

Strategien zur Belebung der Innenstadt – drei Beispiele aus Niederösterreich

Individualität und ein klares Bild nach außen, das sind Eigenschaften, die erfolgreiche Städte auszeichnen. Drei Beispiele für verschiedene Strategien waren Ziele einer Exkursion der Stadterneuerung Niederösterreich am 1. Oktober 2009. Die Exkursion fand im Rahmen des Projektes Innocité statt, wo derzeit erfolgreiche Strategien zur Entwicklung kleiner und mittlerer Städte im Nahbereich von Metropolen gesucht werden. Die Entwicklung von Identität und Einzigartigkeit ist dabei ein Kernthema. Wir freuten uns, einen Vertreter des Salzburger Partners SIR bei uns begrüßen zu dürfen.



Amstetten – die Stadt als Einkaufszentrum

Amstetten ist eine Bezirksstadt, die sich eine Position als Einkaufsstadt in ihrer Region aufgebaut hat. Mit 23.000 EinwohnerInnen ist Amstetten eine mittelgroße Stadt in Niederösterreich. Am Stadtrand finden sich die üblichen Fachmärkte wie Möbel- oder Baumärkte. Die Branchen des typischen mittelfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Drogerie etc. sind im Ortskern angesiedelt. Die Innenstadt wurde im letzten Jahrzehnt großzügig umgestaltet. Moderne Formensprache auf Plätzen und Straßen schafft ein zeitgemäßes Flair. Bei der Neugestaltung der Stadt wurde ausdrücklich auf die Barrierefreiheit des öffentlichen Raumes geachtet. Es gibt keine Niveauunterschiede im Straßenraum, lediglich die Verwendung unterschiedlicher Materialien ergibt eine Gliederung der Nutzungen. Es gibt im Zentrum von Amstetten nicht nur Einzelgeschäfte, sondern auch ein innerstädtisches Einkaufszentrum mit 70 Geschäften und etwa 800

Parkplätzen. In der restlichen Innenstadt gibt es ca. 500 Parkplätze und beim Bahnhof eine P&R-Anlage mit ebenfalls ca. 800 Parkplätzen. Auf dem Hauptplatz findet zweimal in der Woche ein Markt statt. Die Kombination dieses Angebotes zieht auch viele BewohnerInnen der Umgebung nach Amstetten. Amstetten setzt aber nicht nur auf Einkauf, sondern hat an der Peripherie die Ansiedlung von zahlreichen Gewerbebetrieben ermöglicht. Derzeit bleiben diese Betriebe allerdings auch nicht von der allgemeinen Wirtschaftskrise verschont und die Kommunaleinnahmen sind derzeit fallend. Die Stadt engagiert sich dennoch in den Bereichen „Erneuerbare Energien“ und „Jugend“. Mobile Jugendarbeit und ein Jugendzentrum schaffen entsprechende Angebote. Seit etwa 8 Jahren ist die Zahl der EinwohnerInnen nahezu gleich geblieben. Derzeit werden alle Lebensbereiche der Stadt neu durchleuchtet und Maßnahmen gesucht, um den Zusammenhalt der BewohnerInnen der Stadt zu verbessern.

Erfahrungen aus der Errichtung des innerstädtischen Einkaufszentrums haben gezeigt, dass sich dadurch die Kundenfrequenzen in Richtung der Umgebung des Einkaufszentrums verschieben, da es einen neuen Anziehungspunkt in der Stadt bietet. Vor allem Junge Kunden nutzen die Angebote des EKZ. Die Vermarktung der Innenstadt wird vom „Cityclub“ betrieben, wo auch das Einkaufszentrum mit eingebunden wird. Die Aktionen werden gemeinsam betrieben. Das operative Geschäft liegt in den Händen eines Geschäftsführers. Der organisiert klassisches Stadtmarketing mit Imagewerbung, Veranstaltungen und dem Gutscheinsystem „Citytaler“.

Waidhofen an der Ybbs – Aktivierung von Geschäftsflächen in der Innenstadt

Waidhofen an der Ybbs liegt in einem Tal im Mostviertel. Die Stadt hat etwa 11.500 EinwohnerInnen und stand vor 5 Jahren vor einer schwierigen Situation in der Innenstadt. Fast ein Drittel der Geschäftsflächen stand entweder leer oder es war absehbar, dass ein Inhaberwechsel bevorstand. Dazu kam, dass die NÖ Landesausstellung für 2007 in Waidhofen an der Ybbs geplant war. Waidhofen hatte eine sehr schöne historische Innenstadt, die von Entleerung bedroht war.

Diese Herausforderung hat die Stadt angenommen. Die Beteiligten – Wirtschaft, Gastronomie, Stadtgemeinde und Stadtmarketing haben an einem Strang gezogen und nur so war der Erfolg möglich.

Ein Maßnahmenpaket wurde entwickelt, das bis 2007 und noch 2009 weiter umgesetzt wurde und wird.

Die Stadtgemeinde beschloss eine zusätzliche Wirtschaftsförderung in Form einer Mietförderung für Geschäftsflächen in der Innenstadt. Diese Förderung wurde an konkrete Bedingungen bezüglich der Gesamthöhe der Miete und der Geschäftsgröße geknüpft und gemeinsam mit der Wirtschaftskammer NÖ ausgearbeitet. Zusätzlich betrieb das Stadtmarketing eine aktive Leerflächenvermittlung. Auch die Hausbesitzer wurden unterstützt und auch beraten, wenn die Flächen nicht mehr vermietbar waren. Insgesamt wurden dadurch 36 neue Betriebe in der Innenstadt angesiedelt und es gab 24 Erweiterungen oder andere Veränderungen bei Handel, Dienstleistung oder Gastronomie. Es gibt 2009 so gut wie keine leeren Geschäftsflächen in der

Innenstadt. Die Nahversorgung wurde sichergestellt. Am Dienstag und Freitag gibt es einen Frischmarkt, der ein großer Frequenzbringer ist. Die Parkraumbewirtschaftung wurde kundenfreundlicher ausgerichtet und die Auslastung der Kurzparkplätze erhöht. Das Gastronomieangebot hat sich seit der Landesausstellung 2007 deutlich verbessert. Ein eigener Wirtekoordinator sorgt für die Kommunikation und einen gemeinsamen Auftritt. Auch in der Innenstadt ist ein Koordinator tätig. Diese Koordinatoren sind für den Prozess der Kommunikation und Zusammenarbeit aller Akteure zuständig. Das professionelle Netzwerk hat sich als entscheidende Zutat zum Erfolg herausgestellt. Gemeinsames Handeln und das Einbinden aller handelnden Personen hat die Belebung der Innenstadt ermöglicht. Dabei hat sich herausgestellt, dass es wichtig ist, über das Thema Handel hinaus zu denken und alle Dienstleister, öffentliche Institutionen, Freizeiteinrichtungen etc. in die Überlegungen mit einzubeziehen. Auch die Innenstadt als Wohnstandort darf nicht vernachlässigt werden. Konflikte mit der wirtschaftlichen Nutzung wird es dabei immer geben, aber sie müssen angesprochen und Kompromisse gefunden werden.



setzt auf Kultur

Haag ist eine kleine Stadt im südwestlichen Niederösterreich mit etwa 5.000 EinwohnerInnen.

Sie hat eine kleine, aber sehr attraktive Innenstadt mit einem kleinen Hauptplatz auf einem Hügel. 1995 nahm ein ansässiger Theaterverein den Betrieb eines Theaterkellers in einem Wirtshaus am Hauptplatz auf. Theater, Kabarett und Kino begannen den Ort kulturell zu beleben. 1998 gab es erstmals ein Open-Air-Sommerkino. Damals wurde die Idee eines Sommertheaters geboren. Mit Unterstützung der Stadterneuerung NÖ entstand nach dem Entwurf eines Architektenteams eine innovative und spektakuläre Tribünenkonstruktion für den Hauptplatz. Die frei stehende Konstruktion gewann Architekturpreise und Haag wurde überregional bekannt.



Auf der Bühne stehen jedes Jahr renommierte Schauspieler und Haag wurde ein anerkannter Spielort für Sommertheater. Es sind aber nicht nur bekannte Namen, die den Theatersommer ausmachen, sondern auch das Engagement vieler Haagerinnen und Haager. Sogar als Statisten wirken jedes Jahr rund 30 Bürgerinnen und Bürger der Stadt an den Produktionen mit. 2009 konnte die Stadt 18.000 BesucherInnen in 36 Vorstellungen begrüßen. 2006 wurde der Hauptplatz umgestaltet und durch den Abriss eines Hauses auch ein wenig erweitert. Dadurch entstand der Platz für einen Brunnen, der 2008 feierlich eingeweiht wurde. Der Hauptplatz wird nachts indirekt beleuchtet, was ihm ein ganz spezielles Flair verleiht. Der Theatersommer wird von Beginn an durch den Theaterverein „Kultur im Mostviertel (KIM)“ durch einen hauptberuflichen Geschäftsführer organisiert. Die Gemeinde unterstützt den Verein bei seinen Aktivitäten.

Durch diesen Kultur-Schwerpunkt konnte der Ortskern in den ansonsten sehr ruhigen Sommermonaten nachhaltig belebt werden. Auch die Bausubstanz rund um den Hauptplatz wurde und wird durch private Investitionen verbessert und erneuert. Leerstehende Wohnungen wurden saniert und sind heute wieder bewohnt. Die Nachversorgung im Zentrum konnte gesichert werden. Heute ist der Theatersommer aus Haag nicht mehr wegzudenken.

