

## Der Nahversorger ist ... ... Infrastruktur, Lebensqualität und täglicher Treffpunkt.

Mit diesen Worten wird in vielen Orten, die in den letzten Jahren mit Hilfe der NAFES die Existenz des sprichwörtlichen letzten Nahversorgers gesichert haben, beschrieben, warum gerade dieses Angebot ein wichtiges Kriterium für lebendige Ortskerne ist. Die Gemeinde Rohrbach hat neben sozialen Angeboten auch auf einen neuen Nahversorger gesetzt - und wurde als „Gemeinde mit Herz“ (KURIER-Auszeichnung vom August 2009) auch NAFES-Gemeinde.

> SEITE 3



### Dorf bleiben - und dennoch ausreichend versorgt sein.

Lebensqualität an möglichst jedem Ort bieten zu können, ist uns in Niederösterreich ein wichtiges Anliegen. Um dabei auch die Bedürfnisse der Bevölkerung berücksichtigen zu können, setzen wir so weit wie möglich auf Bürgerbeteiligung, und gerade die Sicherung der Nahversorgung im eigenen Ort ist - vor allem in peripheren Gebieten - ein sehr oft geäußerter Wunsch. Wenn Gemeinden diese Zeichen erkennen und umsetzen, sind sie auf dem besten Weg, ihre Ortskerne lebendig zu erhalten und Raum für mehr Gemeinschaft zu schaffen. Dann werden sich auch die Menschen wieder mit ihrem Heimatort identifizieren und sich zuhause fühlen!

Dr. Erwin Pröll

Landeshauptmann von Niederösterreich



### Vielfältig ausgedrückt: Bekenntnis zur Ortskernbelebung.

Die Sicherung der Nahversorgung ist zwar ein wesentliches Anliegen der NAFES, aber mit der Bereitstellung der entsprechenden Einrichtungen ist es noch lange nicht getan. Immer wieder gilt es, die Angebote im Ortszentrum den Bürgerinnen und Bürgern in Erinnerung zu rufen sowie Mittel und Wege zu finden, sie als Kundinnen und Kunden in das Ortszentrum zu führen. Der Maßnahmenkatalog für eine erfolgreiche Ortskernbelebung ist vielfältig, und es ist erfreulich, dass die niederösterreichischen Ortsmarketingvereine und Gemeinden nicht müde werden, diese Vorschläge nicht nur zu nutzen, sondern auch immer wieder durch neue Ideen und Aktionen zu ergänzen.

KommR Sonja Zwazl

Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ



## „DER WEG IST DAS ZIEL“ UND „WIR TUN ES JETZT!“: Parameter einer nachhaltigen Innenstadtbelebung.

Viele Städte in Österreich beauftragen Analysen oder Konzepte zur Belebung und Kaufkraftbindung ihrer Standorte. Diese Konzepte und Analysen haben eines gemeinsam: Sie zeigen mit unzähligen farbigen Grafiken und geheimnisvollen Fachbegriffen Lösungen für die jeweiligen Städte auf. Das wäre ja an sich eine gute Sache. Ein Teil dieser Konzepte scheitert aber an der Umsetzung, da manches aus finanzieller Sicht nicht möglich ist oder aber die verantwortlichen Personen dazu fehlen - übrig bleibt eine „Ziel- und Maßnahmenblase“. Oder aber die Städte scheitern bereits an den in solchen Konzepten gängigen Formulierungen „MAN SOLLTE und KÖNNTE“, wo es eigentlich heißen müsste „WIR TUN ES JETZT“!

### ÜBERLEGUNGEN VOR UND NACH DEM KONZEPT.

Nachhaltige Innenstadtbelebung beginnt also noch vor der Konzepterstellung, wenn die Auftraggeber im Vorhinein überlegen sollten, ob auch die notwendigen finanziellen Mittel oder personellen Ressourcen zur Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen verfügbar sind. Und dann gilt es noch, eine Tatsache nie aus den Augen zu verlieren: Auch das großartigste Konzept für eine nachhaltige Innenstadtbelebung wird scheitern, wenn nicht der richtige Weg zur Umsetzung gefunden und stetig verfolgt wird, sodass eine dauerhafte Veränderung erreicht werden kann!

### KLARE GRUNDSÄTZE.

Welche Parameter sind daher für eine nachhaltige Innenstadtbelebung notwendig:

- ein **verbindliches Netzwerk**: nicht nur mit den Verantwortlichen der Stadt, sondern zwischen allen, die eine positive Veränderung ernsthaft mittragen wollen
- die Erfüllung von **Kundenerwartungen**: gute Erreichbarkeit und kundenfreundliche Parkgebühren, ein optimaler Branchenmix sowie ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis
- **Sicherung der Grundfrequenz**: Lebensmittelhändler, Trafiken, aber auch Kaffeehäuser und Arztpraxen sowie Schulen und Kindergärten im Zentrum sind fixe Frequenzbringer.
- **Servicequalität und Kompetenz**: Qualifizierung sowie optimale fachliche und menschliche Beratung wird von den KundInnen immer mehr erwartet.
- **Kundenorientierung** durch Marktforschung einerseits, aber auch Verständnis für die Kundenbedürfnisse andererseits: Unsere KundInnen sagen uns jeden Tag, was Sie brauchen und von uns erwarten - zuhören und das Angebot auf die Kundenwünsche ausrichten!
- **kleine, aber koordinierte Aktivitäten** statt großer Events: Große Veranstaltungen bringen meist nur am Tage der Veranstaltung Frequenz. Bei vielen kleinen Aktivitäten können einzelne Betriebe immer wieder mit Angeboten werben, wobei jeder Einzelbetrieb mindestens zweimal, besser aber viermal jährlich einen Schwerpunkt setzen sollte.

### DIE „SPÄTE“ LÖSUNG: LEERFLÄCHENMANAGEMENT.

Wenn durch fehlende Marketingaktivitäten bereits leer stehende Geschäftsflächen vorhanden sind, gibt es immer noch eine Möglichkeit zur Trendumkehr: ein adäquates Ansiedlungs- und Leerflächenmanagement. Dabei ist natürlich auch das Gemeindebudget gefordert, und HausbesitzerInnen stehen dann vor der Herausforderung, mietfähige Geschäftsflächen zu einem vernünftigen Preis anzubieten. „Vernünftige“ Mieten dürfen dann vor allem in kleineren Städten maximal 10,- Euro/m<sup>2</sup> ausmachen. Gezielte Ansiedlungsförderungen sind dabei eine ebenso gute Motivation, wie unternehmerfreundliche Behördenverfahren.

### RAHMENBEDINGUNG: RICHTIGER UMGANG MITEINANDER.

Unternehmerfreundlichkeit sollte bei der Zusammenarbeit zwischen Gemeinde und UnternehmerInnen Grundgesetz sein, und man sollte niemals vergessen: Unternehmen sind nie Bittsteller, sondern stets Kunden!



#### KONTAKT und INFOS

Johann Stixenberger  
Projektbetreuer d. NÖ Dorf- u. Stadterneuerung  
Innenstadtkoordinator in Waidhofen/Ybbs  
T 0676/88 591 225  
johann.stixenberger@dorf-stadterneuerung.at



## Rohrbach: RASCH WIEDER NAH VERSORGT.

Jüngstes Beispiel für die erfolgreiche Sicherung der Nahversorgung ist die Gemeinde Rohrbach an der Gölsen. Ende 2008 hatte dort der letzte Nahversorger endgültig zugesperrt, ein Nachfolger war nicht in Sicht. Im Zuge eines Wohnbauprojekts hat daraufhin die Gemeinde die Kosten für die Errichtung eines neuen Lebensmittelgeschäfts übernommen.

Mit Unterstützung der NAFES konnte ein neues Geschäft mit einer Verkaufsfläche von 225 m<sup>2</sup>, modernster Technik und 25 Kundenparkplätzen errichtet werden. Kauffrau Ines Meloun bietet dort mit einem attraktiven Sortiment, umfangreichen Serviceleistungen und flexiblen Öffnungszeiten eine qualitativ hochwertige Nahversorgung an. „Wir haben das Thema Nahversorgung ausführlich mit der Bevölkerung und im Gemeinderat diskutiert und sind sicher, dass wir jetzt eine nachhaltige Lösung für unseren Heimatort gefunden haben“, ist Rohrbachs Bürgermeister LAbg. Karl Bader vom Erfolg überzeugt.



## Wiener Neustadt: WIEVIELE KOMMEN WANN WOHNIN?

Die Kultur Marketing Event Wiener Neustadt GmbH hat in der City eine Passantenfrequenzmessanlage auf Basis eines Videosensors installieren lassen, die 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr aktiv ist. Zur Auswertung der Daten gehört eine spezielle Software auf Web-Basis, die an die Bedürfnisse des Stadtmarketings angepasst ist.

So wurde ein professionalisiertes Controllinginstrument für Stadtmarketing-Aktivitäten eingerichtet, um Frequenz und Erfolg von einschlägigen Events oder anderen verkaufsfördernden Aktionen messbar zu machen. Dadurch ist künftig einerseits die noch effizientere Planung von Aktivitäten möglich. Andererseits kann ein wesentlich verbessertes Service für potentielle InvestorInnen oder GeschäftsmieterInnen sowie für Politik und Verwaltung in Bezug auf die Bereitstellung der wichtigen Standortkennzahl und der Passantenfrequenz geboten werden.



## Krumbach:

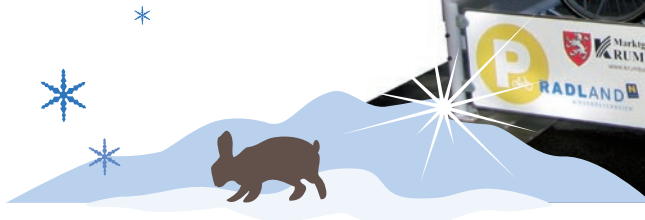
### „GUT BEDACHT“ AUF DEM RAD.

Die Marktgemeinde Krumbach will ihren BürgerInnen das Einkaufen im Ort mit dem Rad erleichtern. Daher wurde zusätzlich zu den neu errichteten Parkplätzen im Ortszentrum auch ein überdachter Fahrradständer aufgestellt. Dieser bietet einerseits stabile Absperromöglichkeiten, andererseits aber auch sicheren Halt beim Beladen des Rades mit dem Einkauf, damit die Felgen nicht beschädigt werden.



## Hainfeld:

### TAXI, BITTE!



Vor allem älteren Menschen das Einkaufen in Hainfeld zu erleichtern - das war die Ausgangsidee für das Hainfelder Einkaufstaxi, das vom Stadtmarketingverein „Wir Hainfelder“ in Zusammenarbeit mit einem Taxiunternehmen und der Wirtschaft Hainfeld im Oktober 2009 initiiert wurde.

Die TaxibenutzerInnen erhalten zunächst beim Taxilenker ein Ticket für die Fahrt. Dieses Ticket kann bei einem Einkauf ab 10,- Euro in den Mitgliedsbetrieben des Vereins „Wir Hainfelder“ gegen eine Rückvergütung im Wert von 1,- Euro - und zwar in Form von fünf Stück Einkaufszuckerl (Marken) à 0,20 Euro - eingetauscht werden, die wiederum zur Befüllung der Hainfeld-Card gedacht sind (die Hainfeld-Card ist in jedem Mitgliedsbetrieb jederzeit kostenlos erhältlich). Die Tickets werden von den Betrieben monatlich mit dem Stadtmarketingverein „Wir Hainfelder“ verrechnet.

Alle an der Aktion beteiligten Betriebe sowie die Taxi-Haltestellen sind durch ein spezielles Logo gut zu erkennen. Ein Flyer, der in den Geschäften aufliegt, informiert über das Einkaufstaxi, und eine PR-Kampagne in den Lokalzeitungen wird die Aktion zusätzlich bekannt machen und unterstützen.



© Verein „Wir Hainfelder“

## KONTAKT

NIEDERÖSTERREICHISCHE  
ARBEITSGEMEINSCHAFT  
ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFES  
IN STADTZENTREN

Dipl.-Ing. Alexandra Schlichting  
Amt der NÖ Landesregierung  
Abt. Raumordnung und Regionalpolitik  
Landhausplatz 1 | 3109 St. Pölten  
T 02742/9005-14902 | F 02742/9005-14170  
alexandra.schlichting@noel.gv.at

Mag. Julia Karner  
Wirtschaftskammer NÖ - Sparte Handel  
Landsbergerstraße 1 | 3100 St. Pölten  
T 02742/851-18310 | F 02742/851-19319  
nafes@wknoe.at