

## SCHAUPLATZ WAIDHOFEN/YBBS: „STADTMARKETING GOES 4.0“.

UNTER DEM TITEL „STADTMARKETING GOES 4.0: DIE ZUKUNFT DES HANDELS IN EINER DIGITALISIERTEN WELT“ BELEUCHTEN NÖ GEMEINDEVERTRETERINNEN UND STADTMARKETING-VERANTWORTLICHE IN EINER GEMEINSAMEN VERANSTALTUNG VON WIRTSCHAFTSKAMMER NÖ UND STADTMARKETING WAIDHOFEN/YBBS CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR STADTMARKETING UND WERBEGEMEINSCHAFTEN.

Digitalisierung erfasst unser ganzes Leben, der Einzelhandel ist besonders stark von den Veränderungen betroffen. So kaufen - wie Roland Murauer (Geschäftsführer CIMA Beratung GmbH) berichtete - „57% der ÖsterreicherInnen online ein. Im internationalen Vergleich liegt Österreich mit 5% des gesamten Handelsvolumens noch im unteren Bereich, in Großbritannien etwa werden bereits 13,5% des Einzelhandelsvolumens online abgewickelt. Aufgrund des fortschreitenden Online-Handels wird es in den nächsten 10 Jahren zu einer Reduktion der Verkaufsflächen um etwa 15-20% kommen. Um in dieser veränderten Welt den stationären Handel und die Innenstädte attraktiv zu halten, braucht es für Handelsunternehmen wirksame Gegenstrategien: einerseits gute Sichtbarkeit und Präsenz in der digitalen Welt, andererseits weiter verbesserte Atmosphäre und Attraktivität der Innenstädte. Dazu könnte im Stadtmarketing auch die Nutzung von sozialen Medien beitragen, wie Michael Reiter (Geschäftsführer New Media) ausführte. Alleine in Österreich gibt es 3,6 Millionen Facebook-NutzerInnen, die im Schnitt 14 Mal pro Tag auf die Plattform schauen. 90% der ÖsterreicherInnen vertrauen bei Einkäufen auf Empfehlungen von anderen. Das heißt: Facebook und Co kommt eine ungemeine Bedeutung zu. Gleichzeitig verwenden die heutigen Jugendlichen, die bereits als „Digital Natives“ bezeichnet werden,

zusätzlich alternative Plattformen wie Instagram, Snapchat, Twitter und Pinterest. Dieses Potential aller Onlineplattformen kann, soll und muss wohl auch der stationäre Handel nutzen.

Fotos: Franz Gleiss

### KONTAKT

NIEDERÖSTERREICHISCHE  
ARBEITSGEMEINSCHAFT  
ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFES  
IN STADT- UND ORTSZENTREN

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



Dem Leerstand entgegen:  
gemeinsam und kreativ  
Veränderungen bewirken.

Neben Politik und Verwaltung aller Ebenen beschäftigen sich auch Architekturbüros seit langem mit Lösungen gegen die Verödung des ländlichen Raums bzw. mit der Reaktivierung von Zentren, Plätzen und Gebäuden, um diese nachhaltig als Anziehungspunkte zu etablieren. Als spezielles Beteiligungsformat wurde dazu vom Büro nonconform die „Ideenwerkstatt“ etabliert, die auf besondere Art Antworten auf räumliche Aufgaben in kleinen wie großen Gemeinden und Städten

Fortsetzung  
Seite 2



**VIelfalt und Bürgerbeteiligung: Klare Erfolgsparemeter in der Leerstands-Bekämpfung.**

Leerstand ist oft das Ende von Lebenszyklen - sei es von Betrieben, Gebäuden oder in der Folge von Orts- und Stadtzentren bzw. sogar von ganzen Orten. Wie schwer der Weg zurück zu lebendigen Zentren und Orten, in denen das Leben pulsiert, ist, wird man an drei Parametern messen können. Da ist zunächst der Zeitfaktor: Wann reagiert man auf die Fehlentwicklung - beim ersten leeren Geschäftslokal oder beim letzten verwaisten Haus? Dann geht es um Vielfalt: Wie weit werden Einkauf, Dienstleistung, Bürgerservice, Wohnen und Freizeitgestaltung in kurzer Entfernung zueinander ermöglicht? Und schließlich zählt der langfristige Bestand neuer Nutzungen: Wie stark bindet man die Bevölkerung in eine Neugestaltung ein? Die Menschen, die das Zentrum bzw. den Ort als Lebensraum vielfältig nutzen sollen, kennen ihre Bedürfnisse und sind daher die besten Ratgeber bei der Neugestaltung eines lebendigen Orts- oder Stadtkerns.

Dr. Erwin Pröll  
Landeshauptmann von Niederösterreich



**LEERSTAND: ALLE AKTEURE SIND GEFORDERT.**

Dem lokalen Handel kommt eine Schlüsselrolle zu, wenn es darum geht, Leerstand zu füllen. Eine Frage ist, ob und wie der Handel jene Trends für sich nutzen kann, die er aktuell als Bedrohung ansieht. So ist zu hinterfragen, ob bestimmte Erfordernisse des Online-Handels - etwa was Raumreserven für Waren-Lieferungen anbelangt - mit der Nutzung von leeren Geschäftslokalen verknüpft werden können. Allerdings bedarf es da wohl manchmal etwas mehr an Entgegenkommen bei der Preisgestaltung auf Eigentümer- bzw. Vermieterseite. So manches Objekt ist leider ein „Dauerbrenner“ geworden, da es zu lange leer gestanden ist. Wer sein Haus zu lange Zeit ungenutzt lässt, riskiert einen zu großen Wertverlust. Irgendwann kommt es dann zum „Point of no return“, wo der Wertverlust die Wertsteigerung des Grundstücks, auf dem es errichtet wurde, übersteigt. Es braucht daher ein Zusammenwirken aller Akteure, um bei Leerständen erfolgreich entgegensteuern zu können. Die NAFES mit ihren Förderangeboten ist hier ein hilfreicher und wichtiger Partner des lokalen Handels.

KommR Sonja Zwazl  
Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ

## Ein Arbeitstisch für alle: kreative Ideen – ernst gemeinte Beteiligung.

Im Rahmen einer „Ideenwerkstatt“ entwickelt ein Team aus ArchitektInnen (von nonconform), StadtplanerInnen, InnenstadentwicklerInnen und MediatorInnen **gemeinsam** mit der Öffentlichkeit – also mit **Bevölkerung, Politik und Verwaltung** – innerhalb von drei Tagen vor Ort eine neue Art des mit(einander) Redens sowie der Willensbildung und in der Folge eine **gemeinsame Vision** sowie **Strategien** für die Zukunftsentwicklung. Dazu richtet sich das mehrköpfige Team mitten im Projektgebiet ein temporäres Büro ein, um den Ort mit allen Facetten und AkteurInnen kennen zu lernen. Mehr als 50 erfolgreiche Beispiele in zehn Jahren geben der Idee Recht.

### Ideen für eine Landeshauptstadt.

So hat auch die Kärntner Landeshauptstadt Klagenfurt ein massives Leerstandsproblem, und zwar weniger in den Top-Lagen der Innenstadt, als vielmehr in angrenzenden Stadtquartieren: Das Viertel um den Kardinalplatz ist nur einen Katzensprung von Haupteinkaufsstraßen entfernt und war einst ein blühender Innenstadttreffpunkt. Dennoch stehen dort viele Geschäftslokale und auch Wohnungen leer. Ein Leerstand wurde daher direkt zum **Ideenbüro** bzw. zum Arbeitsort während der Ideenwerkstatt. In **Workshops**, einer gemeinsamen **Quartiersbegehung** sowie bei **Gebäudebesichtigungen** und **Gesprächen**

wurden einerseits viele Hintergrundinformationen gesammelt, andererseits hatten die beteiligten AkteurInnen **konkrete Gestaltungsvorschläge** bzw. **Ideen**, wie die leicht abgelegene „Lage Kardinalviertel“ ein **Qualitätskriterium** für künftige Nutzungen werden kann. So haben die ArchitektInnen von nonconform **gemeinsam** mit Geschäftsleuten und GebäudeeigentümerInnen eine Strategie für die Zukunft erarbeitet, an deren Umsetzung **gemeinsam** mit der Stadtpolitik alle mitwirken können. Das Ergebnis wird von den BürgerInnen und AkteurInnen getragen, denn sie haben es mitentwickelt. Es gilt aber auch, das Ergebnis der Ideenwerkstatt zu kommunizieren und weiter zu vermitteln. Die MitarbeiterInnen von nonconform fungieren dabei häufig als „Übersetzer“ zwischen der „Fachwelt Architektur und Ortsentwicklung“ und den Anliegen von BürgerInnen, lokaler Politik und Verwaltung.

### Kontakt und Infos

Architekturbüro nonconform  
 DI Anne Krämer  
 Lederergasse 23/8/EG  
 1080 Wien  
 E-Mail: [office@nonconform.at](mailto:office@nonconform.at)  
[www.nonconform.at](http://www.nonconform.at)  
[www.leerstandskonferenz.at](http://www.leerstandskonferenz.at)  
[www.vorortideenwerkstatt.at](http://www.vorortideenwerkstatt.at)

### Die IDEENWERKSTATT

- Entscheidungen werden **TRANSPARENT** und unter **EINBINDUNG VIELFÄLTIGER INTERESSEN** getroffen
- ALLE**, die möchten, können dabei sein
- ist **ZUKUNFTSENTWICKLUNG**, die Freude machen darf
- trägt zum **GEGENSEITIGEN VERSTÄNDNIS** bei und ist außerdem **GEMEINSCHAFTSBILDEND**
- wird in den Gemeinden als kurzer Event wahrgenommen, der **RASCH** zu einer **GEMEINSAM GETRAGENEN UND FACHLICH FUNDIERTEN ENTSCHEIDUNG** führt
- bewirkt eine **HOHE AKZEPTANZ DES ERGEBNISSES**
- REDUZIERT DIE DISKUSSIONEN** im späteren Planungsverlauf
- ist **ARBEITEN AUF AUGENHÖHE** und fördert das Verständnis für scheinbar komplexe Themen
- STÄRK**T bei ernst gemeinter Bürgerbeteiligung das **VERTRAUEN IN POLITIK UND VERWALTUNG**

## experten-tipp

### Kreative Planung in der Landgemeinde.

Kreativ kann außer einer Ideenwerkstatt selbst aber auch die Kombination mehrerer bekannter Instrumente wirken. Die Gemeinde Fließ im Tiroler Bezirk Landeck hatte sich vorgenommen, ihrem nahezu gänzlich leer stehenden Ortszentrum wieder Leben einzuhauchen. Dazu wurde auf ganz neue Weise ein **Wettbewerbsverfahren** mit dem **Dialog** zwischen Gemeinde, Bevölkerung und ArchitektInnen – also Bürgerbeteiligung mit einem Architekturwettbewerb – verknüpft. Entstanden ist schließlich ein hochwertiges, von vielen Beteiligten akzeptiertes Projekt. Umgesetzt wurde das gesamte Wettbewerbsverfahren als

Kombination einer nonconform-Ideenwerksatt mit einem klassischen Architekturwettbewerb. In einem zweiphasigen Wettbewerb wurden fünf Büros für die zweite Wettbewerbsstufe zum Hearing nach Fließ geladen. Dieses **Hearing** dauerte zwei Tage und fand direkt **vor Ort** gemeinsam mit Bevölkerung, Jury und Gemeindepolitik statt. Zahlreiche Aktivitäten wie etwa Gespräche, Stammtische oder Vorträge wurden angeboten. In dem von nonconform gestalteten und **moderierten Prozess** konnten die geladenen Architektenteams die Bevölkerung intensiv nach ihren Bedürfnissen befragen. Begleitet wurde dieser **partizipative Prozess** von einer eigens eingerichteten Website. In der Folge erarbeiteten die geladenen ArchitektInnen in ihren Büros oder vor Ort individuelle Projektentwürfe. In einer öffentlichen Jurysitzung konnten schließlich die BürgerInnen mitverfolgen, wie die Jury – bestehend aus Fachleuten und VertreterInnen der Gemeinde – in ausführlichen **Diskussionsrunden** die Entscheidung für das beste Projekt getroffen hat. So entstand eine neue, **lebendige Ortsmitte**, unter anderem mit zeitgemäßen Einkaufsmöglichkeiten, auf die die Bevölkerung nicht zuletzt deshalb stolz ist, weil sie an der Planung mitgewirkt hat. Die Gemeinde Fließ erhielt für das Ergebnis den Europäischen Dorferneuerungspreis.

Fotos: nonconform



### Klagenfurt



### Fließ



Fotos: WTM Zwettl



Zusätzlich wurde für die jungen und jung gebliebenen KundInnen eine Bewerbung über Facebook genutzt. „Schwein gehabt“ hat sich als rundum gelungene Marketingaktion für Kaufleute und Wirte erwiesen.

## SCHWEIN GEHABT: ZWETTL SETZT AUF GENUSSVOLLES EINKAUFEN.

IN DER ZWETTLER INNENSTADT FANDEN HEUER GENUSSVOLLES EINKAUFEN UND KULINARIK AUF ERFOLGREICHE WEISE ZUSAMMEN: IM ZUGE DER NEUEN MARKETINGAKTION „ZWETTL = SCHWEIN GEHABT“ WURDEN FÜR TREUE STAMMKUNDINNEN INSGESAMT 500 PORTIONEN SCHWEINSBRATEN ZUM VERZEH

Mittels Sammelpass konnten sich treue KundInnen pro Einkauf oder Konsumation jeweils einen Stempel holen. Jeder vollgestempelte Sammelpass nahm an der Abschlussverlosung teil. Beworben wurde die Werbeaktion öffentlichkeitswirksam im Frühling zu Beginn der Schanigartensaison.

## HOLLENTHON ZENTRAL VERSORGT: NAHVERSORGER IN NEUEM MULTIFUNKTIONSZENTRUM.

### Hollenthon



IN DER GEMEINDE HOLLENTHON IM HERZEN DER BUCKLIGEN WELT ENTSTEHT EIN NEUES ORTSZENTRUM MIT MULTIFUNKTIONALER AUSRICHTUNG. IM ERSTEN BAUABSCHNITT WURDE MITTE NOVEMBER DAS EINZIGE LEBENSMITTELGESCHÄFT DES ORTS UMFASSEND MODERNISIERT UND ERWEITERT.

Fotos: Gemeinde Hollenthon



## Zwettl