sowie eine legistische.

Bei ersterer wird versucht, die Qualität und den Charakter von EKZ zu beurteilen. Falk und Wolf nennen ein Einkaufszentrum „eine als Einheit geplante, errichtete, verwaltete und betriebene Konzentration von Einzelhandelsbetrieben und sonstigen Dienstleistungen“⁶ Elf Jahre später wird der Begriff präzisiert: „Ein Einkaufszentrum ist ein einheitlich geplantes und errichtetes Ensemble einer größeren Zahl von Einzelhandels- und konsumorientierten Dienstleistungsbetrieben mit einer Mindestnutzfläche und einer Mindestzahl von unterschiedlichen Betrieben“.⁷ Aus diesen Definitionen ergeben sich bereits die für EKZ charakteristischen Merkmale:

- bauliche Einheit
- zentrale Verwaltung und Organisation
- Warenangebot des täglichen Bedarfs (inkl. Lebensmittel), koordinierter Branchenmix
- Gute Verkehrsinfrastruktur und ausreichend Parkplätze

Einkaufszentren selbst können nach Standorttypen oder aber auch nach dem Einzugsbereich unterschieden werden:

Nach Standorttypen:

- Integriertes Shoppingcenter
- Halbzentral gelegenes EKZ (innerstädtisch an Verkehrsknotenpunkten gelegen)
- Halbperipher integriert (außerstädtisches Zentrum – Donauzentrum)
- Center auf der Grünen Wiese

Nach dem Einzugsbereich:

- Nahversorgungszentrum mit einer Fläche zwischen 1.500 und 5.000 Quadratmetern – Einzugsgebiet: 2-5 km
- Städtisches EKZ: 4.000 – 15.000 m², Einzugsgebiet: 5-10 km

⁶ Falk Bernd, Wolf Jakob: Das große Lexikon für Handel und Absatz, Landsberg am Lech 1982.

⁷ Schober Sabine, Einkaufszentren – Situation und Perspektiven, in: 20 Jahre Standort + Markt Beratungsgesellschaft m.b.H.; Felixdorf 1993.

- Regionales EKZ (10.000 – 15.000m², 10-15 km Einzugsgebiet)
- Überregionales EKZ(> 20.000m², Einzugsgebiet: 10 – 50 km)
- Power Center 15.000 – 50.000m², Einzugsgebiet: 10 – 30 km)
- Factory Outlet Center (8.000 – 10.000 m², Einzugsgebiet: 50 – 100 km)

4.2 Standortkriterien für ein EKZ:

Für die Errichtung eines EKZ sind verschiedene Faktoren, und zwar demographische, raumplanerische sowie infrastrukturelle, relevant.

Als demographische Einflussfaktoren gelten unter anderem Bevölkerungsdichte, Alters- und Einkommensstruktur sowie Kaufkraftpotenzial und Versorgungsgrad; raumplanerisch relevante Faktoren sind etwa die Flächenressourcen, aber auch Bodenpreise, zu den infrastrukturellen gehören die Infrastrukturanbindung sowohl in technischer als auch verkehrsmäßiger Hinsicht sowie das Arbeitskräftepotenzial. Und in Zeiten immer größer werdender Konkurrenz unter den Einkaufszentren selbst gewinnen auch Architektur und Ambiente zunehmend an Bedeutung. Sie müssen dem Zentren- bzw. dem Betriebstyp sowie der Zielgruppe entsprechen.⁸

Warum gehen Konsumenten eigentlich in Einkaufszentren? Neben der großen Angebotsvielfalt sind es Umfragen zufolge die Anzahl der Geschäfte und die ausreichend vorhandenen Parkmöglichkeiten. Dass in den EKZ oft gratis geparkt werden kann, ist hingegen kaum ein Motiv für den Besuch desselben. Weiters sind die Aktivitäten und das Veranstaltungsprogramm in den Zentren, die teilweise gegebene Wetterunabhängigkeit sowie vermeintlich günstigere Preise Argumente für den Besuch von Shoppingcenter.

4.3 Auswirkungen von Einkaufszentren

Die wichtigsten Auswirkungen sind:

- ▶ auf den Einzelhandel: gerne werden Einkaufszentren als die Ursache für das Sterben von Klein- und Mittelbetrieben genannt. Tatsache ist zwar, dass die Ansiedlung eines EKZ einen großen Eingriff in das Marktgefüge darstellt – ihnen die alleinige Schuld am Strukturwandel zu geben wäre allerdings verfehlt.
- ▶ auf die Versorgung: Gerade in ländlichen Gebieten kann es zu einer Unterversorgung kommen, wenn ein Betrieb durch die Konkurrenz eines EKZ zum Aufgeben gezwungen wird. Wichtig ist, dass trotz allem Güter des täglichen Bedarfes für jedermann zu Fuß erreichbar sein müssen.

⁸ Hannes Lindner, Standort + Markt, Praxisdialog WU, WS 2005/2006.

- ▶ Auf den Verkehr: Handel und Verkehr sind untrennbar miteinander verbunden. Die Errichtung eines Handelsbetriebes verursacht neuen Verkehr und zieht Verkehrsverlagerungen im Standortbereich nach sich. Ein Handelsbetrieb bzw. Einkaufszentrum mit 10.000 Quadratmeter Kundenfläche weist im Durchschnitt 500 Stellplätze aus. Bei mehrfacher Belegung bedeutet dies ca. 4.000 Pkw-Bewegungen pro Tag – unter Berücksichtigung starker Schwankungen.⁹
- ▶ Auf die Umwelt: Die negativen Auswirkungen des Verkehrsproblems führen auch zu einer steigenden Umweltbelastungen. Darüber hinaus stellen großflächige Einkaufszentren per se einen enormen Eingriff ins ökologische Gleichgewicht dar.
- ▶ Auf die Stadtentwicklung: Durch die Ansiedlung von EKZ am Stadtrand entsteht eine künstliche Zentralität – mit der Folge, dass sich die Kaufkraft von einem bestehenden Zentrum dorthin verschiebt.
- ▶ Auf den Arbeitsmarkt: Zwar werden durch die Neuerrichtung eines EKZ neue Arbeitsplätze geschaffen. Nicht immer reichen diese aber aus, um den Arbeitsplatzverlust in der Umgebung auszugleichen. Studien gehen davon aus, dass jene Arbeitsplätze, die in den Städten verschwinden, an der Peripherie nur zu etwa einem Viertel wieder geschaffen werden.

⁹ Amt der Tiroler Landesregierung, Abt. Raumordnung-Statistik; 2006 in: Guss Christoph, Heimgartner Daniel, Kral Ulrich, Faktor Einzelhandel und Zersiedelung. Raumrelevante Auswirkung im Modellansatz. Bericht zur LVA Computerunterstützte Lösungen in komplexen Systemen. TU Wien, Juni 2007.

5 Einkaufszentren in der NÖ Raumordnung

5.1 Allgemeines

Die Regelungen für Einkaufszentren sind eine Never Ending Story im österreichischen Planungsrecht¹⁰. In der Regel gibt es eine mehrstufige Regelungssystematik für Einkaufszentren, die Konzentration erfolgt auf das Raumordnungsrecht der Bundesländer, die jeweiligen Landesregelungen weisen starke Differenzierungen und Abweichungen auf. Planungsrechtliche Grundlagen finden sich in den Raumordnungsgesetzen der Länder, die teilweise mehrfach novelliert wurden, in Verordnungen der Länder (Landesraumpläne bzw. sektorale Programme), in Regierungsbeschlüssen und Richtlinien.

Grundsätzlich ist die Thematik „Einkaufszentren“ in der Gewerbeordnung, dem NÖ Raumordnungsgesetz und der NÖ Warengruppenverordnung geregelt.

In der Gewerbeordnung wurde der Schutz der Nahversorgung zuletzt mit BGBl. I Nr. 88/2000 im Paragraf 77 Abs. 5 bis 9 GewO 1994 sowie mit BGBl. II Nr. 277/2000 geregelt. Er gilt für Anlagen des Handels sowie ausschließlich oder überwiegend für als Handelsbetriebe vorgesehene Gesamtanlagen (Einkaufszentren), die vor allem dem Handel mit Konsumgütern des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs dienen (Nahversorgung im engeren Sinn) und eine Gesamtverkaufsfläche von mehr als 800 Quadratmeter aufweisen. Solche Betriebsanlagen dürfen demnach nur genehmigt werden, wenn das Projekt die Nahversorgung der Bevölkerung mit Konsumgütern des kurzfristigen und täglichen Bedarfs im Einzugsbereich nicht gefährdet (§77 Abs 5 Z2). Bei Einkaufszentren muss zusätzlich der Standort für eine derartige Gesamtanlage gewidmet sein. (§77 Abs. 5 Z1). Die Widmung derselben ergibt sich aus den raumordnungsrechtlichen Regelungen der Länder.

Ausgenommen von den EKZ-Regelungen in der Gewerbeordnung sind Projekte in einem Stadtkern- oder Ortskerngebiet.

Auf Grund der Gewerbeordnung (§ 77 Abs. 8) ist der Landeshauptmann befugt, eine Verordnung über die entsprechenden Kenngrößen und Beurteilungsmaßstäbe im Zusammenhang mit der Bewilligung eines Einkaufszentrums zu erlassen. Von dieser Befugnis wurde bislang in Niederösterreich noch kein Gebrauch gemacht.¹¹

Regelungen betreffend Einkaufs-/Fachmarktzentren finden sich im NÖ Raumordnungsgesetz 1976 und in der NÖ Warengruppenverordnung

¹⁰ Ass.-Prof. Dr. Arthur Kanonier, Department für Raumentwicklung, Infrastruktur- und Umweltplanung, Fachbereich für Rechtswissenschaften, TU Wien. Stadtplanung Aktuell – Die Attraktivität der Peripherie, 8.5.2006.

¹¹ Siehe Anhang.

Die Kompetenzenregelung der Materie „Einkaufszentrum“ wurde vom Verfassungsgerichtshof 1982 geregelt: „Raumordnung zielt auf eine möglichst im Sinne der öffentlichen Interessen liegende Ordnung des Raumes ab; der Landesgesetzgeber kann die räumlich funktionellen Erfordernisse unter den verschiedenen Aspekten mitberücksichtigen. Die Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung kann dabei Berücksichtigung finden. Im Rahmen der Raumordnung können daher an sich Sonderwidmungen von Flächen für Geschäftsbauten für den überörtlichen Bedarf und für Einkaufszentren sowie ähnliche Einrichtungen festgelegt werden“.¹² Die Raumplanung muss sich daher vor allem mit den negativen Aspekten von EKZ wie dem enormen Flächenverbrauch, der Gefährdung der Nahversorgung, den Strukturveränderungen, dem verstärkten Verkehrsaufkommen sowie Veränderungen des Naturraums und der Beeinträchtigung des Ortsbildes auseinandersetzen. Die Fragen, mit der sich die Raumplanung also auseinandersetzen muss, lauten daher: Soll lenkend eingegriffen oder dem Markt freie Hand gelassen werden? Besonders problematisch ist neben der Frage der Sicherung der Nahversorgung jene der Verkehrsproblematik – die Verringerung der Einzelhandelsstandorte bzw. deren Konzentration auf einige Punkte erzeugt zusätzlichen Verkehr.

Allerdings stößt die Raumordnung immer wieder an ihre Grenzen: So haben die in allen Landesgesetzen verankerten Flächenlimits immer wieder Schlupflöcher geboten. Anstatt eines Großprojektes wurden mehrere Filialen knapp unterhalb des Limits errichtet; bei einem zu geringen Flächenlimit kam es wiederum zu einer Zunahme an Projekten von Diskontern, da diese eben keiner großenbegrenzten Sonderregelung unterlagen.

Der Einzelhandel als einer der dynamischsten Wirtschaftszweige besitzt nach wie vor erhebliche Bedeutung für die NÖ Raumplanung. So beklagen Kunden zum einen das Fehlen einer optimalen Nahversorgung in den Ortskernen, andererseits kaufen sie gerne in den Einkaufszentren und großen Supermärkten am Stadtrand – weil bequeme Zufahrtsmöglichkeiten und Parkplätze vorhanden sind –und gleichzeitig Auswahl und Preis passen. Wobei sich natürlich die Frage stellt – was war früher da – die Mobilität der Kunden oder waren sie gezwungen, mobil zu werden.

5.2 Raumordnerische Grundsätze bei der Errichtung von EKZ

Raumplanung wird in Österreich von Bund, Ländern und Gemeinden wahrgenommen. Dem Bund kommen nur sektorale Zuständigkeiten zu (z.B. im Wasserrecht oder Gewerberecht), die Länder können planerisch tätig werden

¹² VfGH 14.10.1982, G34/81 – ZfVB 1983/2/775 – VfSlg 9543.

Landesgesetze bilden die gesetzliche Grundlage für die überörtliche und örtliche Raumplanung.

Zur Koordination der Raumordnung auf gesamtstaatlicher Ebene wurde die Österreichische Raumordnungskonferenz (ÖROK) eingerichtet. Eine der zentralen Aufgaben der ÖROK ist die Ausarbeitung und Aktualisierung des Österreichischen Raumordnungskonzeptes. Dieses stellt die Rahmenplanung auf gesamtstaatlicher Ebene mit Leitbildfunktion für raumrelevante Planungen und Maßnahmen von Bund, Ländern und Gemeinden dar und hat Empfehlungscharakter. (Vgl. dazu das Österreichische Raumentwicklungskonzept 2001 (ÖREK 2001)).

Darüber hinaus verabschiedet die ÖROK in Konkretisierung des Österreichischen Raumentwicklungskonzeptes und zu besonderen raumrelevanten Fragen Empfehlungen an ihre Mitglieder. Der Verabschiedung von Empfehlungen gehen in der Regel wissenschaftlichen Grundlagenarbeiten und intensiven Beratungen in den Fachgremien der ÖROK voraus.

Die österreichische Raumentwicklungspolitik fühlt sich folgenden Grundsätzen verpflichtet:

- sparsame, schonende Nutzung des Raumes und der Umwelt,
- Schaffung der räumlichen Voraussetzungen zur wirtschaftlichen Entwicklung,
- die Entfaltung der Gesellschaft im Raum sowie
- die aktive Mitgestaltung an Veränderungsprozessen.

Eine räumlich ausgewogene Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Regionen, die Sicherung eines gleichwertigen Zugangs zu Infrastruktur und Wissen und die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen und des kulturellen Erbes sollen zum wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhalt, zu gleichwertigen Lebensbedingungen in den Teilräumen sowie zur gesellschaftlichen Integration beitragen.¹³

Raumordnungsgrundsätze

Entsprechend den Raumordnungsgrundsätzen ist vordringlich darauf zu achten, die Qualität der natürlichen Lebensgrundlagen durch sparsame und sorgsame Verwendung der natürlichen Ressourcen wie Boden, Wasser und Luft zu erhalten und soweit erforderlich nachhaltig zu verbessern.

Die Nutzung von Grundflächen hat unter Beachtung eines sparsamen Flächenverbrauches, einer wirtschaftlichen Aufschließung sowie weitgehender Vermeidung gegenseitiger nachteiliger Beeinträchtigungen zu erfolgen. Die Zersiedelung der Landschaft ist zu vermeiden.

¹³ Österreichisches Raumentwicklungskonzept 2001.
<http://www.oerok.gv.at/Publikationen/schriftenreihe/schriftenreihe163a.pdf>

Die Ordnung benachbarter Räume sowie raumbedeutsame Planungen und Maßnahmen aller Gebietskörperschaften sind aufeinander abzustimmen.

Dabei sind folgende Ziele abzuwägen

Entwicklung der Wirtschafts- und Sozialstruktur der Regionen des Landes unter Bedachtnahme auf die jeweiligen räumlichen und strukturellen Gegebenheiten.

→ Entwicklung der Siedlungsstruktur

- nach dem Prinzip der gestreuten Schwerpunktbildung (dezentrale Konzentration),
- im Einklang mit der anzustrebenden Bevölkerungsdichte eines Raumes,
- unter Berücksichtigung der ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Tragfähigkeit,
- von innen nach außen,
- unter Wiedernutzbarmachung von abgenutzten Baugebieten,
- durch Ausrichtung an der Infrastruktur,
- im Einzugsbereich öffentlicher Verkehrsmittel,
- unter Berücksichtigung sparsamer Verwendung von Energie und vermehrtem Einsatz erneuerbarer Energieträger,
- unter Vermeidung von Gefährdung durch Naturgewalten und Umweltschäden durch entsprechende Standortauswahl.

→ Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung mit öffentlichen und privaten Gütern und Dienstleistungen in zumutbarer Entfernung durch

- Entwicklung einer entsprechenden Siedlungsstruktur,
- geeignete Standortvorsorge für Handels- und Dienstleistungseinrichtungen,
- die zweckmäßige Ausstattung zentraler Orte entsprechend ihrer zentralörtlichen Funktion sowie
- Stärkung der Funktionsfähigkeit bestehender Zentren.

→ Gestaltung und Erhaltung der Landschaft sowie Schutz vor Beeinträchtigungen, insbesondere von Gebieten mit charakteristischer Kulturlandschaft oder ökologisch bedeutsamen Strukturen.

→ Schutz erhaltenswerter Kulturgüter, Stadt- und Ortsgebiete.

- Freihaltung von Gebieten mit der Eignung für eine Nutzung mit besonderen Standortansprüchen von anderen Nutzungen, die eine standortgerechte Verwendung behindern oder unmöglich machen, insbesondere
 - für Wohnsiedlungen,
 - Gewerbe- und Industriebetriebe,
 - für Erholung, vor allem im Nahbereich von Siedlungsschwerpunkten,
 - für einen leistungsfähigen Tourismus unter Bedachtnahme auf die wirtschaftliche und soziale Tragfähigkeit, die ökologische Belastbarkeit des Raumes sowie die Erfordernisse des Natur- und Landschaftsschutzes,
 - für eine leistungsfähige Land- und Forstwirtschaft,
 - mit überörtlich bedeutsamen Rohstoffvorkommen.

Als einige der Herausforderungen und aktuellen Trends für die Raumentwicklung in Österreich, die im ÖROK 2001 erkannt wurden, sind neben fortschreitender Suburbanisierung und Zersiedelung und hohem Flächenverbrauch der Trend zu Großformen, im besonderen die Errichtung großflächiger Fachmarkt-, Freizeit- und Shopping-Center genannt.

In bezug auf die Strategie, Ressourcen nachhaltig nutzen, muss die Widmung von Einkaufszentren hinsichtlich der zentralen Bedeutung der örtlichen Siedlungsentwicklung sowie der ausreichenden Dichte im Einzugsbereich öffentlicher Verkehrsmittel und für Einrichtungen der Nahversorgung als Herausforderung gesehen werden.

Instrumente der örtlichen Raumplanung und Verfahren zur Prüfung der Raum- und Umweltverträglichkeit von Großanlagen (auch gemäß EU-Recht) müssen weiterentwickelt und gezielter eingesetzt werden.

Gerade in bezug auf ländliche Regionen müssen daher als Ziele und Strategien im raumordnerischen Kontext die

- Stärkung gemischter Siedlungs- und Wirtschaftsstrukturen
- Nutzung der regionalen, lokalen Potenziale
- Förderung der klein- und mittelstädtischen Zentren, insbesondere durch ausreichende Infrastrukturerschließung

formuliert sein.

5.3 Einkaufszentrenverordnung

Mit der 14. Novelle zum NÖ Raumordnungsgesetz (NÖ ROG), die am 2. März 2005 in Kraft getreten ist, wurde ein wesentlicher Schritt zu Stärkung der niederösterreichischen Ortszentren gesetzt. Demnach sind Einkaufszentren nur noch in Zentrumszonen zulässig. Die Neuregelung der Handelseinrichtungen hat zum Ziel, die innerstädtischen, zentralen Siedlungsbereiche als Handelsstandort aufzuwerten und dort den Neu- bzw. Umbau von Handelseinrichtungen zu erleichtern. In den peripheren Gebieten wurde dafür im Gegenzug der baurechtliche Rahmen eingeschränkt. Die Erleichterungen für Handelsbetriebe im Ortskern ergeben sich jedoch nicht automatisch, sondern setzen voraus, dass die entsprechende Gemeinde im Bedarfsfall ihren Flächenwidmungsplan entsprechend anpasst und zwar zum einen durch die Festlegung von Zentrumszonen und zum anderen innerhalb der Zentrumszonen durch den Zusatz „Handlungseinrichtungen“ für die Widmung BaulandKerngebiet- Die Widmungsarten „Bauland – Gebiete für Einkaufszentren“ und „Bauland – Gebiete für Fachmarktzentren“ können nicht mehr neu festgelegt werden und wurden aus dem entsprechenden Absatz gestrichen. Diese Widmungen konnten allerdings bis 31.12.2005 noch insoweit ausgenutzt werden als eine erstmalige Bebauung oder eine bauliche Ergänzung auf die festgelegte, aber noch nicht voll ausgeschöpfte Bruttogeschoßfläche möglich war. Gleichzeitig wurde jedoch die Verpflichtung aufgenommen, bestehende Einkaufs- und Fachmarktzentren, die baubehördlich bewilligt sind, abzusichern.

Die Bestimmungen über die zulässige Größe von Handelsbetrieben wurden unabhängig von der jeweiligen Widmungsart in § 17 ROG zusammen getragen. Demnach gibt es in Zentrumszonen keine Beschränkung von Verkaufs- oder Bruttogeschoßflächen; außerhalb der Zentrumszonen, aber noch innerhalb des geschlossenen, bebauten Ortsgebietes dürfen max. 1.000m² Bruttogeschoßfläche im Bauverfahren bewilligt werden. Die Bestimmungen zur Summierung mit angrenzenden Handelsbetrieben blieben aufrecht und wurden noch verschärft: dazwischen liegende öffentliche Verkehrsflächen haben somit keine Trennungswirkung mehr. Ein geschlossenes bebautes Ortsgebiet liegt dann vor, wenn der Standort innerhalb einer Ortschaft liegt, in der unmittelbaren Umgebung die Bebauung dominiert und zumindest an drei benachbarten Seiten des betroffenen Bauplatzes bereits Hauptgebäude vorhanden sind. Außerhalb der oben angeführten Bereiche dürfen nur mehr Verkaufsflächen im Ausmaß von insgesamt 80m² errichtet werden. Von dieser Bestimmung ausgenommen sind mobile Verkaufseinrichtungen sowie die zeitlich begrenzte Aufstellung von Marktständen. Für bestimmte Warengruppen, die nicht zentrumsrelevant sind und in einer Durchführungsverordnung aufgezählt werden¹⁴, gibt es ebenfalls keine

¹⁴ Nicht zentrenrelevante Waren sind Fahrzeuge inkl. Zubehör, Baustoffe, Bauelemente und Eisenwaren, Bodenbeläge, Brenn- und Treibstoffe, Stein- und Betonwaren, Pflanzen- und Gartenbedarfsartikel, Holzrohstoffe.

Beschränkungen. Nicht betroffen sind weiters der echte Großhandel sowie der Fabriksverkauf.

Zentrumszonen dürfen nur innerhalb einer bestehenden zusammenhängenden Siedlungseinheit mit mindestens 1.800 Einwohnern festgelegt werden. Ausschlaggebend sind hier die bestehenden baulichen Strukturen. Streusiedlungen werden nicht als „zusammenhängenden Siedlungseinheiten“ angesehen. Die baulichen Strukturen können in ihrer Abgrenzung von der statistischen Gliederung nach

- ▶ Gemeinden
- ▶ Katastralgemeinden
- ▶ Zählsprengeln oder
- ▶ Ortschaften laut Statistik Austria

abweichen.

Daher dürfen Einwohnerwerte, die auf Basis von Gemeinden, Katastralgemeinden, Zählsprengeln oder Ortschaften vorliegen, nicht unreflektiert übernommen werden. Unter dem Begriff „Einwohner“ ist stets die (männliche oder weibliche) Hauptwohnsitzbevölkerung zu verstehen.¹⁵

Für bestehende Zentrumszonen gilt, dass diese den ganzen Ort umfassen müssen und nicht nur ausgewählte Ortsteile beschränkt sein dürfen. Als Entscheidungsgrundlagen dienen das Erscheinungsbild, eine gute Verkehrsanbindung, die dichtere Bebauung sowie ein hoher Durchmischungsgrad der Nutzungen (Wohnbau muss vorhanden sein).

Als Kriterien für neue Zentrumszonen dienen die dichtere Bebauung (Grundstücke mit einer Geschosßflächenzahl größer 1,0, in kleineren Orten 0,8), wobei die Wohnnutzung überwinden muss sowie die Verkehrsanbindung im Individualverkehr. Sollte diese fehlen, muss ein entsprechendes Verkehrskonzept ausgearbeitet werden. Vorgesehen sein sollte auch die Erschließung durch den Öffentlichen Verkehr. Weiters müssen öffentliche Einrichtungen sichergestellt sein.¹⁶

Mit Stand Juni 2007 haben 20 Gemeinden Zentrumszonen ausgewiesen: Amstetten, Gresten, Groß Gerungs, Herzogenburg, Krems, Krumbach, Lilienfeld, Mautern, Neulengbach, Neunkirchen, Schwechat, Seitenstetten, Stockerau, St. Leonhard/Ruprechtshofen, St. Valentin, Traiskirchen, Traismauer, Tulln, Wr. Neustadt.

¹⁵ Leitfaden zur Zentrumszonenabgrenzung, www.raumvision.at.

¹⁶ Ebda.

6 Beispiele aus anderen Bundesländern

6.1 Tirol

In Tirol, wo es neun Einkaufszentren mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 15.000 Quadratmetern¹⁷ gibt, ist mit 1. Juli 2005 eine Novelle zum Tiroler Raumordnungsgesetz in Kraft getreten, deren vorrangiges Ziel es war, die Randlagen zu bremsen und die Ortskerne in Tirol zu stärken. Geschlossen wurde vor allem jene Lücke, die es bis dahin möglich machte, unter dem Deckmantel „Fachmarktzentrum“ einen Gebäudekomplex auf der Grünen Wiese zu errichten und somit die Einkaufszentren-Regelung zu umgehen. Im Tiroler Einkaufszentrenprogramm 2005, LGBl. Nr. 119/2005 werden konkrete Standortvorgaben für Einkaufszentren gemacht und Grundsätze formuliert, die bei der Widmung entsprechender Sonderflächen zu beachten sind. In Form von Raumordnungsprogrammen werden sogenannte Kernzonen für Gemeinden verordnet, innerhalb derer die Widmung von Sonderflächen für Einkaufszentren des Betriebstyps A (v.a. innenstadtrelevantes Sortiment und Lebensmittel) zulässig ist. Innerhalb der Kernzonen dürfen Handelsbetriebe über 300m² im Bauland errichtet werden. Außerhalb der Kernzonen ist die Errichtung solcher Handelsbetriebe nur auf Sonderflächen für Handelsbetriebe zulässig. Die Frage der Zulässigkeit von Sonderflächen für Handelsbetriebe ist – abgesehen vom Bezug zu den Kernzonen-Raumordnungsprogrammen – ausschließlich im TROG 2001 geregelt – das Raumordnungsprogramm für Einkaufszentren hat für die Frage der Zulässigkeit dieser Sonderflächen keine Relevanz.

Weiters wurde von sechs Betriebstypen auf zwei reduziert, die Orte wurden in drei Kategorien unterteilt: Gebiet Innsbruck, Orte unter 5.000 Einwohner bzw. über 5.000 Einwohner. Für jene, die in Ortszentren gehen, gibt es ein Zuckerl und zwar in Form der Änderung der Kundenfläche. Seither gilt die Fläche hinter der Theke nicht mehr als Kundenfläche. Abgerundet wurde das Ganze auch durch Förderungsmaßnahmen: so hilft unter anderem der Gemeindeausgleichsfonds (GAF) bei der bedarfsgerechten Verteilung der Mittel auf die strukturschwachen Gemeinden. Außerdem bekommt ein Nahversorger alle fünf Jahre eine Prämie von 7.000 Euro, wenn er auch die nächsten fünf Jahre im Ort bleibt.

¹⁷ RegioPlan Consulting GmbH, Shopping Center Top 100 – Ausgabe 2006.

6.2 Wien

In Wien finden sich nach wie vor die meisten Einkaufszentren – die bestehenden 25 weisen eine durchschnittliche Verkaufsfläche je EKZ von 18.000 auf. Insgesamt hat die Verkaufsfläche in Wien seit 1998 um 42 Prozent zugenommen. Dies ist vor allem auf den Zuwachs an Einkaufszentren (+ 179 Prozent) und Fachmärkten (+ 189 Prozent) außerhalb der Einkaufsstraßen zurück zu führen. Der Anteil der Wiener Einkaufsstraßen an der Wiener Gesamtverkehrsfläche beträgt daher nur noch 40 Prozent (1998: 53 Prozent).¹⁸ Durch die hohe Flächenproduktivität in den Einkaufsstraßen sieht die Umsatzbilanz wesentlich positiver aus: etwa 46 Prozent der in Wien erwirtschafteten Umsätze werden in den Wiener Einkaufsstraßen gemacht. 26 Prozent entfallen auf große und kleine Streulagen, je 14 Prozent auf nicht integrierte Einkaufszentren und Fachmarktgebiete.

Unterdessen haben Wohnbauressort, Wirtschaftskammer, Finanzressort sowie SP- und Grünpolitiker in Wien Projekte in initiiert, um die Nahversorgung bei ihrem Überlebenskampf zu unterstützen.

Wohnbau: Die bereits bestehenden Gebietsbetreuungen wurden neu orientiert, um Wirtschaftstreibende, Anrainer und den Bezirk besser zu vernetzen.

Finanz: Bereits bisher hat die Stadt Wien gemeinsam mit der Wiener Wirtschaftskammer die Einkaufsstraßen mit 120 Mio Euro unterstützt. Und auch künftig wird es durch Wirtschaftskammer (40,4 Mio. Euro) und Stadt Wien (179,6 Mio. Euro) finanzielle Unterstützung geben.

Projekte: SP und Grüne haben gemeinsam Projekte initiiert, bei denen in dieser Legislaturperiode die Wiederbelebung von dahinsiechenden Einkaufsstraßen erreicht werden soll. Konkret handelt es sich bei diesem Pilotversuch um die Lerchenfelder Straße, die Hernalser Hauptstraße/Jörgerstraße (Gürtel bis Elterleinplatz) und Wallensteinstraße. Ein Maßnahmenkatalog soll heuer realisiert werden.

Durch die Bahnhofsoffensive und den zeitgleichen Umbau der wichtigsten Bahnhöfe in Wien ergibt sich eine einzigartige Häufung von Handelsprojekten am Standort Bahnhof. Sowohl der neue Zentralbahnhof, der Westbahnhof als auch die Bahnhöfe Wien Mitte und Wien Nord sollen in den nächsten Jahren zusätzlich 60.000 m² an Handelsfläche bringen.

Wien besitzt kein explizites Raumordnungsgesetz, sondern legt im Rahmen der Wiener Bauordnung die Zielsetzungen und Instrumente der Stadtplanung fest. Als rechtswirksames Raumordnungsinstrument besteht in Wien nur der Flächenwidmungs- und Bebauungsplan, andere gesamtstädtische Planungen haben nur Leitlinienfunktion und unterliegen teilweise dem Beschluss des Gemeinderates. Neben dem traditionell hoheitlichen Planungsinstrumentarium der Raumordnung und

¹⁸ WKW-Präsidentin Brigitte Jank, Pressekonferenz zur Kaufkraftstromanalyse Wien 2006, 8. Mai 2007.

Bodenpolitik werden in Österreich seit Beginn der 90er-Jahre zunehmend auch privatwirtschaftliche bodenpolitische Instrumente aus dem Bereich der Vertragsraumordnung zur Bodenmobilisierung eingesetzt.

Einkaufszentren sind laut §7c (1) Bauordnung für Wien definiert als sind Bauvorhaben mit Räumen, die überwiegend für das Ausstellen und den Verkauf von Waren beziehungsweise für das Erbringen von Dienstleistungen bestimmt sind, soweit die Fläche dieser Räume zusammen mehr als 2.500 m² beträgt. Zwei oder mehrere Bauvorhaben mit derartig genutzten Räumen gelten als einziges Einkaufszentrum, wenn sie funktional (z. B. durch gemeinsame Anlagen zum Einstellen von Kraftfahrzeugen, innere Erschließung, Verbindungen von Gebäuden) miteinander verbunden sind und die Fläche der Räume insgesamt mehr als 2.500 m² beträgt. Nicht als Einkaufszentren gelten Bauvorhaben, die ausschließlich für den Kraftfahrzeug-, Landmaschinen- oder Baumaschinenhandel bestimmt sind. Sie dürfen nur in Wohngebieten, gemischten Baugebieten und Industriegebieten errichtet werden, wo sie im Bebauungsplan gemäß § 5 Abs. 4 lit. c ausgewiesen sind. Darüber hinaus dürfen Einkaufszentren auf Liegenschaften an einer Geschäftsstraße errichtet werden. Für Einkaufszentren kann im Bebauungsplan eine höchstens zulässige Fläche bezogen auf eine durch Fluchtlinien bestimmte Grundfläche, festgelegt werden; ferner kann zur Sicherung der räumlich funktionellen Nahebeziehungen, der zeitgemäßen Bedürfnisse und der sozialen Struktur der Bevölkerung festgelegt werden, dass nur Fachmärkte, aber keine Einkaufszentren für Lebens- und Genussmittel der Grundversorgung errichtet werden dürfen. Vor Festsetzung von Einkaufszentren ist eine Prüfung nach § 7b Abs. 7 durchzuführen. Zu prüfen sind darüber hinaus die Wechselwirkungen des geplanten Einkaufszentrums auf andere Einkaufszentren und Geschäftsstraßen sowie auf die Nahversorgung. Bei der Festsetzung von Einkaufszentren sind auch Festsetzungen nach § 7b Abs. 5 zu treffen.¹⁹

Seit 1984 besteht ein umfassendes Boden - und Stadtentwicklungsmanagement in Wien, das den Prinzipien eines private - public - partnership - Modells zugeordnet werden kann. Dies basiert auf einem, den Prinzipien der nachhaltigen Entwicklung entsprechenden Stadtentwicklungsplan (1984 erste Fassung, 1994 neue Fassung) und einem Liegenschaftsmanagement, bestehend aus dem Wiener Wirtschaftsförderungsfonds WWFF (zur Bereitstellung, Entwicklung und Weitergabe von Flächen für Betriebsansiedelung), dem Wohnfonds Wien (zur Bereitstellung und Vermittlung von Grundstücken für geförderten Wohnbau) sowie der städtischen Liegenschaftsabteilung (Grundstücke für öffentliche Einrichtungen, Grünflächen, Verkehrsflächen etc.).

¹⁹ Wiener Stadtentwicklungs-, Stadtplanungs- und Baugesetzbuch (Bauordnung für Wien - BO für Wien).

Aufbauend auf den bestehenden, vorher beschriebenen Strukturen wurde ein Paket von ineinander greifenden, sich ergänzenden Maßnahmen entwickelt. Im Jahre 1994 wurde von der MD - Stadtbaudirektion die so genannte Infrastrukturkommission eingerichtet, die die Prioritäten hinsichtlich der Umsetzung von Wohnbauprojekten nach den Kriterien Standortqualität, Beitrag zur Stadtentwicklung, Kosten der sozialen und technischen Infrastruktur (im Sinne eines Möglichst optimalen Ressourceneinsatzes) festgelegt und die Sicherstellung der sozialen und technischen Infrastruktur nach den festgesetzten Prioritäten in Abstimmung mit dem Wohnbauprogramm bewerkstelligen soll.

Im Herbst 1997 wurde die "Kommission zur Optimierung des Grundstücksmanagements" (KOG), ebenfalls unter der Leitung des Stadtbaudirektors eingerichtet. Diese Kommission soll die Harmonisierung der Zusammenarbeit der genannten beiden Fonds, der Liegenschaftsverwaltung der Stadt Wien sowie den, für die Stadtentwicklung maßgeblichen Stellen in Bezug auf ein zielgerichtetes Bodenmanagement herbeiführen.

Als erster Schritt wurde ein Betriebsflächenprogramm entwickelt, das laufend betreut und umgesetzt wird.

6.3 Oberösterreich

Mit 1. November 2005 ist die oberösterreichische Raumordnungsgesetznovelle in Kraft getreten. Um die Konzentration bestimmter Handelsbetriebe (Einkaufszentren, -parks) zu bremsen wurden diese verschärften raumordnerischen Kontrollen unterworfen. So ist ab einer Verkaufsfläche von 300 Quadratmetern eine Geschäftsgebietswidmung im jeweiligen Flächenwidmungsplan notwendig. Ein Raumordnungsprogramm (Verordnung) des Landes ist ab einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 1.500 Quadratmeter erforderlich. Darin kann über Beschränkungen der höchstzulässigen Gesamtverkaufsfläche und der Verkaufsfläche für Lebens- und Genussmittel der Grundversorgung inklusive sonstiger Artikel des täglichen Bedarfs sowie des erlaubten Warenangebots getroffen werden.

Gemeinden können bei Verkaufsflächen zwischen 300 und 1.500 Quadratmetern selbst entscheiden, wann und wo diese entstehen sollen – bisher war dies erst ab 600 Quadratmeter möglich.

Von dieser neuen Regelung bis 1.500 Quadratmeter Verkaufsfläche ausgenommen sind Kerngebiete – erst ab dieser Grenze sind die Erlassung eines Raumordnungsprogramms des Landes sowie eine Geschäftsgebietswidmung erforderlich. Weiters werden in Kerngebieten die Verkaufsflächen nicht zusammen gerechnet – die 1.500 Quadratmeter-Grenze wird erst überschritten, wenn ein neuer Bau diese Größenordnung erreicht.

Für bestehende Handelsbetriebe, die nach der früheren Rechtslage rechtmäßig errichtet worden waren, nun aber nicht mehr ohne Geschäftsgebietswidmung bestehen durften, wurde eine Übergangsfrist eingeführt. Sie dürfen ohne Geschäftsgebietswidmung bestehen bleiben – solange sie nicht erweitern wollen. Bei einer Erweiterung müssen die betreffenden Grundflächen zuvor als Gebiet für Geschäftsbauten ausgewiesen werden.

Kann die jeweilige Gemeinde auf gute, klar abgefasste, örtliche Entwicklungskonzepte zurück greifen, d.h., wenn klare Baulandgrenzen vorgegeben sind und die Flächenwidmungs- und Bebauungsplanänderung in Übereinstimmung mit diesem erfolgt, kann das Stellungnahmeverfahren bei Änderungsverfahren entfallen. Gleiches gilt, wenn die Gemeinde Grundstücke in ein Gebiet für Geschäftsbauten für die Errichtung von Großvertriebsformen des Handels umwidmet und die Zulässigkeit bereits in einem Raumordnungsprogramm des Landes festgestellt wurde.

Die frühere Definition „Flächen mit überwiegend städtischer Struktur“ wurde ergänzt, da sie für ländliche Ortschaften kaum zutrifft, aber auch dort ein Planungsbedarf für eine zentrumsbildende Struktur besteht. Den zulässigen Nutzungen im Kerngebiet wurde ausdrücklich das Bürogebäude hinzugefügt.

Zu Jahresende 2005 befanden sich 139 Raumordnungsprogramme über die Verweidung von Grundstücken als Gebiet für Geschäftsbauten für den überörtlichen Bedarf in Rechtskraft.²⁰

Das Gebiet südwestlich von Linz weist aufgrund der verkehrsgünstigen Lage hervorragende Standorteigenschaften für Betriebe unterschiedlicher Branchen auf. Der Mangel an Anreizen zur kommunalen Zusammenarbeit und das Fehlen ordnungspolitischer Vorgaben durch die Regionalplanung hatten in dieser Region eine Flächenwidmung zufolge, die massive Fehlentwicklungen verursachte. Bis 31. Dezember 2005 wurden in Oberösterreich insgesamt rund 1,851.000 Quadratmeter Verkaufsfläche für Geschäftsbauten (für den überörtlichen Bedarf) genehmigt; dies ergab umgerechnet rund 1,33 Quadratmeter Verkaufsfläche je Einwohner. Etwa 43 Prozent der Verkaufsflächen entfielen auf Handelsbetriebe, die Lebens- und Genussmittel anbieten. Von der gesamten durch Verordnung genehmigten Verkaufsfläche befanden sich etwa 33 Prozent nicht in zentralen Orten.²¹

²⁰ Rechnungshofbericht Reihe Bund 2007/2, Vorlage vom 28. Februar 2007, S. 3.

²¹ Ebda, S. 3f.

7 Beispiele aus der Europäischen Union

7.1 Bayern

Bayern weist mit etwa 30 Einkaufszentren nach Hessen die zweithöchste Dichte gemessen an der Geschäftsfläche pro Einwohnerzahl auf. Anders als in anderen deutschen Bundesländern befinden sich die meisten der Einkaufszentren nicht auf der Grünen Wiese, sondern in innerstädtischen bzw. innenstadtnahen Lagen.

Definiert sind Einkaufszentren folgendermaßen: „Ein Einkaufszentrum ... setzt im Regelfall einen von vornherein einheitlich geplanten, finanzierten, gebauten und verwalteten Gebäudekomplex mit mehreren Einzelhandelsbetrieben verschiedener Art und Größe, meist verbunden mit verschiedenartigen Dienstleistungen, voraus“.²²

In der Regel verfügt das Einkaufszentrum über mindestens einen, zumeist jedoch mehrere großflächige Magnetbetriebe, die an den Endpunkten der Mall des Einkaufszentrums angeordnet sind, während die Mall selbst durch eine kleinteiligere Geschäftsstruktur gekennzeichnet ist.

Der Filialisierungsgrad liegt bei 60 Prozent, während er in den Innenstädten zwischen 20 und 25 Prozent erreicht. Ausnahme sind die 1a-Lagen, die beinahe das Niveau der Einkaufszentren erreichen.

Wie auch im übrigen Deutschland erfolgt die normative Steuerung durch die Landes- und Regionalpläne auf Basis der rahmenrechtlichen Bestimmungen des Bundesraumordnungsgesetzes und des entsprechenden Landesplanungsgesetzes.

Die Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern vom 16. Juli 2002 hat folgende Fassung:

„Flächen für Einzelhandelsprojekte sollen in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete zentrale Orte) ausgewiesen werden. Die Ausweisung soll in städtebaulich integrierter Lage mit einer den örtlichen Gegebenheiten entsprechenden Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgen. Vom Erfordernis der städtebaulich integrierten Lage kann in städtebaulichen Tandlagen bei Einzelhandelsgroßprojekten, die nicht dem Verkauf von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs dienen, ausnahmsweise abgesehen werden, wenn,

- ▶ die Gemeinde den Nachweis des Fehlens geeigneter städtebauliche integrierter Standorte erbringt und
- ▶ bei Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten das Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen als

²² BVerwG 4 C 16.87.

oberste Landesplanungsbehörde im Einvernehmen mit dem Staatsministerium des Inneren im Rahmen der landesplanerischen Überprüfung dem jeweiligen Vorhaben auf Grund übergeordneter Gesichtspunkte der räumlichen Ordnung und Entwicklung zustimmt.

Durch die Ausweisung von Flächen für die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten soll die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einrichtungen nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Einzelhandelsgroßprojekte dürfen, soweit in ihnen

- ▶ innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, bei
 - a) Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs höchstens 25 v. H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich, bei Siedlungsschwerpunkten ohne Nahbereich im Gemeindegebiet,
 - b) Waren des sonstigen Bedarfs für die ersten 100.000 Einwohner höchstens 30 v. H., für die 100.000 übersteigenden Einwohner höchstens 15 v. H., in den Oberzentren München, Nürnberg, Augsburg und Würzburg höchstens 10 v. H.

der sortimentspezifischen Kaufkraft im jeweiligen Verflechtungsbereich des innerstädtischen Einzelhandels,

- ▶ nicht innenstadtrelevante Sortimente verkauft werden, höchstens 25 v. H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im Einzugsbereich des jeweiligen Vorhabens abschöpfen.“²³

Die Städtebauförderung leistet seit 1971 mit über drei Milliarden Euro einen bedeutenden Beitrag zur städtebaulichen Erneuerung der bayerischen Städte, Märkte und Dörfer. Die Finanzhilfen des Staates aktivieren Privatkapital in mehrfacher Höhe und tragen nachhaltig zur Sicherung von Arbeitsplätzen bei. Die aktuellen Handlungsschwerpunkte sind die Stärkung der Innenstädte und Ortsmitten, die Fortentwicklung von Stadt- und Ortsteilen mit besonderem sozialem, ökonomischem und ökologischem Entwicklungsbedarf sowie die Herstellung nachhaltiger städtebaulicher Strukturen angesichts von Funktionsverlusten. Übergreifende Handlungsfelder sind insbesondere: Wohnraumversorgung, Wirtschaft und Beschäftigung, Ökologie, Denkmalpflege, Kultur und Kunst, Bildung und Soziales sowie die Gleichstellung in allen Lebensbereichen.

²³ Willy Spannowsky, Möglichkeiten zur Steuerung der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe durch die Raumordnung und ihre Durchsetzung in UPR 7/2003, S. 251.

Schwerpunkte städtebaulicher Erneuerungsmaßnahmen, die mit Städtebauförderungsmitteln unterstützt werden, sind insbesondere:

- die Stärkung der Innenstädte und Ortsmitten sowie die Verbesserung der Standortbedingungen für Handel und Gewerbe in den Zentren,
- das Aufhalten der sozial-räumlichen Polarisierung in Städten und Gemeinden sowie die Einleitung und Sicherung einer nachhaltigen Aufwärtsentwicklung in Stadt- und Ortsteilen mit besonderem Entwicklungsbedarf - Soziale Stadt,
- die Anpassungen zur Herstellung nachhaltiger städtebaulicher Strukturen in Gebieten, die von erheblichen städtebaulichen Funktionsverlusten betroffen sind - Stadtumbau,
- die Erhaltung und Modernisierung vorhandener sowie die Schaffung neuer Wohnungen,
- die Bewahrung und Modernisierung wertvoller Siedlungs- und Landesstrukturen sowie die Pflege des kulturellen Erbes,
- die Konversion von Liegenschaften des Militärs, der Bahn, der Post und auch von Gewerbe und Industrie,
- die nachhaltige Siedlungsentwicklung, z.B. durch Nutzung des Bestandes, Energieeinsparung, Verbesserung der natürlichen Bodenfunktionen,
- die Bewältigung der Belastung durch den Verkehr und eine ausgewogene Berücksichtigung aller Verkehrsteilnehmer und
- die Mobilisierung von Bauland für Wohnen, Gewerbe und Gemeinbedarf.

7.2 Dänemark²⁴

Der dänische Einzelhandel ist durch einen stetigen Rückgang der Anzahl der Betriebe gekennzeichnet. Davon betroffen sind vor allem kleine Einzelhändler, die durch die Konkurrenz großer Marktteilnehmer, aber auch der Tankstellenshops an die Wand gedrängt wurden. Auch in Dänemark siedelten sich großflächige Angebotsformen meist auf der „Grünen Wiese“ an, mit Folgen, die wir aus Niederösterreich kennen. Als Reaktion darauf präferiert auch die dänische Regierung mittlerweile innerstädtische Einzelhandelsstandorte. Das ursprünglich aus 1992 stammende Planungsgesetz, das zwar über Regelungsverfahren zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe beinhaltete, in dem aber keine verbindlichen Regelungen auf staatlicher, regionaler und kommunaler Ebene vorgegeben waren, wurde schließlich novelliert. Das Gesetz, das 1997 in Kraft trat, stellt vier Grundsätze

²⁴ Christian Huttenloher, Wirtschaftsstandort Innenstadt und „Grüne Wiese“. Erkenntnisse aus der EU.

auf, wonach beide Planungsebenen – Kreis und Gemeinden – zu gewährleisten haben, dass

- in kleineren und mittleren Städten sowie in Stadtteilen der größeren Städte ein weit gefächertes Einzelhandelsangebot gefördert wird
- die für Einzelhandelseinrichtungen ausgewiesenen Flächen verkehrsmäßig gut erreichbar sind, und zwar vor allem für Fußgänger, Radfahrer und Benutzer des ÖPNV
- eine sozial- und umweltverträgliche, nachhaltige Einzelhandelsstruktur mit verkürzten Transportwegen beim Einkauf gefördert wird
- Flächen für Einkaufseinrichtungen in Innenstädten ausgewiesen werden

Diese Grundsätze werden durch mehrere Detail- und Ausnahmeregelungen präzisiert, die unter bestimmten Bedingungen eine Ausweisung von Einzelhandelsstandorten an der Peripherie ermöglichen – etwa zur Versorgung kleinerer Einzelhandelsstandorte, zum Handel mit Gütern mit großem Platzbedarf. Generell sollten geplante Einzelhandelseinrichtungen 3.000 m² Bruttoverkaufsfläche für Konsumgüter bzw. 1.000m² für Spezialgüter nicht überschreiten.

Die übergeordneten nationalen Interessen werden durch die nationalen Planungsberichte sowie nationale Planungsrichtlinien zur Revision der Regionalpläne der Kreisgemeinden definiert. In diesen werden Einzelhandelsgebiete mit Vorgabe von Maximalgrößen für einzelne Objekte festgelegt. Eine neuerliche Novelle der Raumordnung ist mit der Kommunalreform 2007 zu erwarten.

7.3 Frankreich

Auch in Frankreich haben sich großflächige Einzelhandelsbetriebe bis Mitte der 90er Jahre zumeist in der Peripherie, etwa an städtischen Ausfallsstraßen oder eben auf der Grünen Wiese angesiedelt. Zwar gab es seit 1973 mit den Commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) Kommissionen auf Departementebene, die Einzelhandelsgeschäfte mit mehr als 1.500 m² zusätzlich genehmigen mussten (in Gemeinden mit mehr als 40.000 Einwohnern war diese Genehmigung bereits bei einer Größe von 1.000m² erforderlich) und Agglomerationen mit mehr als 10.000 m² mussten sich einer Umwelt- und einer Art Raumverträglichkeitsprüfung unterziehen; die Umstände machten eine Novellierung des Gesetzes notwendig – die Loi Raffarin verschärfte die planungsrechtliche Steuerung erheblich: Einzelhandelseinrichtungen wurden bereits 300 m² zusammenhängender Verkaufsfläche auf ihre sozio-ökonomischen, umweltbezogenen und infrastrukturellen Auswirkungen geprüft. Eine Raumverträglichkeitsprüfung war bereits ab 6.000 m² erforderlich. Durch die strikte

Anwendung des Gesetzes wurde die Entwicklung der Einzelhandelsexpansion an der Peripherie gebremst und zurück in die Stadtzentren gelenkt. Zur wichtigsten Planungsbehörde wurde die Delegation für Raumordnung und Regionalplanung (DATAR), die es seit 1963 gibt. Sie ist bei der Raumordnung federführend, wird aber von verschiedenen lokalen Einrichtungen unterstützt, die z. B. für die touristische Erschließung, die Industrialisierung und die Gestaltung der Ballungsräume zuständig sind. Zunächst legt der Staat die Ziele der Raumordnung im Rahmen der Wirtschaftsplanung fest; er ist auch die oberste Instanz für die Durchführung aller Maßnahmen. Mit den Dezentralisierungsgesetzen von 1982 und 1983 zog sich der Staat nach und nach aus der Raumordnung zurück und übertrug den lokalen Körperschaften einen größeren Handlungsspielraum. Die Regionen, die zu eigenständigen Gebietskörperschaften wurden, erhielten u. a. neue Zuständigkeiten in der Raumordnung. Zusammen mit dem Staat und im Rahmen des nationalen Plans erarbeiten sie konzertierte Raumordnungsprogramme (PACT). Die Zuständigkeitsbereiche der anderen Gebietskörperschaften wurden im Rahmen der Regionalisierung ebenfalls erweitert. So erhielten die 36.500 französischen Gemeinden große Autonomie im städtebaulichen Bereich. Sie können Bebauungspläne aufstellen, in denen die Zweckbestimmung der kommunalen Flächen festgelegt wird (Landwirtschaft, Wohnbereich, Grünflächen usw.). Baugenehmigungen erteilt heute der Bürgermeister. Die Departements sind für Teile der ländlichen Raumordnung, wie Flurbereinigungsmaßnahmen, sowie für die Departementstraßen zuständig.

7.4 Großbritannien

Großbritannien scherte ebenfalls nicht aus der allgemeinen Einzelhandels-Entwicklung aus. Konzentration und Rationalisierung führten auch auf den Britischen Inseln zu einem massiven Rückgang der Einzelhandelsstandorte, allerdings bei einer Zunahme der durchschnittlichen Verkaufsfläche, die auf das rapide Wachstum großflächiger Einzelhandelsbetriebe zurück zu führen war. Die Ansiedlung erfolgte auch hier in der Regel an nicht integrierten Standorten. Bereits 1994 entfielen 22 Prozent der Gesamtverkaufsfläche im Einzelhandel auf Betriebe auf der Grünen Wiese²⁵, neun Jahre zuvor waren es nur 8,5 Prozent. Die Ursachen dafür sind aber nicht nur die üblichen Entwicklungen im Einzelhandel, auch die während der 80er Jahre vorherrschende Politik der Deregulierung und freien Marktentwicklung wird dafür verantwortlich gemacht²⁶, da diese zu rasant steigenden Bodenpreisen in den Zentren führe. Als Reaktion auf den wirtschaftlichen Verfall der Innenstädte kam es 1993 und 1996 zu einer grundlegenden Revision der „Planning Policy Guidance Nr.

²⁵ Ebda, S. 8.

²⁶ Ebda, S.8.

6: Town Centres and Retail Development (PPG 6)“ von 1998, die bisher als nationale Leitlinie diente. Diese ist nun von den Kommunen nicht mehr nur für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen, sondern auch für jene von Vergnügungsparks und Bürozentren zu beachten. Ziel der überarbeiteten PPG 6 sind

- die Erhaltung und Förderung der vielfältigen Funktionen der Innenstädte
- Zur Förderung des Handels in Innenstädten und Stadtteilzentren sollen auf regionaler Ebene Entwicklungsstrategien erarbeitet werden. Die Strukturpläne und die lokalen Entwicklungspläne sollen dafür eine Zentrenhierarchie aufweisen.
- Für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe wird eine Standorthierarchie festgelegt: Vorrang haben Standorte in der Innenstadt, danach kommen jene in 200 bis 300 Meter Entfernung. Standorte außerhalb dieser Gebiete dürfen nur bei guter Verkehrsanbindung genehmigt werden – vorausgesetzt, es gibt in den Vorranggebieten keine Standorte bzw. sind diese ökonomisch nicht sinnvoll.
- Strategien zur Reduzierung von Verkehrsbelastungen sind zu berücksichtigen
- Die Kommunen werden zu einem effizienten Management innerstädtischer Parkplatzflächen aufgefordert

Weiters sieht die PPG 6 vor, dass Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 2.500m² Verkaufsfläche im Rahmen des Genehmigungsverfahrens zur Errichtung, Erweiterung und Sortimentsänderung auf sozioökonomische, infrastrukturelle und umweltbezogene Auswirkungen überprüft werden müssen. Agglomerationen auf der Grünen Wiese mit mehr als 20.000m² Grundfläche benötigen auf alle Fälle eine Umweltverträglichkeitsprüfung, in bisher nicht erschlossenen Gebieten ist diese bereits ab einer Grundfläche von 10.000m² erforderlich. Benachbarte Gemeinden sowie Handels- und Verbraucherorganisationen können beteiligt werden, größere Vorhaben mit einer überörtlichen Bedeutung müssen vor Erteilung der Genehmigung dem Ministerium zur Kenntnis gebracht werden. Dieses kann das Genehmigungsverfahren an sich ziehen.

Die Auswirkungen der strengen Regelungen ließen sich bereits statistisch nachweisen: Bereits 2001 haben erstmals seit 20 Jahren die in innerstädtischen Plänen ausgewiesenen Einzelhandelsflächen jene an der Peripherie überstiegen. Seit damals wurde auch kein neues regionales Shopping Center mehr genehmigt – die großen Lebensmittelketten sind vielmehr dazu übergegangen und haben neue, kleine Formate für die Innenstädte entwickelt. Selbst IKEA hat nun die erste Filiale in Innenstadt-Nähe errichtet.

8 Trend zur Innenstadt

8.1 Allgemeines

Wie bereits erwähnt, haben die meisten Innenstädte und sonstigen Ortskerne in den vergangenen Jahren einen massiven Bedeutungsverlust erlitten. Die Ursachen dafür waren vielfältig: Wohnen, Arbeiten, Freizeit und soziale Kontakte waren nicht mehr nur an einen Ort gebunden. Neue Standorte für diese Funktionen auf der Grünen Wiese (Satellitenstädte, Einkaufszentren, Großkinos, Büroparks etc.) haben neue Konkurrenz für die gewachsenen Ortskerne geschaffen. Verstärkt wurde diese Entwicklung durch den Strukturwandel im Handel, die Schließung von Polizeiposten, Postämtern und die Zentralisierungstendenzen von Bund und Ländern – in der Schaffung von Bundesamtsgebäuden an peripheren Lagen sowie den Neubau von Bezirkshauptmannschaften ebendort (z.B. Bruck/Leitha).

An die Stelle einer Hierarchie von Städten, aber auch Gemeinden mit dominanten Ortskernen, die alle zentralen Funktionen boten, ist eine neue urbane Realität getreten: die diversen, dezentral gelegenen Standorte konkurrenzieren die klassische Innenstadt bzw. den Ortskern. Die Entwicklung innerhalb der Zentren ist durch eine zunehmende „Uniformierung“ der Angebote gekennzeichnet. Kettenläden, Fast-Food-Anbieter, Spielhallen und Videotheken etc. haben Konjunktur und mindern die Attraktivität der Zentren. Die Optimierung der ökonomischen Verwertung innerstädtischer Flächen hat hier die Funktion Wohnen nahezu unbezahlbar werden lassen. Dadurch kommt es in den Innenstädten zur Verarmung der Straßenräume und Plätze, dem Verlust sozialer Kontrolle sowie einer Zunahme von Kriminalität und Vandalismus.

Die Folgen dieser Entwicklung sind deutlich sichtbar: leere Geschäfte und fehlende Frequenz prägen das Bild zahlreicher Städte, mittelfristig zeigen sich die Auswirkungen dann auch in der zunehmenden Vernachlässigung der Stadtkerne durch fehlende Investitionen in Häuser, aber auch den öffentlichen Raum und einer Verödung.

Sowohl national als auch international zeigt sich, auch unter dem Druck der Politik, die dem Bedeutungsverlust gegensteuert, in den letzten Jahren ein langsames Umdenken – weg von der Peripherie zurück in die Innenstädte. Der Handel zieht dabei mit – zumindest theoretisch: 33 Prozent der expandierenden Filialisten bekennen sich zu Innenstädten²⁷. Klar erkennbar ist, dass fast 2/3 der österreichischen Einzelhandelsketten Standorte in innerstädtischer Lage und in (unter anderem auch in bester Innenstadtlage befindlichen) Einkaufszentren bevorzugt. Den eindeutigen Wunsch nach stand-alone Standorten oder nach

²⁷ RegioPlan, Wer expandiert in Österreich – Ausgabe 2007.

Standorten am Stadtrand hat nur jedes fünfte Unternehmen. Allerdings scheitert die Realisierung der Innenstadt-Wünsche oft am Mangel an adäquaten Flächen.

Die Stadtentwicklungspolitik und die Städtebauförderung sind seit einigen Jahren zu wichtigen strukturpolitischen Instrumenten umgebaut worden. Die wichtigste Aufgabe der Städtebauförderung ist die Stärkung des Wirtschafts- und Industriestandortes Innenstadt durch die Verbesserung der sog. „weichen Standortfaktoren“.

8.2 Vorteile Innenstadt

Zersiedelung bedeutet die Ausprägung im Raum, sich tendenziell jenseits von bereits bestehenden und zusammenhängenden bebauten Flächen auszubreiten und so ein unkontrolliertes Wachstum mit einer Vielzahl von Effekten voranzutreiben. Oft als Urban Sprawl bezeichnet, führt die Zersiedelung zu einer immer weiteren Trennung der Grundfunktionen Wohnen, Arbeiten, Erholen und Bewegen – mit der Folge, dass zur Verbindung derselben der motorisierte Individualverkehr (MIV) zunimmt. Das Fehlen von kompakten Siedlungskörpern hat vielfältige Folgen:

- ▶ Nahversorgung ist nur in Einkaufszentren außerhalb der Siedlungskerne möglich
- ▶ Absterben der lokalen Wirtschaft (Kaufkraftabfluss) und Identität
- ▶ Baulandüberhang, aber oft keine Verfügbarkeit
- ▶ Belastete Kommunalbudgets durch Errichtung und Erhaltung von Basisinfrastruktur in der Fläche
- ▶ Kommunale Konkurrenz statt regionaler Aufgabenteilung
- ▶ Umweltbelastung durch MIV-affine Strukturen²⁸

Für Österreich bedeutet dies in Zahlen eine tägliche Bruttobodeninanspruchnahme von 21 Hektar, eine jährliche Bodeninanspruchnahme von zusätzlich sieben bis zwölf Quadratmeter pro Person, ungenutztes gewidmetes Bauland von zirka 30 Prozent und – Lebensmittelgeschäfte sind im Streusiedlungsgebiet in nur sechs Prozent der Fälle fußläufig erreichbar.²⁹

Die Innenstadt hingegen ist stets zentral gelegen und damit sowohl für den motorisierten Individualverkehr, aber auch für Radfahrer, Fußgänger und Nutzer des öffentlichen Personennahverkehrs gut erreichbar. Die zentrale, gut gelegene und erreichbare Innenstadt ist also ein ausgezeichneter Standort für die Nahversorgung – wovon vor allem die nicht motorisierte Bevölkerung (z.B. Kinder, ältere Menschen)

²⁸ Guss, Heimgartner, Kral: Faktor Einzelhandel und Zersiedelung, S. 8f.

²⁹ Ebda

profitiert. Sämtliche Nahversorgungskonzepte können eine funktionierende Innenstadt nicht ersetzen. Unter anderem deshalb, da Innenstädte mehr als Geschäftszentren sind – sie sind Orte der unterschiedlichsten Nutzungen und Begegnungen. Nicht zu vergessen – die Zentren sind in vielen Fällen auch ein wichtiger Arbeitsplatz für Beschäftigte in Dienstleistungs- oder Gastronomiebetrieben, bei Behörden, Ämtern und Wirtschaftsunternehmen.

Weiters machen etwa historische, aber auch moderne Bauten viele Innenstädte unverwechselbar – das führt unter anderem dazu, dass sich die Bewohner verstärkt mit „ihrer“ Stadt identifizieren.

8.3 Nachteile

Meist haben neue, "künstlich" geschaffene Standorte wie Fachmarktzentren und Shopping Zentren gegenüber traditionellen Einkaufsstraßen bei Schlüsselkriterien wie Parkplätzen, Auswahl, Öffnungszeiten, etc. große Vorteile. Durch gute Planung können Einkaufszonen von Grund auf optimiert werden, so dass sie im laufenden Betrieb meist nur wenige Schwächen aufweisen. Innenstädte hingegen leiden vor allem unter den vielen unterschiedlichen Interessen: Kaufleute, Immobilienbesitzer, Anrainer, Mieter, Politiker, Konsumenten, regionale Handelsverbände usw. versuchen, Einfluss auf die innerstädtischen Einkaufszonen zu nehmen. Die Folge sind langwierige Arbeitskreise, Abstimmungen und Kompromisse am kleinsten gemeinsamen Nenner. Dieser Nenner ist aber oft zu klein, um die Schwächen der Innenstädte nachhaltig auszumerzen. Handelszonen an der Peripherie sind also auch ein Ergebnis der oft sehr ungünstigen Rahmenbedingungen in den Innenstädten.

Ein weiteres Problem der Innenstädte liegt darin, dass sie in der Regel durch einen hohen Anteil an Kleinstflächen (bis 50m² oder 100m²) gekennzeichnet sind. Diese genügen jedoch häufig nicht mehr den Anforderungen, die heutige Konsumenten an die Warenpräsentation stellen. Besonders begehrt sind Geschäftslokale zwischen 100 und 200 m² (2004 lag der Anteil der gesuchten Standorte bis 100 Quadratmeter bei 14 Prozent, heute sind es 25 Prozent) bzw. über 500m² in Frequenzlagen. Sind diese zu teuer oder nicht zu finden, wird in Shoppingcenter ausgewichen. Nicht gefragt sind Immobilien am Stadtrand sowie Stand alone- oder Shop in Shop-Konzepte.

8.4 Wege zur belebten Innenstadt

Viele Einkaufsorte haben den Handlungsbedarf erkannt und suchen nach Maßnahmen, um den Einzelhandel im Ort zu behalten bzw. ihn wieder zurück zu lotsen. Die Praxis zeigt allerdings klar: Bisherige Ortsmarketing-Konzepte „von der Stange“, Kundenbefragungen ohne direkte, daraus resultierende Maßnahmen sowie das reine Durchführen von Veranstaltungen in der Innenstadt (wie etwa Weihnachts- und Ostermärkte) ohne strukturelle Veränderungen greifen zu kurz und lösen die grundsätzlichen Probleme nicht.

Angesetzt werden muss bei den Nachteilen, die Innenstädte gegenüber den peripheren Handelsstandorten haben: also bei der Verkehrsorganisation (ruhender Verkehr und fließender Verkehr), dem Branchen- und Unternehmensmix (Leerflächenmanagement, Hauseigentümergebeteiligung) sowie den Öffnungszeiten. Das Ambiente, das sich in der Stadtmöblage und dem Corporate Design zeigt, gehört genauso dazu wie auch die Vereinfachung von Denkmalschutz-, Bauordnungs- und feuerpolizeilichen Bestimmungen (z.B. bei Flächenzusammenlegung).³⁰ Zentrale Ziele der Verkehrspolitik müssen unter anderem die Verbesserung der Umweltverträglichkeit, der Wohn- und Aufenthaltsqualität, Verbesserung der Verkehrssicherheit und Ausbau der Verkehrsberuhigung, die Sicherung der Lebensbedürfnisse der Stadtbewohner und die Gewährleistung der Erreichbarkeit, Mobilität und wirtschaftlichen Funktionsfähigkeit der Städte und Gemeindensein. Der Öffentliche Personennahverkehr soll dabei einen höheren Stellenwert erhalten. Allerdings: Wer zuviel auf mehr Autoverkehr und Parkplätze setzt, liegt langfristig falsch. Die Attraktivität der City hängt nicht von der Anzahl der Stellplätze, sondern von ihrer Erreichbarkeit ab. Und wenn in einer Innenstadt der ohnehin begrenzte Platz für den Pkw-Verkehr verbraucht wird, fehlen jene Flächen, um die City wieder attraktiv zu machen – etwa durch attraktive Plätze oder neue Gewerbeflächen. Gleichzeitig muss aber auch das Gleichgewicht zwischen Fußgängern, Radfahrern und Öffentlichem Personennahverkehr gefunden werden.

Im Rahmen des Modulprojektes der „Stärkung des Handels in Stadt- und Ortskernen“, bei dem 11 Pilotgemeinden zwei Jahre lang (2005-2006) die Gelegenheit hatten, Maßnahmenpläne zur Stärkung des Handels in Stadtkernen zu erarbeiten und umzusetzen, haben sich folgende Erfolgskriterien herauskristallisiert, die auch aktuell ihre Gültigkeit haben:

³⁰ Sabine Schober, „Veränderung der Standortqualität von Handelsstandorten“, Standort + Markt, Vortrag Stadtkernsymposium – Neues Leben in alten Städten“, 30.5.2006.

- Je schneller die Beteiligten - Gemeindevertreter, Wirtschaftstreibende und Hauseigentümer – an einem Strang ziehen, desto effektiver sind die gesetzten Maßnahmen.
- Die Ziele müssen klar sein, die Arbeit mit Offenheit und Transparenz durchgeführt werden.
- Es ist wichtig, sich Kenntnisse über Kundenstruktur, Zielgruppe und Herkunft der Kunden zu verschaffen.
- Andere Branchen, wie Tourismus/Gastronomie und Dienstleistung einzubinden, bringt eine breitere Basis im Verein/in der Arbeitsgemeinschaft.
- Klare Organisationsstrukturen schaffen und Aufgaben verteilen gibt Sicherheit und bringt schnellere Ergebnisse.
- Alle, die in der Stadt wirtschaften, tragen zum Erfolg bei, Pflichtenhefte regeln die Zusammenarbeit
- Die Finanzierung von anstehenden Maßnahmen absichern
- Nicht nur die Beiträge der Wirtschaft, sondern auch die effektive Synergie mit den Möglichkeiten der Kommunen trägt zum Erfolg bei
- Die Projektdauer abgrenzen, dafür aber feste Verpflichtungen eingehen
- Schnelle Umsetzung erster (auch kleiner) Maßnahmen, um den Sog eines Erfolgserlebnisses weiterzunutzen

8.4.1 Innerstädtische Einkaufszentren

Sie bieten unter bestimmten Voraussetzungen die Chance, eine Abwanderung des Handels an die Peripherie zu verhindern bzw. eine Renaissance der Innenstädte einzuläuten. Und zwar dadurch, dass Magnetbetriebe, die in der Regel in den Innenstädten fehlen, als Frequenzbringer fungieren. Zunehmend stehen auch Flächen in jener Größenordnung, die dafür erforderlich ist, zur Verfügung, da z.B. Gewerbebetriebsflächen etc. frei werden. Ein wesentlicher Vorteil dieser Flächen ist ihre meist günstige Lage sowie die in der Regel bereits vorhandene gute Erschließung. Allerdings lösen sie nicht unbedingt das Problem des Leerstandes, sondern können es unter Umständen sogar verschärfen, wenn sich Unternehmen aus der Umgebung dort einmieten, es aber keine Neuzugänge gibt.

Sieben Faktoren sind nach Ansicht von Betreibern und Investoren für den Erfolg eines innerstädtischen Einkaufszentrums, das positiv auf die Umgebung ausstrahlt, wichtig:

- 1.) Die strategisch geplante Lage und Größe

- 2.) Überzeugende Konzepte für den privaten und öffentlichen Verkehr
- 3.) Ein individueller Branchenmix
- 4.) Wohlfühlatmosphäre
- 5.) Dialog mit den Kunden (schon in der Planungsphase)
- 6.) Überzeugende Sicherheitskonzepte
- 7.) Die Kooperation mit dem örtlichen Einzelhandel, der Politik und Verwaltung

Trotz allen Optimismus stellen innerstädtische Einkaufszentren für das Stadtbild und die -struktur inklusive Verkehr eine weitere Herausforderung dar. Vor allem auch deshalb, da durch jene Faktoren, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht für ein Einkaufszentrum unabdingbar sind, oft nur ein geringer Spielraum für die städtebaulichen und örtlichen Gegebenheiten existiert. Zugeständnisse von Seiten der Investoren/Developer sind in der Praxis nur dann möglich, wenn sie das betriebliche Konzept nicht betreffen. In der Praxis hat sich als nützlich erwiesen, wenn möglich die städtebaulichen Qualitätsziele in der Planung zu verankern. Am ehesten können sie durchgesetzt werden, wenn sie von einem das gesamte Verfahren begleitenden Gremium eingefordert werden können.³¹ Gute Erfahrungen haben Städte in diesem Zusammenhang auch mit der Einrichtung einer interdisziplinären Lenkungsgruppe gemacht, die für den gesamten Planungs- und Realisierungsprozess zuständig ist. Ein weiteres wichtiges Merkmal zum Gelingen der Kooperation innerstädtisches EKZ und Einzelhandel ist die möglichst frühzeitige Einbeziehung des örtlichen Einzelhandels in das Projekt.

Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass innerstädtische Einkaufszentren tatsächlich in die Innenstadt eingebunden sind. Nur eine optimale Einbindung kann die Hoffnungen der Städte erfüllen, die sie in ein innerstädtisches Einkaufszentrum setzen – nämlich, dass die bestehende Handelsstruktur davon profitiert. Befindet sich der Standort für das Einkaufszentrum am Rande der Innenstadt, muss die Verbindung zwischen beiden umso besser gelöst werden, um das gewünschte Ziel zu erreichen. Möglichkeiten dafür sind unter anderem die Ausrichtung eines Haupteinganges des EKZ auf die City, die attraktive und komfortable Gestaltung des Weges zwischen beiden sowie die Herstellung eines Blickkontaktes zur Innenstadt.³²

Stichwort Größe: Gerade bei innerstädtischen Einkaufszentren kann man nicht genug auf die Bedeutung derselben hinweisen – ist es nämlich so groß, dass es autonom agieren kann (um die 20.000 Quadratmeter), dann sind die Befürchtungen

³¹ Innerstädtische Einkaufszentren (Kurzfassung), hg. Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, München, März 2003, S. 36.

³² Ebda, S. 40f.

der eingeseenen Einzelhändler, dass ihnen noch mehr das Wasser abgegraben wird, berechtigt. Ein EKZ in dieser Größe hat es nicht notwendig mit der Innenstadt zu kommunizieren – die Folge sind in der Regel noch mehr Leerstände in den umliegenden Einkaufsstraßen sein, da die Kunden gezielt in das EKZ fahren, aber keine Notwendigkeit sehen, auch der Innenstadt selbst einen Besuch abzustatten. Aber auch kleinere Projekte können das Problem des Handelsstandortes Innenstadt verschärfen: und zwar dann, wenn es nur zu einer Verlagerung des Einzelhandels kommt – wenn also bereits bestehende Geschäfte einfach ihren Standort wechseln.

8.4.2 Wohnen als Frequenzbringer

Nicht vergessen werden darf auch die Bedeutung des Wohnens im Zentrum. Nach einer Phase der Abwanderung und zunehmenden sozialen Problemen, vor allem in Ballungszentren, zeigt sich international auch ein Trend zur Reurbanisierung. Parallel dazu hat sich in mittleren und kleinen Städten gezeigt, dass der Wohnfunktion im Kampf gegen das Verschwinden von Handel und Dienstleistungen in den Zentren eine nicht unbedeutende Rolle zukommt, da mit der Wohnbevölkerung für eine gewisse Basisfrequenz gesorgt wird. Der Wohnraum Innenstadt profitiert unter anderem von der Nähe zum Arbeitsplatz, aber auch zur Infrastruktur (Schule, Ärzte, etc.). Aber auch ökonomische Faktoren kommen zum Tragen: Innenstädte schneiden trotz höherer Miet- oder Wohnkosten besser ab, wenn man diese mit den Kosten für ein zweites Kfz, die Fahrtkosten für dieselben oder für öffentliche Verkehrsmittel (sofern es ein gutes Netz gibt) gegen rechnet. Dazu kommen ganz allgemein die Zeiten für das Pendeln bzw. der Stressfaktor Stau.

Diese Entwicklung könnte in Bezirksstädten mittel- bis langfristig noch deutlich zunehmen: angesichts der steigenden Zahl älterer und alter Menschen in ländlichen Gebieten ohne Nahversorgung und sonstige Infrastruktur (Ärzte, Post, Banken etc.) könnten diesen Wohnungen im Zentrum bzw. in Zentrumsnähe künftig attraktiv erscheinen. Stichwort Nahversorgung: Eine funktionierende Nahversorgung schafft Lebensqualität und trägt zur Belebung von Stadtgebieten sowie zur Erhaltung des historisch gewachsenen Ortsbildes bei. Gleichzeitig werden die soziale Kommunikation und der gesellschaftliche Zusammenhalt gefördert; gleiches gilt für kleinräumige Wirtschaftsstrukturen. Die Wiener Grünen und die Grüne Wirtschaft beispielsweise haben angesichts dessen eine funktionierende Nahversorgung als öffentliches Gut definiert, das Nutzen für die gesamte Bevölkerung erzeugt, negative externe Effekte minimiert und Gemeinnutzen stiftet, etwa für ältere, weniger mobile Menschen, Frauen, die häufig Doppel- und Mehrfachbelastungen ausgesetzt sind,

Personen ohne Kraftfahrzeug oder sozial Benachteiligte, deren Abhängigkeit von einer funktionierenden Nahversorgung naturgemäß höher ist.³³

8.4.3 *BID – Business Improvement Districts*

Die BID-Business Improvement Districts Methode hat ihren Ursprung in Kanada. Nachdem sich ein Juwelier im Stadtteil Bloor West Village in Toronto vergeblich darum bemüht hat, die Stadtverwaltung zur Aufwertung der dortige Einkaufsmeile zu bewegen, setzte er auf Eigeninitiative. Gemeinsam mit Grundstückseigentümern und Lokalbetreibern startete er ein Pilotprojekt – erfolgreich. Die BID-Initiatoren – in der Regel Grundstückseigentümer und der örtliche Handel – definiert eine grundstücksgenaue Abgrenzung der BID-Zone. Danach werden ein mehrjähriger Projektplan erstellt (Baumaßnahmen, Marketingaktivitäten, Straßenreinigung, Sicherheitsdienst) und die Investitionskosten kalkuliert. Auf diesen basierend, legt die Gemeinde die BID-Abgabe fest. Gibt es keinen Widerspruch oder sprechen sich die Initiatoren mehrheitlich für die Umsetzung aus, wird die Abgabe beschlossen und anschließend mit der Grundsteuer eingehoben. Die Gemeinde leitet die Abgabe an die BID-Gesellschaft weiter, die diese wiederum für die geplanten Maßnahmen einsetzt.

Auch in Deutschland setzen sich die BID`s allmählich durch: In Hamburg beispielsweise wurde durch das Gesetz zur Stärkung der Einzelhandels- und Dienstleistungszentren bereits im Dezember 2004 eine Rechtsgrundlage geschaffen, auf deren Basis BID`s gegründet werden können. Auch in Hessen wurde mit dem Gesetz zur Stärkung innerstädtischen Handels eine entsprechende Grundlage geschaffen – allein in Gießen haben sich mittlerweile vier BID`s gebildet. Das Gesetz ermöglicht die Gründung von BID`s auf der Grundlage eines kommunalen Satzungsbeschlusses – in Hessen etwa schließen sich Hauseigentümer zusammen und vereinbaren ein Maßnahmen- und Finanzierungskonzept. Wenn sich nicht mehr als ein Viertel der betroffenen Eigentümer dagegen ausspricht, wird das BID gegründet und werden die Maßnahmen von allen finanziert. In einem Vertrag zwischen Stadt und BID wird festgelegt, wer welche Aufgaben übernimmt, die Stadt verpflichtet sich dazu, den Grundstandard weiter aufrechtzuhalten.

In Hamburg etwa wurde mittlerweile das Modell der BID`s auch auf den Wohnbau ausgeweitet, das entsprechende Gesetz zur Stärkung von Wohnquartieren durch private Initiativen“ tritt am 1. Jänner 2008 in Kraft. beschlossen. Im Zuge der Bildung von Housing Improvement Districts (HID) schließen sich private Initiativen aus Grundstückseigentümern zusammen, um gemeinsam ihr Quartier zu verschönern. Das Gesetz ist die Grundlage, auf der eine finanzielle Abgabe von allen Eigentümern

³³ Positionspapier der Wiener Grünen und der Grünen Wirtschaft zur Nahversorgung in Wien. Beschlossen von der Wiener Landeskonferenz am 10.11.2003.

eingezogen werden kann, wenn sich nicht mehr als ein Drittel der Grundeigentümer dagegen ausspricht. Das Abgabenaufkommen wird für die vorher festgelegten Maßnahmen im Quartier eingesetzt. Erstes Pilotprojekt für ein Innovationsquartier ist die Großwohnsiedlung Steilshoop. Umgesetzt werden sollen Maßnahmen, die nicht Aufgabe der Stadt sind. Denkbar sind beispielsweise Wohnumfeldverbesserungen, Lärmschutzmaßnahmen, neue Straßenmöblierungen, Imagekampagnen oder auch zusätzliche Serviceangebote für die Bewohner.

In Österreich sind diese Modelle allerdings nicht eins zu eins umzusetzen. Die Kosten für Evaluierung und Planung übernehmen meist Gemeinde, Stadtmarketing und Land, bauliche Maßnahmen übernehmen private Investoren. Weltweit gibt es derzeit etwas mehr als 4.000 BID`s.

8.5 Beispiele für Innenstadtbelebung

8.5.1 Österreich

a) St. Veit an der Glan (Kärnten, 13.700 EW)

Die Kärntner Bezirksstadt gilt als eines der Musterbeispiele für eine gelungene Innenstadtbelebung. Die Ansatzpunkte dafür waren vielfältig: Siedlungswesen, Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus – in all diesen Bereichen wurden entsprechende Maßnahmen gesetzt, um den Stillstand in der wirtschaftlichen Entwicklung zu brechen.

So wurden etwa von Seiten der Stadt, für zukünftige Siedlungen bzw. Stadtteile neue Siedlungsgebiete erschlossen; die Realisierung derselben erfolgte durch Wohnbaugesellschaften, denen die entsprechenden Flächen preisgünstig zur Verfügung gestellt wurden.

Neue Wege wurden auch bei der Finanzierung von Infrastrukturprojekten gegangen: um den Bau von drei Parkhäusern zu finanzieren, wurden Kapitalreserven abgestoßen und die Erlöse in gewinnbringende Fonds investiert. Die Altstadt wurde in Folge dessen zu einer Fußgängerzone. Um Einkäufe aber auch in der Altstadt attraktiv zu machen, wurde nicht nur auf einen breiten Branchenmix, beleuchtete Informationstafeln mit Stadtplan und einem Firmenverzeichnis an den Stadteingängen gesetzt, sondern auch eigene Einkaufswagen geschaffen, mit denen Einkäufe bequem von der Innenstadt zu den Parkplätzen transportiert werden können. Sammelstellen für die Einkaufswagen gibt es bei den jeweiligen Parkplätzen.

Investitionen wurden auch getätigt, um den Tourismus anzukurbeln: die Pflege und Erhaltung historischer Denkmäler und Bauten profitierte davon genau so wie der Blumenschmuck. Errichtet wurden unter anderem ein modernes Museumszentrum

am Hauptplatz, ein Blumenhotel, ein Kunsthotel im Ernst-Fuchs-Palast, das städtische Bad Sauna sowie einem angeschlossenen Gesundheits- und Therapiezentrum. Weiters wurden und werden zahlreiche Events im Kultur- und Sportbereich durchgeführt.

Die Stadtgesellschaft Stadtmarketing (STAMA) trägt das Ihre zum Erfolg bei: gemeinsam mit den Kaufleuten, die seit Jahren gemeinsam als „Aktion 82“ agieren, werden Aktionen zur gezielten Vermarktung von St. Veit gesetzt – dazu gehören die „Einkaufsnacht“, der Kärntner Bartlumzug oder Schnäppchentage. Gleichzeitig bekämpft das Stadtmarketing auch die Abwanderung von Firmen aus der Innenstadt – unter anderem konnten bekannte Handelsketten in die Innenstadt gelockt werden. Zieht trotzdem ein Betrieb aus, wird von der Stadt sofort ein neuer Mieter gesucht. Auch generell bemüht sich die Bezirksstadt um die Ansiedlung neuer Unternehmen: mittlerweile finden sich in St. Veit/Glan auf dem Gelände des Industriepark der österreichische Solar-Cluster, eine Großdruckerei, ein Parkettbodenwerk, eine Filiale plus Zentrallager Österreich-Süd von Billa, das größte Biogaskraftwerk Europas; weiters finden sich mehrere Kompetenzzentren in der Stadt – beispielsweise jenes des Österreichischen Holzforschungszentrums.

b) Waidhofen/Ybbs (NÖ, ca. 12.000 EW)

Seit Jahren gibt es in Waidhofen/Ybbs ein Konzept zur Attraktivierung und Erneuerung des Stadtkerns. Ausgangspunkt waren eine Studie der Wirtschaftsuniversität Wien mit einer ausführlichen Erhebung der Innenstadtobjekte und Geschäfte sowie Telefonumfragen zur Parkplatzsituation und der Position als Einkaufsstadt, die Bestellung eines Innenstadtkoordinators (2005), der die Verbindung zwischen Wirtschaft, Hauseigentümern und der Stadt Waidhofen/Ybbs darstellt sowie die Teilnahme der Stadt Waidhofen/Ybbs als Pilotgemeinde am Projekt des Landes NÖ „Ortskernbelebung NÖ“.

Darüber hinaus wurden folgende Maßnahmen gesetzt:

- ▶ Einführung der Leerflächenerhebung (www.komsis.at), um einen transparenten Stand aller Leerflächen in der Innenstadt zu erhalten (professionelles Leerflächenmanagement)
- ▶ Förderungen zur Belebung der Innenstadt: Zinszuschuss für Investitionen bei Modernisierung von Geschäfts- und Betriebsräumen durch Zubauten, Umbauten sowie Neuanschaffungen sowie ein Mietzuschuss für Ansiedlungen im Zuge von Neugründungen sowie Betriebsübernahmen von zukunftsorientierten Unternehmen des Handels und konsumnahen Dienstleistungen im Bereich der Waidhofner Innenstadt. Darüber hinaus wurde im Rahmen der Landesausstellung, die im Jahre 2007 in Waidhofen/Ybbs stattfand, eine Fassadensonderförderung für die Renovierung von Fassaden sowie Innenhöfen und Räumen beschlossen.

- ▶ Jährliche Subvention der Stadt Waidhofen/Ybbs an den Verein „Stadtmarketing Waidhofen/Ybbs“. Damit werden innenstadtrelevante Veranstaltungen, wie die Lange Einkaufsnacht, der Nachtflohmarkt, Jugendveranstaltungen, Treffpunkt Innenstadt, Weihnachtsaktionen bzw. entsprechende Werbemaßnahmen unter dem Motto „Fahr nicht fort, kauf im Ort“ durchgeführt. Weiters werden den Kaufleuten der Innenstadt Service- und Qualitätsverbesserungen angeboten.
- ▶ Verhandlungen mit Grundeigentümern zur Zusammenlegung von verschiedenen Objekten im Innenstadtbereich zur Errichtung und Betriebnahme eines Einkaufszentrums unter Einbindung des Bundesdenkmalamtes.
- ▶ Einrichtung des Stadtbaubeirates, der Bauwerber bei der Realisierung von Bauvorhaben im Innenstadtbereich berät.
- ▶ Ausweisung von „Zentrumszonen“ in Zusammenarbeit mit Vertretern der Kaufmannschaft, dem Innenstadtkoordinator und der Stadt Waidhofen/Ybbs
- ▶ Diverse Verkehrsmaßnahmen für den Innenstadtbereich: eine Stunde Gratisparken bei den Parkdecks, die Verlängerung der Parkdauer in der gebührenpflichtigen Kurzparkzone im innerstädtischen Bereich mit einer Abgabe von 50 Cent pro Stunde (vorher pro halbe Stunde 50 Cent). An Samstagen sowie Wochentags zwischen 12.00 und 14.00 ist Gratisparken im gesamten Innenstadtbereich möglich. Weiters wurde der Citybusverkehr in der Innenstadt verdichtet, eine zentrale Ein- und Ausstiegsstelle am Unteren Stadtplatz errichtet und eine 30 km/h-Zone in der Innenstadt geschaffen. Darüber hinaus gibt es nun ein Leit- und Infosystem für die Innenstadt mit einer entsprechenden Information über die wesentlichen Verkehrsachsen im Innenstadtbereich am Ortsbeginn; genaue Informationspunkte an den einzelnen Parkplätzen.
- ▶ Koordinierung von gewerbe-, bau- und verkehrs- und denkmalschutzrechtlichen Verfahren bei der Realisierung von Bauvorhaben im Innenstadtbereich

Die Erfolge sind bereits sichtbar: Durch das gezielte Leerflächenmanagement bzw. die Fördermaßnahmen konnten im Innenstadtbereich die zu Beginn des Jahres 2005 vorhandenen Leerflächen von 3.000 m² auf ungefähr 900 m² halbiert werden. Durch die Verkehrsmaßnahmen, vor allem die Reduzierung der Abgabe, das Gratisparken und die Aufhebung der Gebührenpflicht an Samstagen in der Innenstadt konnte der Kaufkraftabfluss in umliegende Einkaufszentren (Amstetten, Steyr) teilweise gebremst werden. Durch die koordinierte Vorgangsweise der Behörde konnte die Verfahrensdauer bei Abwicklung eines konzentrierten gewerbebehördlichen Betriebsanlagengenehmigungsverfahrens auf ca. vier Wochen ab Antragstellung reduziert werden

c) Tulln (NÖ, 13.600 EW)

Die niederösterreichische Bezirksstadt Tulln hat zur Wiederbelebung ihres Stadtzentrums auf die für österreichische Verhältnisse adaptierte kanadische BID-Methode (Business Improvement Districts) gesetzt. Parallel dazu wurde 2005 „Tulln Offensiv“, wo alle Parteien vertreten sind, gegründet.

Das Ergebnis des dreijährigen BID-Projektes: Ein Masterplan, der neben einem innerstädtischen Einkaufszentrum die Errichtung eines Hotels inklusive Veranstaltungszentrum vorsieht. Das Einkaufszentrum „Rosenarcade“ (Investitionsvolumen: 45 Millionen Euro) mit etwa 16.000 Quadratmetern wird im März 2008 eröffnet. Eigentümer der Rosenarcade, deren 50 Geschäfte knapp ein halbes Jahr vor Eröffnung so gut wie vermietet sind und für das acht Liegenschaften quasi zusammen gehängt wurden, wird die IG Immobilien, die Immobilientochter der Oesterreichischen Nationalbank, sein. Dieselbe übernimmt auch die unter dem Hauptplatz geplante Tiefgarage – und deren Finanzierung.

Darüber hinaus hat „Tulln Offensiv“ Pläne zur Neugestaltung des Hauptplatzes ausarbeiten lassen – das Siegerprojekt wurde bei zehn Infoveranstaltungen den Bürgern vorgestellt – und das Projekt bei einer Volksbefragung im Juni 2007 mit 57,25 Prozent der abgegebenen Stimmen angenommen. Eine weitere Maßnahme zur Attraktivierung der Tullner City war die teilweise Überdachung des Rathausplatzes.

d) Vöcklabruck (OÖ, 12.000 EW)

Die oberösterreichische Bezirksstadt Vöcklabruck ist ein Vorreiter in puncto Stadterneuerung/-belegung. 1987 war die Stadt eine der ersten, die Stadtmarketing eingeführt hat. 2005 wurde ein weiterer Meilenstein gesetzt: gleichsam vorbeugend hat die Bezirksstadt auch die BID-Methode gewählt, um ihre gute Position zu halten bzw. auszubauen. Denn die Innenstadt von Vöcklabruck gehört mit ihren knapp 100 Geschäften und einer Wochenfrequenz von mehr als 70.000 Fußgängern am Hauptplatz zu den am meisten frequentierten Standorten Österreichs.

Fast das gesamte Zentrum wird vom Projekt umfasst, Trägerorganisation des BID ist das Stadtmarketing. Finanziert wird das bis 2008 gehende Projekt unter anderem von Banken und der Stadtgemeinde. Begonnen wurde mit einer Startveranstaltung, fortgesetzt wurde mit verschiedenen Workshops, getrennt nach Liegenschaftseigentümern, Wirtschaft, Trägergruppe und einer Themengruppe. Letztere beschäftigte sich mit der Frage, wofür die Innenstadt in Zukunft stehen sollte. Der darauf basierende Masterplan sieht Investitionen in Höhe von 50 Mio. Euro vor. Dazu gehören ein Einbahn-Verkehrsring, ein einheitliches Leitsystem, mobile Markisen-Arkaden sowie die OÖ Shopping Mall, ein innerstädtisches Einkaufszentrum mit 15.000 Quadratmetern auf drei Etagen.

8.5.2 Deutschland

a) Bernkastel-Kues (Rheinland-Pfalz, 8.000 EW)

Lokale Akteure in der stark durch den Tourismus geprägten Stadt gründeten im November 2004 die Öffentlich-Private Entwicklungsagentur, um die strukturellen Probleme der Innenstadt durch eine ganzheitliche und themenübergreifende Vorgehensweise zu lösen. Das bisherige klassische Stadtmarketing und die üblichen Veranstaltungen schienen ihrer Ansicht nach die Innenstadt nicht stärken zu können. Ziel ist es, für die Stadt eine tragfähige und nachhaltige Zukunftsperspektive zu schaffen. Aufgabe der Entwicklungsagentur ist die grundlegende Strukturentwicklung und Funktionsstärkung der Innenstadt und des Gesamtstandortes. Die Entwicklungsagentur ist als Verein organisiert und hat etwa 120 Mitglieder (Hauseigentümer, Hoteliers, Einzelhändler, Gastronomen, sonstige Unternehmen, Bürger und Vertreter des Stadtrates). Der Verein arbeitet mit der hauptamtlichen sowie weiteren freien Mitarbeitern unter Federführung eines externen Beraters. Neben dem Vorstand gibt es ein Strategie-Team als zentrales Diskussions- und Umsetzungsgremium. Ein Drittel des Agenturbudgets wird über die Beiträge der Vereinsmitglieder finanziert, die Stadt selbst gewährt einen Zuschuss und stellt eine Mitarbeiterin. Eine weitere geplante Finanzierungssäule ist der Ausbau der Dienstleistungen für die Mitglieder.

Als Maßnahmen werden Service- und Qualitätsoffensiven im Bereich Tourismus und Einzelhandel (z.B. Kurzcheck von Ladenflächen- und Sortimentsgestaltung), die Entwicklung neuer Angebotsstrukturen und Betriebsformen im Einzelhandel, das Erarbeiten von Nutzungs- und Sanierungskonzepten, die Fortschreibung der Rahmenpläne sowie verschiedene Projektentwicklungen gesetzt.

b) Dannenberg (Niedersachsen, 8.500 EW)

Die Stadt gehört zwar zur Metropolregion Hamburg, kämpft aber mit den typischen Problemen des peripheren Raums. Durch altersbedingte Schließungen und das Fehlen von Nachfolgern waren allein im Jahr 2003 mit einem Schlag 18 Leerstände zu verzeichnen. Branchenmix gab es keinen mehr, Einkaufen in der Innenstadt war kein Thema mehr.

Im Rahmen der Initiative „Ab in die Mitte“ Niedersachsen sagte die Stadt Dannenberg unter dem Motto „Wir füllen Leerstände“ denselben den Kampf an. Mittel zum Zweck war eine symbolische Grundmiete von einem Euro/m². Parallel dazu wurden Veranstaltungsreihen entwickelt, um die Stadt zu einer Bühne zu machen. Damit gelang es innerhalb eines halben Jahres die Leerstände zu beseitigen und einen ausgewogenen Branchenmix zu erzielen.

2004 widmete sich Dannenberg dem Motto „DAN bleibt dran“. Die Existenzgründer des Jahres 2003 wurden weiter unterstützt, begleitet und Alterungstendenzen im Einzelhandel wurde gezielt begegnet. Leitidee war, Juniorpartner für Geschäftsinhaber zu finden, die in der Familie keine Nachfolger fanden. Die Belebung der Innenstadt und die Sicherstellung eines guten Branchenmix hatten dabei oberste Priorität. Zu diesem Zweck gab es zum Einstieg im September 2004 eine große Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gewerbesmesse, auf der sich verschiedene Betriebe, die auf Nachfolgersuche waren, präsentierten. 2005 wurde „Ab in die Mitte!“ unter dem Motto „DAN mit der Jugend voran“ weiter geführt. Im Zuge der Aktion konnten mit Einzelhändlern, Gastronomen, Dienstleistern und Handwerksbetrieben 41 neue Ausbildungsplätze geschaffen werden. Zum Erfahrungsaustausch wurde jedem Auszubildenden außerdem ein ehemaliger Einzelhändler, Gastronom oder Handwerker als Ausbildungspate zur Seite gestellt. Weiters wurde ein Ausbildungsregister mit allen zur Verfügung stehenden Ausbildungsbetrieben angelegt. 2006 stand unter dem Motto „DAN wächst über sich hinaus“ - eingegangen wurde vor allem auf die Themenbereiche Familie, Bildung und Kultur.

c) Östliches Ruhrgebiet (Nordrhein-Westfalen, 2,34 Mio. EW)

Vor dem Hintergrund der Gefährdung städtischer Zentren durch die Entwicklungen im Einzelhandel startete im östlichen Ruhrgebiet die Initiative zur Erarbeitung eines Regionalen Einzelhandelskonzepts für die Region und die angrenzenden Gemeinden. Die Initiative ist eingebettet in die Interkommunale Zusammenarbeit (IKZ) der Planungs- und Baudezernenten zahlreicher Städte und Gemeinden, die es bereits seit den 80er Jahren gibt.

Ziel ist die Vermeidung einer zentrenschädlichen Konkurrenz zwischen den Nachbargemeinden um großflächige Einzelhandelsansiedlungen an nicht integrierten Standorten. Leitbild ist dabei eine auf Innenstädte und Nebenzentren ausgerichtete Einzelhandelsentwicklung bzw. –ansiedlungspolitik. Die Zentren sollen in ihrer Bedeutung gegenüber bestehenden Standorten auf der Grünen Wiese gestärkt werden.

Begonnen hat die interkommunale Zusammenarbeit 1998 mit der Erarbeitung des Gutachtens Regionales Einzelhandelskonzept. Die verbindliche Grundlage wurde mit der Unterzeichnung der Interkommunalen Vereinbarung durch die beteiligten Kommunen im Juni 2001 erzielt. Damit haben die Kommunen ihre Bereitschaft erklärt, sich frühzeitig gegenseitig über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben zu informieren, diese im Kreis der betroffenen Kommunen konsensorientiert zu erörtern und dabei die Regeln des Einzelhandelskonzepts zur inhaltlichen Grundlage des Verfahrens zu machen. Im Rahmen nachbargemeindlicher Abstimmungen erfolgte Vereinbarungen sollten rechtlich umgesetzt werden. Die Kommunen haben sich weiters zu einem regelmäßigen Datenaustausch bereit erklärt. Wesentlicher

Bestandteil des Regionalen Einzelhandelskonzepts sind die gemeinsam für alle beteiligten Kommunen geltenden Regeln zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsprojekte. Die Regeln und Prüfschemata sind sortimentspezifisch differenziert. Die grundsätzliche Leitlinie des Konzepts, dass bei Beurteilung eines großflächigen Einzelhandelsprojektes die richtige Standortwahl in einem integrierten Zentrum eine größere Bedeutung haben soll als die reine Dimensionierung der Verkaufsfläche liegt den Regeln und Prüfschemata zu Grunde.

Neben dem abgestimmten Vorgehen zur Vermeidung eines übergroßen Angebots an großflächigen Einzelhandelsbetrieben und der Stärkung der Innenstädte hat sich das Regionale Einzelhandelskonzept auch die Anerkennung eines ergänzenden Versorgungsnetzes von Sondergebieten mit nicht zentrenrelevanten Angeboten an ausgewählten Standorten auch außerhalb der Zentren sowie eine aktive Flächenpolitik zur Lenkung der Investitionen in städtebaulich geeignete Standorte mit marktwirtschaftlichen Mitteln zum Ziel gesetzt.

Seit Unterzeichnung der interkommunalen Vereinbarung trifft sich ein Arbeitskreis, dem Vertreter aus den Planungsämtern der Kommunen sowie der Industrie- und Handelskammer, der Bezirksregierung Arnsberg sowie des Einzelhandelsverbands Westfalen-Mitte angehören, etwa vier Mal pro Jahr. Bei der Stadt Dortmund wurde eine Geschäftsstelle eingerichtet.

d) Modellvorhaben "Leben findet Innenstadt"

Seit Anfang 2006 erproben zehn bayerische Städte und Gemeinden (Bamberg, Erlangen, Forchheim, Fürstenfeldbruck, Kaufbeuren, Langquaid, Neunburg vorm Wald, Bad Neustadt a. d. Saale, Passau und Wunsiedel) unter der Moderation der Obersten Baubehörde öffentlich-private Kooperationen zur Aufwertung innerstädtischer Quartiere. Ziel des zweijährigen Modellvorhabens "Leben findet Innenstadt –öffentlich-private Kooperationen zur Standortentwicklung" ist es, in den Stadt- und Ortszentren die Rahmenbedingungen für private Investitionen zu verbessern und die Eigenverantwortung der privaten Akteure zu stärken. Lebendige Vielfalt, ein eigenständiges Profil und eine unverwechselbare Identität sichern die Attraktivität der bayerischen Innenstädte und Ortszentren. Um die Chancen des Standortes zu nutzen, sind Eigeninitiative, koordiniertes Handeln, Innovationskraft und Verantwortungsbewusstsein gefragt.

Alle zehn Modellgebiete verfolgen eine langfristig angelegte Strategie und damit eine nachhaltige Aufwertung ihrer Quartiere. Dieser langfristige Ansatz spiegelt sich in den formulierten Oberzielen für die Quartiere und in der Vielfalt der Themenschwerpunkte wider. Schlüsselakteure sind in den Modellgebieten die Immobilieneigentümer, die Gewerbetreibenden, Einzelhändler und Gastronomen. Aber auch private Unterstützer, Vereine oder Schulen machen mit.

Neue Wege bei der städtebaulichen Neuordnung und Immobilienentwicklung geht das Modellprojekt Fürstenfeldbruck durch das "Planen in Nachbarschaften". In Kooperation mehrerer benachbarter Eigentümer werden gemeinsam Lösungen für die Neubebauung innerstädtischer Grundstücke gesucht. Besonders vielfältige Aktivitäten sind auch im Bereich des Geschäftsstraßenmanagements erkennbar. Die kooperativen Aktivitäten zielen auf verbesserte Service- und Dienstleistungsangebote, eine erhöhte Kundenorientierung und ein attraktives Umfeld. Die Gestaltung von Läden und Schaufenstern wird dabei ebenso thematisiert wie gemeinsame Marketingstrategien und Serviceangebote wie beispielsweise die Parkgebührenrückerstattung in Passau, das Projekt "Nette Toilette" in Bamberg, die Regionalwährung "Altstadttaler" in Erlangen und die Kinderbetreuung in der Fürstenfeldbrucker Hauptgeschäftsstraße. In Passau wird die Fußgängerzone im Rahmen eines Public-Private-Partnership-Projekts neu gestaltet. Auch die Modellprojekte in Bamberg (Flaniermeile im Quartier Sand), in Forchheim (Marktplatz) und Kaufbeuren (Lichtkonzept) setzen auf die Aufwertung des öffentlichen Raums Erlangen, Neunburg vorm Wald und Wunsiedel arbeiten daran, die Innenstadt als Kulturstandort stärker zu profilieren. Langquaid setzt mit einem Jugendzentrum und einer integrativen Bildungsstätte für behinderte und nichtbehinderte Menschen auf eine attraktive soziale Infrastruktur.

Darüber hinaus gab es seit 1999 die Initiative „Bayerische Innenstädte – attraktiv, lebenswert, unverwechselbar“, deren Ziel es ist, die Funktionsvielfalt der Stadtzentren als Orte des Wohnens, Handels, der Freizeit und der Kultur zu sichern und zu entwickeln. Entsprechende Maßnahmen wurden prioritär gefördert, Kommunen, die durch ihre Einzelhandels-Ansiedlungspolitik auf der grünen Wiese die Innenstädte schädigten, hatten wenig Chancen auf neue Fördermittel. Schwerpunkte der Innenstadtförderung ist die Einbindung in gesamt-städtische oder interkommunale Entwicklungskonzepte. Ein Thema in Bayern sind auch die Business Improvement Districts (BID`s), wobei Bayern auf Freiwilligkeit setzt.

Bei den städtebaulichen Prozessen stehen zwei Aspekte im Vordergrund: Die bisher eher auf Wachstum ausgelegte Stadtentwicklungsplanung wird in vielen strukturschwachen Kommunen zugunsten von Strategien der Stadterneuerung, des Stadtumbaus, gegebenenfalls auch des Rückbaus mehr und mehr in den Hintergrund rücken. Dazu kommt, dass sich durch Alterung und Diversifizierung der Gesellschaft auch qualitative Anforderungen im Wohnungs- und Städtebau verändern. Damit haben die Stärkung der Innenentwicklung, der Innenstädte und der integrierenden Stadt weiter an Bedeutung gewonnen.³⁴ Um dies zu erreichen,

³⁴ Joachim Paas, Ministerialdirigent, Oberste Baubehörde, Bayr. Staatsministerium des Inneren: Stadtentwicklung im 21. Jahrhundert: Handlungsansätze für den Freistaat Bayern“, Jahrestagung des Deutschen Verbandes für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung. 22./23.6.2005, München.

wurden verschiedene Maßnahmen gesetzt. Dazu gehören die Wohnraumförderung, die Brachflächenkonversion und der Städteumbau.

e) Metzingen (Schwaben, 22.000 EW)

Die Stadt Metzingen im Landkreis Reutlingen ist Mittelzentrum am Fuß der Schwäbischen Alb und weithin bekannter Standort von Textilunternehmen. Die angegliederten Fabrikverkäufe haben großen Zulauf und sind in den letzten Jahren stetig gewachsen. Im Rahmen der Sanierungsmaßnahme „Innenstadt II – Lindenplatz“ hat die Stadt Metzingen mit Unterstützung der KE und in enger Zusammenarbeit mit den Unternehmen eine Verbindung zwischen den großflächigen Standorten der Factory Outlets und der Innenstadt geschaffen.

Ziel der Stadterneuerung war, nach der Sanierung der historischen Innenstadt mit den bekannten sieben Keltern, die Ränder des Stadtkerns aufzuwerten und eine attraktive Verbindung zwischen der kleinteiligen Altstadt mit Einzelhandelsgeschäften und öffentlichen Einrichtungen sowie den Standorten des großflächigen Handels zu schaffen. Gewerbebrachen im gründerzeitlichen Erweiterungsring der Innenstadt boten Ansatzpunkte für eine städtebauliche Integration der groß- und kleinflächigen Handelsangebote, die nicht separiert, sondern bewusst integriert werden sollten. Großflächige Angebote an den Rändern der Innenstadt sichern den Einkaufsstandort insgesamt.

Grundlage war ein Gesamtkonzept für die Geschäftsflächenentwicklung, das alle Beteiligten überzeugen konnte und aufgegangen ist. Ein Kooperationsvertrag zwischen der Stadt und den privaten Investoren hat die Zusammenarbeit geregelt; das Engagement aller Beteiligten war Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung. Wer heute nach Metzingen kommt, erlebt eine attraktive Altstadt mit -lebendiger Atmosphäre, Fachgeschäften und einladender Gastronomie sowie in fußläufiger Entfernung die Fabrikverkäufe. Letztere finden in modernen Gebäuden mit anspruchsvoller Architektur statt, deren private Bauherren dadurch motiviert waren, dass die Stadt sichtbar in die Stadtgestaltung und insbesondere in die Aufwertung der Straßenräume, Plätze und Parkieranlagen investiert hat.

Der Lindenplatz ist zu einem attraktiven Stadteingang geworden und verbindet Altstadt und Fabrikverkaufsquartiere auf selbstverständliche Weise.

9 Weitere Fallbeispiele

9.1 Wiener Neustadt (NÖ, 40.000 EW)

Die EKZ-Verordnung 2005 wurde in Wiener Neustadt bereits umgesetzt. Die Zentrumszone wurde im Flächenwidmungsplan verankert, ein Großteil der Kerngebiete innerhalb dieser Zentrumszone mit dem Zusatz „Gebiete für Handelseinrichtungen“ versehen. Bestehende Einkaufs- bzw. Fachmarktzentren außerhalb der Zentrumszonen wurden in ihrem Bestand gesichert. Ebenfalls 2005 hat Wiener Neustadt an der Aktion „Stadt- und Ortskernbelebung in NÖ“ teilgenommen.

Mit dem steten Ausbau und der weiteren Professionalisierung der Stadtmarketing-Organisation in den letzten Jahren versucht die Stadtgemeinde, die Innenstadt weiter zu stärken. Gleiches gilt für gemeinsame Aktivitäten und eine intensive Zusammenarbeit zwischen Stadt und Unternehmerverein. Eine weitere Maßnahme stellt 2007 die Gründung einer Kultur-Marketing-Event Wiener Neustadt GmbH. dar, in die der Unternehmerverein über den Aufsichtsrat eingebunden ist. Ebenfalls seit Anfang 2007 ist City-Management als Funktion definiert – zuvor wurde es im Rahmen der Abteilung „Öffentlichkeitsarbeit – Stadtmarketing“ durchgeführt. Es soll als Schnittstelle bei einer Querschnittsaufgabe fungieren und Anstoß-, Entwicklungs-, Koordinations- und Lobbyingfunktionen erfüllen. Dazu kam es zur Personalaufstockung im Bereich des Stadtmarketings. Neben Imagekampagnen, der Auflage eines Shopping-Magazins (90.000 Exemplare) wurden eine Dachmarke geschaffen und Einkaufsgutscheine als Kundenbindungssystem eingeführt. Parkaktionen für die Parkhäuser, verkaufsfördernde Aktionen (Outdoor-Shopping, Summer in the City) sowie Oster-Events, die Lange Einkaufsnacht und ähnliche Veranstaltungen werden zur weiteren Unterstützung durchgeführt.

Nachdem derzeit Kooperationen mit Hauseigentümern nicht in einem strukturierten Prozess ablaufen, ist mittel- bis langfristig ein gemeinsamer Prozess mit den Liegenschaftseigentümern zur immobilienwirtschaftlichen Entwicklung der Bausubstanz in der Innenstadt durchaus geplant. Weitere geplante Maßnahmen sind ein Leerflächeninfosystem als Service-Plattform, ein Infoleitsystem, Organisationsoptimierung und die kontinuierliche Entwicklung von verkaufsfördernden Aktionen.

Aktuell gibt es in der Wiener Neustädter Innenstadt etwa 42.000m² Verkaufsfläche und an die 200 Betriebe, an der Peripherie sind es hingegen knapp 200.000 m² und knapp unter 300 Betrieben. Zu erwähnen sind an der Peripherie das EKZ Fischapark, die Merkurcity sowie zahlreiche Fachmärkte.

EKZ Fischapark/Wiener Neustadt³⁵

Standort: Zehnergürtel 12 – 24, 2700 Wiener Neustadt

Eigentümer: August Stadlmayr Einzelhandelsgesellschaft mit beschränkter Haftung,

Betreiber: Fischapark Betriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung (SPAR AG).

Zentrumsmanager: Doris Kapuy

Eröffnung: September 1996

Erweiterungen: November 2000 (Eröffnung), Parkdeck: Eröffnung Juni 2001

Vermietbare Fläche: k.A.

Verkaufsfläche: k.A.

Parkplätze: 1.400

Planung: A & GP Architektur und Generalplanung

Durchschnittliche Besucherfrequenz pro Jahr: 4,1 Mio (2005)

Umsatz: k.A.

Beschäftigte: ca. 500

Anzahl der Betriebe: 47

Der Fischapark ist ein eingeschossiges, geschlossenes, voll klimatisiertes Einkaufszentrum mit Stadtrandlage. Haupteinzugsgebiete sind Wr, Neustadt und Umgebung sowie teilweise die Bezirke Baden, Neunkirchen, Mattersburg, Oberpullendorf, Eisenstadt und Eisenstadt-Umgebung mit einer geschätzten Einwohnerzahl von etwa 370.000 Einwohnern.

Zu den räumlich relevanten konkurrierenden EKZ-Projekten zählen das FMZ Fischauer Straße (Gemeindegebiet Bad Fischau), das FMZ nördlich des OBI und das FMZ Stadionstraße.

Verkehrsinfrastruktur: Der Fischapark liegt zwischen den beiden Autobahnabfahrten Wr. Neustadt West und Abfahrt Wöllersdorf und ist in das Netz des öffentlichen Verkehrs eingebunden.

Besonderheit: Das Bauland wurde von der Statutarstadt Wiener Neustadt zur Verfügung gestellt.

³⁵ CASH-Almanach 2007, bzw. www.fischapark.at, S. 211.

Merkur-Zentrum Wiener Neustadt/Merkur City³⁶

Standort: Stadionstraße/ J- Bierenzgasse, 2700 Wiener Neustadt

Betreiber: Merkur Warenhandels AG

Zentrumsmanager: Mag. (FH) Anita Ban

Eröffnungsjahr: 1989

Erweiterungen/Umbauten: 1993/94

Geschäftsfläche: 42

Vermietbare Fläche: 14.800 Quadratmeter

Parkplätze: 850

Sonstiges: Fitnessstudio

Darüber hinaus betreibt Merkur noch das Merkur Zentrum Wr. Neustadt 2 (Süd) mit zehn Geschäftslokalen und einer Verkaufsfläche von 4.190 Quadratmetern.

9.2 Horn (NÖ, 6.400 EW)

Die Bezirksstadt Horn hatte in der Vergangenheit eine Position als Schul- und Verwaltungsstadt, aber auch als Einkaufsstadt. 1995 wurde an der Peripherie, in der Nachbargemeinde Frauenhofen, das EKZ Horn eröffnet. Nach mehreren Ausbaustufen (1996, 1997, 1998, 2005 und 2007) ist das Einkaufszentrum mittlerweile das Zweitgrößte Niederösterreichs nach der SCS. Zwischen 10.000 und 15.000 m² sollen noch dazu kommen.

Daneben haben sich an der Ausfallsstraße zum EKZ diverse Fachmärkte und Autohäuser angesiedelt. Ebenfalls dort angesiedelt ist das Bundesamtsgebäude mit AMS, Polizei und Vermessungsamt.

EKZ Horn

Standort: Am Kuhberg, 3580 Horn³⁷

Betreiber: EKZ Immobilienmanagement GmbH

Eigentümer: IMMOKRON

³⁶ CASH Almanach 2007, S. 212; www.merkurcity.at; www.merkurmarkt.com.

³⁷ Interview Ing. Thomas Kronsteiner.

Geschäftslokale: 51

Verkaufsfläche: 24.000 Quadratmeter

Vermietbare Fläche: 33.000 Quadratmeter (inkl. Kino, Gastronomiebetrieben, Fitnesscenter)

Centermanager: Martina Bauer

Parkplätze: ca. 1.000

Umsatz: ca. 70 Mio. Euro

Kundenfrequenz: durchschnittlich 10.000 pro Tag

Eröffnungsjahr: 1995

Mitarbeiter: ca. 500

Auswirkungen des EKZ Horn, das ein Einzugsgebiet von etwa 150.000 Einwohner aufweist, zeigen sich nicht nur auf die Innenstadt von Horn, sondern auch in umliegenden Städten des Wald- und Weinviertels. In der Innenstadt selbst stehen etwa 20 Geschäftslokale leer, derzeit gibt es hier zirka 50 Betriebe. Die kritische Masse an Geschäften ist bereits so ausgedünnt, dass die Wirtschaftstreibenden allein nichts mehr organisieren können.³⁸ Mehr als 80 Prozent der Betriebe sind Filial- oder Franchisebetriebe. In der Innenstadt selbst stehen etwa 5.500m² Verkaufsfläche zur Verfügung, in den Randlagen hingegen sind es knapp 64.000m².

Nachdem anfänglich versucht wurde, die Innenstadt vor allem durch Events (Faschingsumzug, Silvesterpfad) attraktiv zu machen und die Bedeutung als Kulturstadt (Allegro Vivo, Szene Bunte Wähne) auszubauen, setzt die Stadtgemeinde nun auch auf die Stärkung der Hard Facts. Leerstandsmanagement gehört genau so dazu wie die Teilnahme am Projekt Standort aktiv. Dabei haben sich 13 Waldviertler Gemeinden zusammengeschlossen, um das Thema Standortentwicklung entlang der sich abzeichnenden Zukunftsachsen Wien-Budweis-Prag bzw. St. Pölten – Jihlaca aufzugreifen. Primär geht es um die Gestaltung attraktiver, regionaler Gewerbeflächen, die Begleitung und Beratung von Investoren sowie die Etablierung einer Informations- und Kontaktdrehscheibe zwischen Wirtschaft, Bildung, Forschung und Politik.

Eine weitere Maßnahme war der Bau des Öhlknechtzentrums auf dem Gelände eines ehemaligen Kaufhauses: errichtet wurden ein Hotel, 18 Wohnungen sowie Büros/Arztpraxen, fünf Geschäftslokale und ein gebührenfreies Parkdeck. Die Absicht, damit einen neuen Magneten zu schaffen, ist nicht ganz gelungen: Zwar bringen derzeit drei Arztpraxen, die aus peripheren Lagen nun ins Zentrum übersiedelt sind, Frequenz; von den fünf Geschäftslokalen wurde nur eines durch eine Neugründung belegt, die anderen vier Mieter wurden aus der Umgebung

³⁸ Dkfm. Franz Müller, Wirtschaftskammer-Obmann Horn, im Interview

abgezogen – die Zahl der Leerstände konnte also in der Stadt dadurch nicht verringert werden.

Im Vorfeld der Landesausstellung 2009, die in Horn stattfinden wird, werden darüber hinaus architektonische und verkehrsplanerische Maßnahmen gesetzt, die die Innenstadt attraktivieren sollen. So werden Abbiegespuren oder auch Ampeln an verschiedenen Kreuzungsbereichen errichtet, weiters gibt es Überlegungen, die Hauptdurchzugsstraße durch die Stadt, die Wiener Straße, vorläufig einmal für die Zeit der Landesausstellung zur Einbahn umzufunktionieren. Das entsprechende Verkehrskonzept, das auch eine Reduktion von Parkplätzen im Zentrum vorsieht, wurde im Dezember 2007 der Bevölkerung vorgestellt. Weiters werden Fußgänger-Zugänge zur Innenstadt (z.B. Piaristensteg, Durchgang Thurnhofgasse-Hamerlingstraße) erweitert und die Pfarrgasse neu gestaltet. Dazu kommen die Sanierung des Kunsthauses und des Museums.

Als wirtschaftspolitische Maßnahme zur Förderung der Innenstadt ist die Richtlinie Pro Wirtschaft Horn 2007 zu sehen. Gefördert wird die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen im Rahmen von Betriebsneugründungen, Betriebsübernahmen, -ansiedlungen und –erweiterungen in der Innenstadt. Die Förderung besteht in nicht rückzahlbaren Förderungsbeiträgen, deren Höhe sich nach der Anzahl und Höhe der für die Dienstnehmer entrichteten Kommunalsteuer richtet und gilt für alle nach dem 31. Dezember 2006 abgeschlossenen Dienstverhältnisse. Im ersten und zweiten Jahr werden zwei Drittel, im dritten und vierten Jahr ein Drittel der entrichteten Kommunalsteuer rückerstattet. Die Gebiete, in denen diese Förderung gewährt wird, gelten ab dem Inkrafttreten der Verordnung über die Festlegung der Zentrumszonen als Innenstadt. Im Jänner 2008 soll das Projekt Zentrumszone in die Bürgerbeteiligungsrunde gehen.

Darüber hinaus gibt es eine Fassadenaktion, über die im städtischen Kulturbrief veröffentlicht wurde.

Die Stadterneuerung ist im Bereich des Stadtrats angesiedelt.

9.3 St. Pölten (NÖ, ca. 49.000 EW)

Die Stabilisierung und Weiterentwicklung der historischen Kernstadt St. Pöltens, auch als Handelszentrum des NÖ. Zentralraumes ist eine wichtige Aufgabe der Stadtentwicklung für die nächsten Jahre. Derzeit sind auch in der Landeshauptstadt Auswirkungen des Strukturwandels im Handel zu spüren. Zwei Einkaufszentren – der Traisenpark an der Peripherie und das EKZ Promenade in der Innenstadt, das zur Zeit einem Relaunch unterzogen wird, - gibt es bereits, ein drittes östlich des Merkur Parkplatzes im Süden von St. Pölten ist geplant. Dieses Projekt sieht ein 16 Meter hohes EKZ mit mehreren tausend Quadratmetern Nutzfläche auf 7.000 m² Fläche vor. Geplant sind zwei Geschoße, zwei Parkebenen und ein angeschlossenes Fachmarktzentrum. Dieses Projekt wurde beim Magistrat St. Pölten eingereicht, ein

Baubescheid wurde bereits erlassen. Die Innenstadt weist im übrigen eine Verkaufsfläche von etwa 43.000m² auf, die auf etwa 210 Betriebe entfällt, an der Peripherie sind es 170.000m² und 325 Unternehmen.

TRAISEN PARK³⁹

Standort: Dr. Adolf Schärf-Straße 5, 3107 St. Pölten

Eigentümer: k.A.

Betreiber: Traisenpark Errichtungs- und Vermietungs GmbH.

Center Manager: EKAZENT Immobilien Management GmbH, Michael Maukner

Vermietbare Fläche: 21.000 Quadratmeter

Geschäfte: 70

Umsatz: 58,7 Mio. Euro

Eröffnungsjahr: 1992

Parkplätze: 1.000

Mitarbeiter: k.A.

Kundenfrequenz: k.A.

Im Traisenpark integriert ist ein Ärztezentrum.

Erreichbar ist der Traisenpark über die A1-Abfahrt St. Pölten Süd sowie die S 33 Abfahrten St. Pölten Nord und Ost. Öffentliche Verkehrsmittel, die zum Traisenpark fahren, sind die Buslinien 1506, 1522 und 1514.

Einkaufszentrum Promenade⁴⁰

Standort: Brunngasse 13, 3100 St. Pölten

Eigentümer: k.A.

Betreiber: Develop Baudurchführung und Stadtentwicklung GmbH.

Center Manager: Sieglinde Richter

Verkaufsfläche: 6.600 Quadratmeter

Geschäfte: 25

Umsatz: 18,6 Mio. Euro

³⁹ CASH Almanach 2007, S. 212; www.traisenpark.at.

⁴⁰ CASH Almanach 2007, S. 212; www.promenade.at.

Eröffnungsjahr: 1994

Parkplätze: 400

Mitarbeiter: k.A.

Kundenfrequenz: 6.500/Tag

Im EKZ Promenade befindet sich ebenfalls ein Ärzte- sowie ein Bürozentrum.

Die Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt sind vielfältig: So beteiligt sich St. Pölten als einzige österreichische Stadt an dem europäischen Projekt „Adapted Development of Historical Old Towns in Central and Eastern Europe“ (ADHOC bzw. „Angepasste Entwicklung historischer Altstädte in Mittel- und Osteuropa“) im Rahmen des Interreg IIIV Cadres Programms. Ziel ist die modellhafte Entwicklung innovativer Ansätze für eine zukunftsfähige Stadterneuerung historischer Altstädte. Dabei werden einzelne Projektpartner in lokalen Pilotprojekten erproben, wie historisch wertvolle Stadtgebiete mit großflächig denkmalgeschützter Bausubstanz unter veränderten demographischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für zukunftsfähige Nutzungen attraktiv gemacht werden können. Am Projekt sind 13 Partner aus 6 Ländern beteiligt.

Darüber hinaus hat sich die Plattform Innenstadt St. Pölten, ein Verein aus Kaufleuten, Hausbesitzern, Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben und sonstigen Dienstleistern konstituiert. Ziel ist, sämtliche Gruppen, die die Innenstadt weiter beleben wollen, zu vereinigen. Bisher sind ca. 200 Mitglieder diesem Verein beigetreten. Mit 1. August 2007 wurde eine eigenständige StadtentwicklungsgmbH gegründet, an der die Plattform Innenstadt 60 Prozent, die Stadt 40 Prozent hält. Es wurde je eine Arbeitsgruppe zu den Themenbereichen Raumplanung, Bau- und Stadtentwicklung, PR, Marketing und Kommunikation sowie Kultur- und Veranstaltungswesen/ Tourismusentwicklung eingerichtet, in denen sich Mitglieder der Plattform Innenstadt, Fachbeamte der Stadt St.Pölten und des Landes Niederösterreichs finden. Ziel ist es, unabhängig, nachhaltig, professionell und erfolgsorientiert die (Innen)Stadt von St.Pölten zu entwickeln. Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt durch jährliche Beiträge der Mitglieder, durch Unterstützung der Stadt St. Pölten, durch Werbeverträge, Förderungen und Sponsorbeiträge.

Mittlerweile wurde auf Grundlage einer umfassenden Standorterhebung gemeinsam ein Masterplan erarbeitet, dessen Kernbereiche zwei „Ringstraßen“, eine Reihe von „Themen-Pfaden“ und mehr „Wohnen in der Stadt“ sind. Ziel ist, die Multifunktionalität der Innenstadt zu erhöhen. Weiters soll sich der Handel in der Innenstadt neu positionieren, Kundenbindungssysteme, Internetportale und ein Prospekt sind in Arbeit.

Schlüsselprojekte sind der Umbau des Bahnhofes St. Pölten und die Neugestaltung des Bahnhof-Vorplatzes und die Garage Nord, die bereits in Bau sind. Diskutiert wird weiters eine Park & Ride-Anlage.

10 Maßnahmen und Förderungen

Da gesetzliche Rahmenbedingungen zur Wiederbelebung von Stadt- und Ortskernen nicht ausreichen, hat das Land Niederösterreich dafür auf Förderungsebene ein Bündel von Maßnahmen geschnürt. Finanzielle Unterstützung für Maßnahmen zur Stadterneuerung bzw. -belebung gibt es auch von Seiten des Bundes und im Rahmen der Interreg-Projekte von der EU sowie aus manchem kommunalen Fördertopf. Die Landesförderungen setzen auf verschiedenen Ebenen an: zum einen bei der Wohnbauförderung, zum anderen bei der Unterstützung von Nahversorgern. Die Landeskoordinierungsstelle für Stadterneuerung beim Amt der NÖ Landesregierung fördert die Entwicklung und Realisierung von Stadterneuerungskonzepten und -maßnahmen, der Verein „NÖ Dorf- & Stadterneuerung“ stellt Prozess-Berater

Das Unternehmerservice der Wirtschaftskammer NÖ fördert Kooperationsberatung sowie die Bewertung von Angebot und Auftritt für einzelne Handels- und Gastronomiebetriebe.

10.1 NÖ Dorferneuerung

Gestaltung und Entwicklung des unmittelbaren Lebensraumes

Die Aktion „Niederösterreichische Dorferneuerung“ wurde 1985 ins Leben gerufen. Sie will die Ortsbewohner ermutigen, Mitverantwortung für ihren unmittelbaren Lebensraum zu übernehmen und an dessen Gestaltung und Entwicklung mitzuarbeiten. Bisher haben sich etwa 750 Orte erfolgreich an der Aktion beteiligt und auf diesem Weg wichtige Meilensteine in ihrer Entwicklung gesetzt.

Leitthemen der Dorferneuerung sind soziale Aufgaben im Sinne der Stärkung des Zusammenhalts der örtlichen Gemeinschaften, Bildung und Kultur, Siedeln, Bauen, Wohnen, Mobilität sowie Dorfökonomie, Nahversorgung und Ortskernebelebung..

10.2 Stadterneuerung

Die Aktion „Stadterneuerung in Niederösterreich“ wurde 1992 ergänzend zur Dorferneuerungsbewegung ins Leben gerufen. In den bisher 52 teilnehmenden Städten wurden gemeinsam mit der Stadtverwaltung Stadterneuerungsbüros eingerichtet, die gleichsam Hilfe zur Selbsthilfe bieten. Diese Büros dienen als Informations- und Anlaufstelle für alle Anliegen der Stadterneuerung, bieten ein

Diskussionsforum und unterstützen die Stadterneuerung koordinierend. Sie sind Bindeglied zwischen Bürger, Stadtverwaltung und Landesverwaltung.

Die Landeskoordinierungsstelle für Stadterneuerung gibt die Rahmenbedingungen vor und dient als Vergabe- und Kontrollstelle für die Förderungen des Landes Niederösterreich und der EU.

Das Hauptaugenmerk wird auf eine Stadterneuerung aus ganzheitlicher Sicht gelegt. Eine nachhaltige Verbesserung der Stadtentwicklung kann nur erreicht werden, wenn einzelne Maßnahmen und Ansätze zur Lösung von Problemen miteinander und untereinander verknüpft werden. Diese gezielte Verknüpfung von Maßnahmen wird im Stadterneuerungskonzept verankert. Dieses Konzept formuliert grundsätzlich Leitbild und Leitziele und baut auf bereits realisierten Projekten oder Konzepten auf oder schließt an diese an. Eines der zentralen Elemente dabei ist die Bürgerbeteiligung. Es wird erwartet, dass die Städte einen Beirat für Stadterneuerung ins Leben rufen, der aus Vertretern der Bürgerschaft, der Verwaltung und der Gemeindepolitik besteht.

Bei Bedarf wird dieser Beirat durch Arbeitskreise ergänzt und unterstützt. Beide Gremien stellen Diskussionsforen dar und unterstützen mit ihren Empfehlungen die Entscheidungsfindung im Gemeinderat.

Das Stadt Umland Management Wien-Niederösterreich fungiert als gemeinsame Koordinierungsstelle für Fragestellungen und Projekte, die den Stadtumlandbereich Niederösterreich-Wien betreffen. Organisatorisch ist das Stadt Umland Management Teil des Vereins "Niederösterreich/Wien - gemeinsame Entwicklungsräume".

10.3 Stadt- und Ortskernbelebung

Die Aktion „Stadt- und Ortskernbelebung in Niederösterreich“ existiert seit 1995. Ziel ist es, vorhandene Kräfte zu bündeln und effizient zu nutzen. Eckpfeiler dieser Aktion sind drei Schwerpunkte, die unabhängig voneinander genutzt werden können: die Förderung der Nahversorgung sowie von innerstädtischen Einkaufszentren über NAFES, die Stärkung des Handels in den Stadt- und Ortskernen und die gezielte Wohnbauförderung zur Stadt- und Ortskernbelebung. Strategieentwicklung, Entwicklung eines Maßnahmenplans, Einzelgespräche mit den Interessensgruppen und Akteuren, Einbindung von Experten, Umsetzungsberatung, das sind nur einige der Aufgaben, die im Rahmen der Stadtkernbelebung durchgeführt werden.

Zunächst wurde diese Aktion in den Pilotgemeinden Krems, Mistelbach, Mödling, Neulengbach, Retz, Schrems, Sollenau, Tulln, Waidhofen an der Thaya, Waidhofen an der Ybbs und Wiener Neustadt erprobt. Die Evaluierung zeigte, dass das

Pilotprojekt in jenen Städten erfolgreicher war, in denen auf bereits bestehende Strukturen der NÖ Stadterneuerung aufgebaut werden konnte, wo Instrumente der Bürgerbeteiligung in Form von moderierten Arbeitskreisen und Beiräten bereits aktiv waren.

Ab 2007 wurde der Schwerpunkt „Stadtkernbelebung“ in den vierjährigen Prozess der Stadterneuerung eingebaut, um unnötige Doppelgleisigkeiten zu vermeiden. Dazu wird im zweiten und dritten Jahr jeder Stadt ein optionales Zusatzmodul angeboten. Der Prozess für eine Stadtkernbelebung gliedert sich in drei Abschnitte: die Analyse durch den Fachberater, der die Ist-Situation erhebt und einen ersten Beratungsansatz bietet, die Entwicklung eines Maßnahmenplans (in Kooperation mit dem Fachberater und Beratern des Verbandes der NÖ Dorf- und Stadterneuerung) sowie die Umsetzung (Maßnahmenförderung über die bestehenden Förderinstrumente (NAFES, NÖ Stadterneuerung, ecoplus) mit Unterstützung durch den Fachberater und die Betreuer des Verbandes. Projektziel ist eindeutig die Belebung des Ortskerns sowie von Wirtschaft und Handel. Dabei ist eine ganzheitliche Sicht der Ausgangssituation genauso angedacht wie die Bündelung vorhandener Kräfte.

10.3.1 Wohnbauförderung zur Ortskernbelebung

Bis Ende 2008 setzt Niederösterreich auf gezielte Wohnbauförderung für Stadt- und Ortszentren. In diesem Rahmen sollen angesichts höherer Kosten im Stadt- und Ortskern neben dem bisher bekannten Modell der Wohnbauförderung besonders erfolgversprechende Projekte durch eine höhere Wohnbauförderung (Darlehen oder Zinsenzuschüsse) unterstützt werden. Pro Jahr stellt die WBFNÖ dafür zehn Mio. Euro zur Verfügung. Diese Mittel können auch durch andere Förderstellen ergänzt werden, etwa, wenn ein Gebäude im Zentrum unterschiedliche Funktionen erfüllt.

Die Auswahl der Projekte erfolgt in einer Jury, die aus verschiedenen Experten des Landes, Vertretern der Förderstelle sowie externen Fachleuten besteht.

Als Teilnahmekriterien wurden für die Gemeinden festgelegt:

- Vorhandensein eines Gesamtkonzeptes
- Das Projekt muss noch vor Realisierung stehen
- Die Gemeinde muss an Planung und Umsetzung mitwirken
- Der Inhalt des Projektes muss sich auf ein Gebäude beziehen
- Das Projekt muss der Wohnraumschaffung dienen

Bewertungskriterien sind: die Nachhaltigkeit, d.h., es muss die Belebung des Zentrums nachhaltig gesichert sein (Vermehrung gegenüber dem Bestand), Belebung des Ortskerns – es soll ein Gesamtkonzept zur Belebung des Ortskerns vorhanden sein (z.B. als Leitbild im Zuge der Dorf- bzw. Stadterneuerung),

architektonische Qualität, Wirtschaftlichkeit (das Projekt muss langfristig leben können – ohne Zuschüsse der öffentlichen Hand für den täglichen Betrieb), Nutzungsmix (nicht nur Wohnnutzung, sondern auch Frequenzbringer wie Arztpraxen, Veranstaltungsräume etc) und Finanzierbarkeit (i.S. genereller Förderfähigkeit).

10.3.2 NAFES zur gezielten Förderung der gewachsenen Orts- und Stadtkerne

Die NAFES - NÖ Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs im Stadtzentrum unterstützt die Bemühungen der Gemeinden sowie der örtlichen Wirtschaft, die Stadt- und Ortskerne nachhaltig attraktiver zu gestalten und eine Grundversorgung aufrecht zu erhalten. Dafür geeignete nachhaltige Maßnahmen werden zum einen durch fachliche Beratung, zum anderen durch finanzielle Mittel unterstützt. Darüber hinaus sollen die engen Zusammenhänge zwischen Handels- und Gemeindeentwicklung verstärkt bewusst gemacht werden. Ziel der NAFES ist es, den Start von Maßnahmen zu erleichtern oder zu ermöglichen und ein eigenständiges Fortbestehen derselben zu erwirken.

Für den Zeitraum 2004 – 2008 stehen der NAFES insgesamt sechs Millionen Euro zur Verfügung. Zusätzlich wurden Förderungen für Projekte in den EU Zielgebieten zur Co-Finanzierung durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung erfolgreich eingereicht.⁴¹

Gefördert werden:

- ▶ Die Entwicklung innerörtlicher Handels- und Dienstleistungsstandorte inklusive der strategieorientierten Grundlagenarbeit unter Berücksichtigung der bestehenden Handelsstruktur unter Ausschluss von rein einzelbetrieblichen Projekten.
- ▶ Infrastrukturelle Investitionen zur Attraktivierung der innerörtlichen Handelsstruktur für mobile Kunden (z.B. Verbesserung der Verkehrsanbindung, neue Parkplätze)
- ▶ Maßnahmen zur Sicherung der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs: Voraussetzung dafür sind das Vorliegen eines konkreten Projektes sowie einer Absichtserklärung des künftigen Betreibers, eines Business Planes und des Nachweises, dass zumindest die laufenden Kosten abgedeckt werden können. Weiters muss die Gemeinde Investor sein und der letzte Nahversorger im Ort soll erhalten bleiben.
- ▶ Marketingmaßnahmen: Dazu zählen Aktivitäten zur Verbesserung der Kooperation der Betriebe, Marketingmaßnahmen für das Einkaufen in den Orts-

⁴¹ Bis Ende 2006 wurden in insgesamt 327 Fällen Fördermittel in der Gesamthöhe von 6,6 Mio Euro genehmigt – mit diesen Mitteln wurde ein Gesamtinvestitionsvolumen von mehr als 40 Mio. Euro ausgelöst.

und Stadtkernen, Beratungen sowie Schulungen für Unternehmer und Wirtschaftstreibende, sofern keine anderen Förderungsmöglichkeiten bestehen.

Die Maßnahmen müssen auf einem den Stadt- bzw. Ortskern berücksichtigenden Gesamtkonzept basieren, bei dessen Erstellung die Bürger mitwirken sollten.

Als Förderungswerber auftreten können Gemeinde, tragfähige Organisationsformen der Wirtschaft innerhalb von Gemeinden. Werden innerörtliche Handelsstandorte entwickelt, können auch die Errichtungsgesellschaften gefördert werden, wenn sich durch das Projekt der Branchenmix und die Angebotsstruktur verbessert, die Einbindung in und die Kooperation mit der bestehenden Handels- und Dienstleistungsstruktur dokumentiert ist, die Prioritätensetzung zugunsten der innerörtlichen Handelsentwicklung von Seiten der Errichtungsgesellschaft und der Gemeinde bestätigt wird und das Projekt das Ortszentrum insgesamt längerfristig stärkt.

Darüber hinaus müssen Finanzierbarkeit und Realisierbarkeit der geplanten Maßnahmen mittels eines Finanzierungsplans belegt werden.

Die Förderhöhe beträgt in der Regel 30 Prozent der nachgewiesenen Gesamtkosten, maximal jedoch 100.000 Euro. Eine Ausnahme gibt es für Maßnahmen zur Entwicklung innerörtlicher Handels- und Dienstleistungsstandorte: diese können mit bis zu 20 Prozent der beihilfefähigen Gesamtkosten gefördert werden. Die Förderung für Projekte in Standorten, die außerhalb der Regionalförderungsgebiete Niederösterreichs gemäß der geltenden Fördergebietskarte Österreich 2000 – 2006 liegen, für kleinere Unternehmen mit 15 Prozent sowie für mittlere Unternehmen mit 7,5 Prozent der beihilfefähigen Gesamtkosten begrenzt.

Im Jahr 2005 fiel der Startschuss, im Zuge der Stadt- und Ortskernbelebung NAFES mit anderen Instrumenten zu verknüpfen.

Städte müssen nun proaktiv festlegen, wo und mit welcher Priorität Verkaufsflächen im Zentrum zu schaffen sind.

10.4 Nahversorgeraktion⁴²

Im Sinne des Punktes 8.5. der Speziellen Richtlinien des NÖ Wirtschafts- und Tourismusfonds für die Förderung von Investitionen wurden folgende zeitlich befristete Förderaktionen des Landes Niederösterreich beschlossen (die Geltungsdauer der Förderaktion ist jeweils mit 31.12.2008 befristet):

10.4.1 Nahversorgungsaktion – allgemein

Ziel der Förderung sind

- ▶ die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit
- ▶ die Schaffung neuer bzw. die Erhaltung bestehender Arbeitsplätze
- ▶ die Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur
- ▶ die Sicherung der Nahversorgung
- ▶ die Verbesserung des Erscheinungsbildes des Betriebes

Antragsberechtigt sind niederösterreichische Kleinunternehmen der Nahversorgung, die Güter des täglichen Bedarfs in ihrem Sortiment führen und den Fachgruppen Einzelhandel mit

- ▶ Lebens- und Genussmitteln
- ▶ Textilbekleidung
- ▶ Schuhen
- ▶ Drogerie- und Parfümeriewaren
- ▶ Papier- und Kurzwaren
- ▶ Haus- und Küchengeräten (keine Elektrogeräte) sowie Kleineisenwaren
- ▶ Bäcker
- ▶ Fleischer
- ▶ Tabaktrafiken

Gefördert werden Kredite für betriebliche Investitionen und Betriebsmittelkredite zur Finanzierung des Warenlagers. Bei Trafiken werden nur betriebliche Investitionen gefördert.

⁴² Richtlinien für den Schwerpunkt Nahversorgung.

Es werden höchstens 75 Prozent der Gesamtkosten gefördert, mindestens 25 Prozent müssen aus Eigenmitteln oder nicht geförderten Fremdmitteln finanziert werden. Die Förderungsbasis liegt bei maximal 55.000 Euro, die Förderung erfolgt in Form eines Zinszuschusses oder eines Fonds-Darlehens.

10.4.2 Sonderaktion für Lebensmittelnahversorger

Ziel ist die Sicherung der Nahversorgung der Wohnbevölkerung mit Lebensmitteln.

Antragsberechtigt sind ebenfalls Kleinbetriebe des Lebens- und Genussmitteleinzelhandels, deren Jahresgesamtumsatz maximal 700.000 Euro beträgt, die mindestens fünf Mal wöchentlich für jeweils vier Stunden offen haben und welche ein Lebensmittelvollsortiment führen.

Gefördert werden auch hier Kredite für betriebliche Investitionen und Betriebsmittelkredite zur Finanzierung des Warenlagers. Bei Investitionsdarlehen sind nur bauliche Maßnahmen, die Einrichtung sowie Zustellfahrzeuge förderbar.

Die Förderung erfolgt in Form von Zinszuschüssen auf die Dauer von maximal fünf Jahren und maximal in der Höhe der zulässigen Höchstverzinsung oder in Form eines Fondsdarlehens. Dieses ist zinsfrei, die Laufzeit beträgt fünf Jahre, ein Jahr davon ist rückzahlungsfrei. Die Förderungsbasis für Investitionsdarlehen liegt bei maximal 250.000 Euro, für Betriebsmittelkredite bei maximal 75.000 Euro. Gefördert werden höchstens 75 Prozent der förderbaren Gesamtkosten.

11 Empfehlungen

- ▶ Innenstädte müssen als Wirtschaftsstandorte mit harten und weichen Standortfaktoren begriffen werden. Diese wiederum müssen laufend optimiert werden.
- ▶ Innenstädte können nicht mit den Handelsagglomerationen an der Peripherie konkurrieren. Stattdessen sollten sie sich ihrer Stärken bewusst werden und diese weiter forcieren. Dazu gehört, dass sie sich schon allein durch ihre Bauten, Plätze etc. von den Einkaufszentren unterscheiden. Angesichts der zunehmenden Filialisierung des Handels, der dazu führt, dass oft innerhalb weniger Kilometer die gleichen Betriebe vorhanden sind, wäre eine Chance auch für die Städte, hier ihren Unique Selling Point zu setzen.
- ▶ Verbesserung der Datenlage: vor allem Untersuchungen über Auswirkungen von Einzelhandelsgroßprojekten gibt es meist nur im Einzelfall und zeitbezogen – aber gerade die längerfristigen Auswirkungen zu sehen, wäre empfehlenswert.
- ▶ Stadt- und Citymarketing müssen die „Aufgabe Stadt“ als kooperativen Prozess einer Vielzahl von Akteuren begreifen. Standortentwicklung kann nicht nur durch die Kommune und den Einzelhandel vorangetrieben werden, sondern ist auch auf das Engagement der Immobilieneigentümer angewiesen. Es sollte daher die permanente Aufgabe aller Akteure in einer Stadt sein, auch bei diesen Überzeugungsarbeit für eine gemeinsame Stadtentwicklungspolitik zu leisten und sie als Lobby zu gewinnen. Eine lösungsorientierte Vorgehensweise ist angesichts der Situation gegenseitigen Schuldzuweisungen unbedingt vorzuziehen. Vor allem angesichts der Tatsache, dass der Handel Innenstädte zumindest in der Theorie wieder als Standort entdeckt hat.
- ▶ Städte sollten zumindest jetzt beginnen, sich auch in den Innenstädten ein gewisses Flächenreservoir zuzulegen, um möglichen Standortwünschen des Handels begegnen zu können.
- ▶ Um ein optimales Miteinander zwischen innerstädtischen Einkaufszentren und dem ansässigen Einzelhandel zu ermöglichen, ist ein Gesamtkonzept für die Stadtentwicklung von Vorteil. Darin werden unter anderem auch Funktion und Bedeutung der möglichen Standorte für den Einzelhandel definiert. Darauf basierend kann die Entwicklung auch über einen städtebaulichen Rahmenplan erfolgen.⁴³ Im Idealfall sollten diese Qualitätsstandards gemeindeübergreifend erstellt, um die Position der Städte gegenüber Investoren zu stärken – so wird vermieden, dass die Verantwortlichen aus Angst davor, dass das Projekt in der Nachbargemeinde realisiert wird, klein beigeben.

⁴³ Ebda. S.37.

- ▶ Die Belebung der Innenstadt im Sinne einer Stadterneuerung reicht weit über das klassische Stadtmarketing hinaus. Es ist angesichts dieser komplexen Aufgabe, die so viele Interessen betrifft, durchaus sinnvoll, Experten aus den Bereichen Stadtmarketing, Projekt-, Immobilienentwicklung und –management, Marktforschung sowie Mediation hinzuzuziehen. Vor allem angesichts der Fördermittel, die immer wieder in diverse Projekte fließen, deren Nachhaltigkeit jedoch zu wünschen über lässt.
- ▶ Die Bemühungen um mehr Wohnungen in den Innenstädten und Ortskernen sollten weiter forciert werden. Auch Dienstleister sollten dort gehalten werden – so kann eine gewisse Grundfrequenz gewährleistet werden.
- ▶ Umnutzung von Erdgeschoßzonen: immer wieder finden sich dort auch Büros – eine Umsiedlung derselben in die oberen Stockwerke – sofern diese gegeben sind – macht möglicherweise attraktive Geschäftsflächen frei für die Handelsnutzung.
- ▶ Bestehende innerstädtische Einkaufslagen sollten besser vernetzt werden: in der Regel ist der Hauptplatz oder die Hauptstraße d i e Einkaufsmeile; weitere Einkaufslagen in unmittelbarer Nähe sind davon jedoch oft abgeschnitten – die Herstellung einer Verbindung hilft beiden.
- ▶ Auch innerhalb der Orte sollten Entwicklungsbereiche bestimmt werden.
- ▶ Vielfach wird bei den Verkehrskonzepten der Individualverkehr diskriminiert (z.B. durch Wegfall von Parkplätzen). Der Gedanke, dass durch weniger Autoverkehr mehr Fußgänger und Radfahrer kommen, hat sich in der Praxis als nicht haltbar erwiesen. Wird der Verkehr beruhigt, gilt das in der Regel auch für die Frequenz. Und damit wird das Gegenteil von dem erreicht, was eigentlich gewünscht wurde. Im Idealfall sollten alle Verkehrsteilnehmer gleich berechtigt sein – was wiederum eine Herausforderung an die Kreativität der Verkehrsplaner darstellt.

12 Anhang

12.1 Gewerbeordnung § 77

(1) Die Betriebsanlage ist zu genehmigen, wenn nach dem Stand der Technik (§ 71a) und dem Stand der medizinischen und der sonst in Betracht kommenden Wissenschaften zu erwarten ist, daß überhaupt oder bei Einhaltung der erforderlichenfalls vorzuschreibenden bestimmten geeigneten Auflagen die nach den Umständen des Einzelfalles voraussehbaren Gefährdungen im Sinne des § 74 Abs. 2 Z 1 vermieden und Belästigungen, Beeinträchtigungen oder nachteilige Einwirkungen im Sinne des § 74 Abs. 2 Z 2 bis 5 auf ein zumutbares Maß beschränkt werden. Die nach dem ersten Satz vorzuschreibenden Auflagen haben erforderlichenfalls auch Maßnahmen für den Fall der Unterbrechung des Betriebes und der Auflassung der Anlage zu umfassen; die Behörde kann weiters zulassen, daß bestimmte Auflagen erst ab einem dem Zeitaufwand der hierfür erforderlichen Maßnahmen entsprechend festzulegenden Zeitpunkt nach Inbetriebnahme der Anlage oder von Teilen der Anlage eingehalten werden müssen, wenn dagegen keine Bedenken vom Standpunkt des Schutzes der im § 74 Abs. 2 umschriebenen Interessen bestehen.

(2) Ob Belästigungen der Nachbarn im Sinne des § 74 Abs. 2 Z 2 zumutbar sind, ist danach zu beurteilen, wie sich die durch die Betriebsanlage verursachten Änderungen der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse auf ein gesundes, normal empfindendes Kind und auf einen gesunden, normal empfindenden Erwachsenen auswirken.

(3) Die Behörde hat Emissionen von Luftschadstoffen jedenfalls nach dem Stand der Technik (§ 71a) zu begrenzen. Die für die zu genehmigende Anlage in Betracht kommenden Bestimmungen einer Verordnung gemäß § 10 des Immissionsschutzgesetzes - Luft (IG-L), BGBl. I Nr. 115/1997, in der jeweils geltenden Fassung, sind anzuwenden. Sofern in dem Gebiet, in dem eine neue Anlage oder eine

emissionserhöhende Anlagenerweiterung genehmigt werden soll, bereits eine Überschreitung eines Grenzwerts gemäß Anlage 1, 2 oder 5b IG-L oder einer Verordnung gemäß § 3 Abs. 3 IG-L vorliegt oder durch die Genehmigung zu erwarten ist, ist die Genehmigung nur dann zu erteilen, wenn

1. die Emissionen der Anlage keinen relevanten Beitrag zur Immissionsbelastung leisten oder
2. der zusätzliche Beitrag durch emissionsbegrenzende Auflagen im technisch möglichen und wirtschaftlich zumutbaren Ausmaß beschränkt wird und die zusätzlichen Emissionen erforderlichenfalls durch Maßnahmen zur Senkung der Immissionsbelastung, insbesondere auf Grund eines Programms gemäß § 9a IG-L oder eines Maßnahmenkatalogs gemäß § 10 des Immissionsschutzgesetzes - Luft in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. 34/2003, ausreichend kompensiert werden, so dass in einem realistischen Szenario langfristig keine weiteren Grenzwertüberschreitungen anzunehmen sind, sobald diese Maßnahmen wirksam geworden sind.

(4) Die Betriebsanlage ist erforderlichenfalls unter Vorschreibung bestimmter geeigneter Auflagen zu genehmigen, wenn die Abfälle (§ 2 Abfallwirtschaftsgesetz) nach dem Stand der Technik (§ 71a) vermieden oder verwertet oder, soweit dies wirtschaftlich nicht vertretbar ist, ordnungsgemäß entsorgt werden. Ausgenommen davon sind Betriebsanlagen, soweit deren Abfälle nach Art und Menge mit denen der privaten Haushalte vergleichbar sind.

(5) Für die Genehmigung von Anlagen für Betriebe des Handels sowie von ausschließlich oder überwiegend für Handelsbetriebe vorgesehenen Gesamtanlagen im Sinne des § 356e Abs. 1 (Einkaufszentren), welche überwiegend dem Handel mit Konsumgütern des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs dienen, müssen auch folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

1. der Standort muss für eine derartige Gesamtanlage gewidmet sein;
 2. Betriebsanlagen mit einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 800 m² dürfen für einen Standort nur genehmigt werden, wenn das Projekt keine Gefährdung der Nahversorgung der Bevölkerung mit Konsumgütern des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs im Einzugsbereich erwarten lässt.
- (6) Verkaufsflächen im Sinne des Abs. 5 sind die Flächen aller Räume, die für Kunden allgemein zugänglich sind, ausgenommen Stiegenhäuser, Gänge, Hausflure, Sanitär- und Sozial- und Lagerräume, wobei die Verkaufsflächen in mehreren Bauten zusammenzuzählen sind, wenn die Bauten zueinander in einem räumlichen Naheverhältnis stehen und eine funktionale Einheit bilden.
- (7) Überwiegend dient eine Anlage dem Handel mit Konsumgütern des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs dann, wenn die Verkaufsfläche für Konsumgüter des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs 800 m² überschreitet.
- (8) Eine Gefährdung der Nahversorgung der Bevölkerung ist dann zu erwarten, wenn es infolge der Verwirklichung des Projekts zu erheblichen Nachteilen für die bestehenden Versorgungsstrukturen käme und dadurch der Bevölkerung die Erlangung von Konsumgütern des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs erschwert würde. Der Landeshauptmann hat in einer Verordnung hierfür die entsprechenden Kenngrößen und Beurteilungsmaßstäbe unter Zugrundelegung anerkannter branchenbezogener Erfahrungswerte unter Berücksichtigung der regionalen Gegebenheiten, der Nahversorgungssituation und des Warensortiments nach Anhörung der für das jeweilige Bundesland zuständigen Wirtschaftskammer und der für das jeweilige Bundesland zuständigen Kammer für Arbeiter und Angestellte zu erlassen. Der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit hat in einer Verordnung die

Konsumgüter des kurzfristigen und des täglichen Bedarfs zu bezeichnen.

(9) Die Abs. 5 und 8 gelten nicht für Projekte in einem Stadtkern- oder Ortskerngebiet. Stadtkern- oder Ortskerngebiet sind jene Ortsbereiche oder Flächen mit Ausrichtung auf das örtliche bzw. überörtliche Verkehrsnetz, die eine überwiegend zusammenhängende Verbauung mit öffentlichen Bauten, Gebäuden, die der Hoheitsverwaltung und der Gerichtsbarkeit dienen, Gebäuden für Handels- und Dienstleistungsbetriebe, Bauten des Tourismus, Versammlungs- und Vergnügungsstätten, Wohngebäuden sowie Gebäuden, die der Religionsausübung gewidmet sind, aufweisen.

13 Literaturverzeichnis

Angabe der wichtigsten problembezogenen Fachliteratur:

- AICHLREITER, Josef W. , Einkaufszentren im Gewerbe- und Raumordnungsrecht, 1998
- BM für wirtschaftliche Angelegenheiten, Ansätze zur Sicherung der Nahversorgung, 1997
- BUßJÄGER, Peter, Neue Rechtsprobleme bei der Errichtung von Einkaufszentren, 1998
- CASH Almanach 2007, Manstein Verlag, Brunner Feldstraße 45, 2380 Perchtoldsdorf
- ECKER, Werner, Konsument und Einkaufszentrum – Grundlagen privater und kommunaler Einkaufszentrenplanung, Wiesbaden 1978
- EHRBECK Hanno, HENRICH Sabine, HERZ Sabine, PAULY Martina, Lebenswerte Innenstädte – Initiativen, die bewegen! Gute Beispiele für Projekte und Initiativen der Innenstadtentwicklung. Ein Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung und des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung. Bonn 2007
- FALK Bernd, WOLF Jakob: Das große Lexikon für Handel und Absatz, Landsberg am Lech 1982
- FISCHER Peter, Verkehrsenergieaufwand städtischer Einkaufs- und Versorgungsstrukturen, Diplomarbeit, Wien 1997
- FRANKE Thomas, Wirtschaftlicher Strukturwandel, Globalisierung und Stadtentwicklung. Tagungsbericht einer Tagung der Friedrich-Ebert-Stiftung am 19. Juni 1996 in Frankfurt am Main. Bonn, 1997
- GAIL Christian, HOPPE Dorit, KASSARNIG Sabine, MANNSBERGER Carola, TISCHLER Nicole: Warum würde sich ein Einzelhandelsbetrieb im Fischapark ansiedeln. SE Stadtentwicklung, WS 1998/99
- GRÖLL Klaus Georg, S.O.S. S.C.S. Strategien zur städtebaulichen Einbindung nicht integrierter Einkaufszentren, Dipl. arbeit, TU Wien, 2001
- GUSS Christoph, HEIMGARTNER Daniel, KRAL Ulrich, Faktor Einzelhandel und Zersiedelung. Raumrelevante Auswirkung im Modellansatz. Bericht zur LVA Computerunterstützte Lösungen in komplexen Systemen. TU Wien, Juni 2007
- GUTTMANN, Raimund; SCHWEIZER Paul, PLETZER, Thomas, Bau-Land-Gewinn ohne Erweiterung. „Innenentwicklung“ statt neuer Baulanderschließung - zur

- Weiterentwicklung bestehender Einfamilienhaus-Siedlungen. SIR-Mitteilungen und Berichte Nr.31, 2005
- HERZOG, Bernhard, Die 30 wichtigsten Handelsstandorte in Österreich und deren Veränderung bezüglich deren Kaufkraftströme, 2003
- HITZ, Hartwig, Einkaufszentren in peripheren Regionen sowie die wirtschaftlichen und sozioökonomischen Auswirkungen auf eine Bezirksstadt und benachbarte Gemeinden (dargestellt am Einkaufszentrum der Stadt Horn), 2005
- KOCH, Sabine, Entwicklungstendenzen und Auswirkungen von Einkaufszentren versus Nahversorgung, mit Fallbeispiel SCS, Diplomarbeit, Wien 2000
- LEITFADEN zur Zentrumszonenabgrenzung, www.raumvision.at
- LINDNER, Hannes, Praxisdialog WU, WS 2005/2006
- NADROWSKI Steffen, Innerstädtische Einkaufszentren – Chance oder Gefahr. Möglichkeiten und Grenzen der Integration im Spannungsfeld zwischen Städtebau und Einzelhandel. Diplomarbeit, Universität Dortmund, 2002
- NETZWERK Lebensmittelhandel - Landwirtschaft - ein zukunftsweisendes Projekt zur Sicherung der Nahversorgung, 2002
- Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern (Hrsg.), Innerstädtische Einkaufszentren (Kurzfassung), hg., München, März 2003
- ÖROK: Einkaufszentren und Nahversorgung – Sorgenkinder der Raumordnung, ÖROK Seminarbericht Empfehlungsentwurf, Wien 1989
- ONZ, Rainer, Nahversorgung contra Einkaufszentren, 1998
- ORTSKERNBELEBUNG und Innenstadt, Ein Leitfaden für Handel und Wandel in niederösterreichischen Gemeinden. Wien, 2002
- PICHLER Anita, Untersuchungen zur Umweltverträglichkeit von Einkaufszentren, Diplomarbeit, Innsbruck 1997
- PFEILER, Dietmar, Wirkungen von stadt- und verkehrsplanerischen Maßnahmen auf den innerstädtischen Einzelhandel, 1997
- POMAROLI, Gilbert, Einkaufszentren und Ortskerne - Konkurrenz oder Ergänzung, 2002
- POPP, Monika, Developing Shopping Centres in Inner-City Locations: Opportunity or Danger for Town Centres? (Der Trend der Einkaufszentren zur Innenstadtlage: Chance oder Gefahr für die Innenstädte?), 2004
- POSITIONSPAPIER der Wiener Grünen und der Grünen Wirtschaft zur Nahversorgung in Wien. Beschlossen von der Wiener Landeskongress am 10.11.2003
- RECHNUNGSHOFBERICHT Reihe Bund 2007/2, Vorlage vom 28. Februar 2007

RegioPlan Consulting, Standortlisten des österr. Einzelhandels, Ausgabe 2007

Shopping Center Top 100, Ausgabe 2006

REISENBICHLER, Martina, Räumliche Effekte des ökonomischen Strukturwandels am Beispiel Wien, 2001

RICHTER, Brigitta, Einkaufszentren und Nahversorgung. Zur Situation der Nahversorgung in Niederösterreich, 1998

RUPP Brigitta, Der österreichische Einzelhandel unter Berücksichtigung von Einkaufszentren-Entwicklung und Zukunftsperspektiven, Dissertation, Wien 1991

SCHNEIDER, Esther, Neue Rechtsprobleme bei der Errichtung von Einkaufszentren, 1998

SCHOBER Sabine, Einkaufszentren – Situation und Perspektiven, in: 20 Jahre Standort + Markt Beratungsgesellschaft m.b.H.; Felixdorf 1993

SCHUBIGER Walter R., Ein Leitfaden für Handel und Wandel in niederösterreichischen Gemeinden, St. Pölten, Dezember 2006

SPANNOWSKY Willy, Möglichkeiten zur Steuerung der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe durch die Raumordnung und ihre Durchsetzung in UPR 7/2003, S. 248-256

Strategie Niederösterreich – Landesentwicklungskonzept, Amt der NÖ Landesregierung (hrsg), St. Pölten, 2004

WEISS, Veronika, Überlegungen zum Branchenmix in Wien, 2002

ZETTLER Maria, Die Entwicklung von Einkaufszentren in Amerika und Europa und ihre städtebaulichen Auswirkungen im Vergleich, Diplomarbeit, Wien 1994

ZWÖLF gute Gründe für die Innenstadt. Hg: Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main, April 2007

Zeitungsartikel, Vorträge

BECHTLE Matthias, Cityhandel gegen grüne Wiese, in: Deutsche Immobilien Zeitung, 5.6.1998

HUTTENLOHER Christian, Wirtschaftsstandort und „Grüne Wiese“. Erkenntnisse aus der EU. Dt. Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung. www.deutscher-verband.org/_downloads/vortrag_huttenloher_gruene-wiese.pdf

JANK Brigitte, Pressekonferenz zur Kaufkraftstromanalyse Wien 06, 8.5. 2007

KANONIER Arthur, Die Attraktivität der Peripherie, Tagung Stadtplanung aktuell, Wien, 8.5. 2006

NEUHUBER Alexander, Internationale Trends bei EKZ, Fachvortrag, November 1998

PAAS Joachim, Ministerialdirigent, Oberste Baubehörde, Bayr. Staatsministerium des Inneren: Stadtentwicklung im 21. Jahrhundert: Handlungsansätze für den Freistaat Bayern“, Jahrestagung des Deutschen Verbandes für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung. 22./23.6.2005, München

SCHOBBER Sabine, Veränderungen der Standortqualität von Handelsstandorten, Vortrag Stadtkernsymposion „Neues Leben in alten Städten“, Vösendorf, 30.5.2006

Interviews:

KR Alexander Klik, Bürgermeister Stadt Horn

Dkfm Franz Müllner, WKO, Bezirksstelle Horn

Landtagsabgeordneter Jürgen Maier, Stadtrat für Stadterneuerung, Horn

Ing. Thomas Kronsteiner, EKZ Horn

DI Johannes Prinz, Stadtrat Stadtgemeinde Zwettl

DI (FH) Weiländer Matthias, Stadtentwicklung St. Pölten GmbH

Mag. Gernot Binder, WKO, Bezirksstelle St. Pölten

Guido Miklautsch, Wiener Einkaufsstraßen, WIFI Wien

Roman Schwarzenecker, Standort + Markt, Baden

Markus Brickert, Gesellschaft für Markt und Absatzforschung, Wien

Arthur Kanonier, Ass.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. techn., Fachbereich Rechtswissenschaften, TU Wien

DI Wolfgang Richter, Regio Plan Consulting, Wien

DI Markus Neuraüter, Raiffeisen evolution, Wien

Alexander Otto, ECE- Projektmanagement GmbH, Hamburg

Gerhard Mock, Bürgermeister St. Veit Glan, Geschäftsführer der Veranstaltungs- und StadtmarketingGmbH

Prof. Karl P. Schörghuber, Infrapool

DI Martin Hesik, Stadtmarketing „Neu in der Stadt“, Wiener Neustadt