

NAFES aktuell

NIEDERÖSTERREICHISCHE ARBEITSGEMEINSCHAFT ZUR FÖRDERUNG
DES EINKAUFES IN STADT- UND ORTSZENTREN

NAFES: ein
Fördermodell trifft
ins Zentrum und
damit mitten
ins Herz.

© Werk-Stadt-Weitra

Bereits seit 1998 unterstützt die Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Orts- und Stadtzentren (NAFES) Aktivitäten von Gemeinden und Wirtschaftsvereinen. Fördermittel werden vom Land und der Wirtschaftskammer Niederösterreich bereitgestellt und unterstützen ausschließlich Projekte, die die Attraktivität von Stadt- und Ortskernen nachhaltig erhöhen bzw. durch die neue Kundenkreise gewonnen und Stammkunden gehalten werden können. Höchstes Gewicht wird dabei der Erhaltung der Nahversorgung beigemessen. Am Ende einer Förderperiode steht nicht nur die Frage nach der Zukunft im Raum, es empfiehlt sich immer auch ein selbstkritischer Blick zurück.



DIE MENSCHEN IM FOKUS: ERFOLGSGESCHICHTE WEITER FÜHREN.

Wir haben in Niederösterreich immer das Wohl der Menschen im Blick - die Aktion NAFES macht da keine Ausnahme. Mit der NAFES zielen wir in das Zentrum, also in das Herz eines Ortes - und mit der entsprechenden Nahversorgung im Ort auch in das Herz der Menschen. Daher wollen wir auf die Erfolge und die positive Bilanz, die unserem Bundesland durch die NAFES beschert wird, auch in den kommenden drei Jahren gemeinsam mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich weiter aufbauen.

Johanna Mikl-Leitner
Landeshauptfrau von Niederösterreich

EIN GROSSER PLUSPUNKT FÜR NIEDERÖSTERREICH.

Nahversorgung ist nicht einfach nur ein Förderschwerpunkt der NAFES. Sie ist im Bundesländervergleich ein großer Pluspunkt für Niederösterreich. Und sie steht für eine Einkaufskultur, in der das menschliche Zusammenleben im Zentrum steht. Umso erfreulicher ist es, dass die Zahl der Menschen, die ganz gezielt auf ihren Nahversorger setzen, in den letzten Jahren wieder gewachsen ist. Dieses Bewusstsein für den Wert der Nahversorgung müssen wir auch unserer Jugend weitergeben.

Sonja Zwazl
Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ

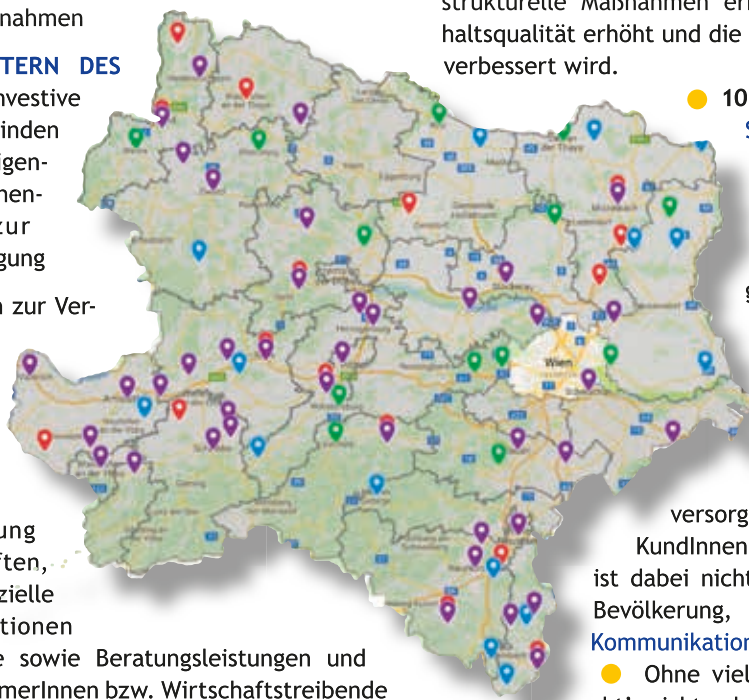




NAFES: eine Evaluierung am Ende der vierten Periode.

Insgesamt wurden in den letzten 19 Jahren in ganz Niederösterreich 891 Projekte mit einem Investitionsvolumen von 100 Mio. Euro gefördert, wobei Fördermittel von über 17 Mio. durch das Land NÖ und die Wirtschaftskammer NÖ genehmigt wurden. Als konkrete Anliegen der NAFES wurden folgende **Schwerpunkte** finanziell unterstützt:

- **INFRASTRUKTUR:** infrastrukturelle Investitionen, die etwa eine innerörtliche Handelsstruktur für mobile KonsumentInnen attraktiver machen, und kombinierte kommunale Maßnahmen
- **VERSORGUNG MIT GÜTERN DES TÄGLICHEN BEDARFS:** investive Maßnahmen der Gemeinden oder von zu 100 % im Eigentum der Gemeinde stehenden Gesellschaften zur Sicherung der Nahversorgung
- **MARKETING:** Aktivitäten zur Verbesserung der Kooperation der Betriebe, Marketingmaßnahmen für das Einkaufen in den Stadt- und Ortskernen, Maßnahmen zur Professionalisierung von Werbegemeinschaften, Positionierung für spezielle Zielgruppen, Kooperationen mehrerer Einkaufsstädte sowie Beratungsleistungen und Schulungen für UnternehmerInnen bzw. Wirtschaftstreibende



ZWEIERLEI EVALUIERUNG: ZIELE UND PROJEKTE.

Am Ende der aktuellen Förderperiode 2013-2017 wurden die Zielsetzung der Förderung sowie die geförderten Projekte durch eine externe Beratungsfirma (mecca consulting) evaluiert. Im Fokus stand der Zeitraum **2013-2016**, in dem insgesamt **207** Projekte gefördert wurden. In einer ersten Runde wurden nach dem Zufallsprinzip 70 FörderwerberInnen telefonisch befragt. Ergänzend wurden weitere 15 Gemeinden bzw. Wirtschaftsvereine interviewt, die keine NAFES-Maßnahmen in den letzten Jahren eingereicht haben.

EINFACHES FAZIT: HOHE ZUFRIEDENHEIT.

Nahezu alle befragten Städte, Gemeinden und Vereine betrachten die NAFES und ihre Fördergelder als absolut unerlässlich für die Umsetzung von erfolgreichen Maßnahmen zur Ortskernbelebung. Klar erkennbar ist auch, dass allen Befragten vor allem der Online-Handel, aber auch Fachmarkt- bzw. Einkaufszentren an den Stadt- und Ortsrändern nach wie vor massiv zu schaffen machen. Umso mehr müssen gemeinsam von Wirtschaft, Politik und Verwal-

tung passende Maßnahmen für einen lebenswerten Orts- bzw. Stadtkern gesetzt werden. Die gebotenen Finanzmittel müssen dabei sehr bewusst eingesetzt werden, da Projekte im Ortszentrum teurer sind als solche auf der „grünen Wiese“.

KLARE TRENDS UND ERFAHRUNGEN.

● Im städtischen Bereich zeigt sich der Trend zu einem **professionellen City- bzw. Stadtmarketing**, das neben dem klassischen Standortmarketing auch Immobilienentwicklung umfasst: Durch den Um- und Ausbau von Geschäftslokalen können die Geschäftsflächen an die Anforderungen des Handels angepasst werden. Projekte zur Reduzierung des Leerstands sind in vielen Orten meist der erste Schritt.

● Eine deutliche **Verbesserung der Kundenfrequenz und Kaufkraftbindung** kann in den Zentren vor allem auch durch infrastrukturelle Maßnahmen erreicht werden, indem die Aufenthaltsqualität erhöht und die Nutzbarkeit des öffentlichen Raums verbessert wird.

● **100% Zufriedenheit:** Der Bedarf zur **Sicherung des letzten Nahversorgers** in kleinen Gemeinden wird von den BürgermeisterInnen weiterhin als hoch eingeschätzt. Die Lebensmittelzustellung, die derzeit von großen Ketten forciert wird, wird lokale Nahversorger in Zukunft weiter unter Druck bringen. Durch spezielle **Zusatzangebote** wie regionale, landwirtschaftliche Produkte (Dorfläden) oder Catering können sich lokale Nahversorger abheben und bei den örtlichen KundInnen punkten. Der **Lebensmittelmarkt** ist dabei nicht mehr nur für die Versorgung der Bevölkerung, sondern auch **als Treffpunkt und Kommunikationsort** äußerst wichtig!

● Ohne viel **persönliches Engagement vor Ort** geht's nicht - das zeigt sich bei allen Befragten. Sowohl haupt- als auch ehrenamtliche KoordinatorInnen sehen sich mit einem enormen Aufwand konfrontiert. Durch die Bereitstellung von finanziellen Mitteln durch die NAFES wird die Umsetzung vieler Projekte erst möglich.

● **Standortmarketing und Digitalisierung:** Die befragten Gemeinden bzw. Wirtschaftsvereine sehen eine zeitgemäße Onlinepräsenz (Websites, Social Media etc.) als wichtiges Element zur Präsentation ihrer Innenstädte, um das Angebot zu kommunizieren und bei den KundInnen „im Gespräch zu bleiben“. Nur auf Online-Handel zu setzen, wird jedoch nicht als zielführend gesehen - die Digitalisierung ermöglicht den Handelsbetrieben in den Zentren weniger direkte Absatzmöglichkeiten, sondern eher die Vermittlung einer „tollen Stimmung als Kunde“ und eines erwartbaren Erlebnisses in der Stadt. 98% der befragten Gemeinden bzw. Wirtschaftsvereine wollen auch zukünftig eine NAFES-Förderung in Anspruch zu nehmen. 19% würden sich eine Förder-Ausweitung auf andere innerörtliche Bereiche bzw. die Erweiterung des Begriffs der „Nahversorgung“ (Gastronomie, Gesundheitsinfrastruktur, Dienstleistungen, usw.) wünschen.

EVALUIERTE PROJEKTE

- Marketingmaßnahmen
- Infrastruktur- und kombinierte komm. Maßnahmen
- Nahversorgungsprojekte
- Potentielle Förderwerber

Göpfritz a.d. Wild

projekt-beispiele

GÖPFRTZ AN DER WILD: ZEIT OHNE NAHVERSORGUNG VORBEI!



KNAPP ZWEI JAHRE MUSSTEN DIE BEWOHNERINNEN DER 2.000-SEELEN-GEMEINDE GÖPFRTZ AN DER WILD AUF EINEN LEBENSMITTELNAHVERSORGER VERZICHTEN, OBWOHL DIE BEVÖLKERUNG EINE POSITIVE ENTWICKLUNG AUFWEIST UND DIE NÄCHSTEN EINKAUFSMÖGLICHKEITEN RELATIV WEIT ENTFERNT SIND. NUN STEHT DEM EINKAUF IM ORT NICHTS MEHR IM WEG!

Mitte Oktober wurde nach nur viermonatiger Bauzeit ein Neubau für einen modernen Nahversorger mit 200 m² Verkaufsfläche fertiggestellt und feierlich eröffnet. Beim Ladenkonzept wurde großes Augenmerk auf eine optimale Abwicklung des Bedienungsbereichs gelegt: Im Eingangsbereich des Geschäfts wurde eine Insellösung für Feinkost sowie für Brot und Gebäck in Bedienung und Selbstbedienung mit Vorbereitungsbereich geschaffen, der Verkaufsraum wurde offen und übersichtlich gestaltet. Die knapp

4.000 Artikel des täglichen Bedarfs werden zusätzlich durch regionale Produkte abgerundet. Beim Inventar wurde vor allem auf Energiesparmöglichkeiten Wert gelegt: Sämtliche Leuchtmittel im Verkaufsraum sind mit energiesparenden LED-Leuchtkörpern ausgestattet, die Kühlanlage arbeitet CO₂-neutral. Als Betreiberin wurde Barbara Grill gewonnen, die den Markt gemeinsam mit ihrem Mann Martin Hampel und fünf Angestellten führt.

STADTMARKETING MÖDLING: REGIONAL, KOSTBAR UND VOLL IM TREND.

EIN VOLLER ERFOLG WAR DIE ZWEITE AUFLAGE DES „REGIONAL & KOSTBAR“-MARKTS IN DER MÖDLINGER INNENSTADT.

Mödling



Über 20 Verkaufsstände boten Waren aus der unmittelbaren Region rund um die Bezirkshauptstadt an und lockten da-

mit viele interessierte KäuferInnen an. „Dass es in unserem Bezirk so tolle Köstlichkeiten gibt, wussten bisher die Wenigsten“ so Bürgermeister Hans Stefan Hintner, „deshalb ist der Markt so wichtig und großartig!“. Die Marke „regional & kostbar“ wurde von der Mödliner Citymanagement GmbH ins Leben gerufen, um den MödlinerInnen die Bandbreite der regionalen Betriebe und Produkte näher zu bringen (www.regional-undkostbar.at).

Amstetten



AMSTETTEN: EINKAUFNACHT UND STREET FOOD MARKET.

DIE LANGE EINKAUFNACHT DER AMSTETTNER INNENSTADT STAND BESONDERS IM ZEICHEN MODERNER URBANER KULINARIK. DER ERSTE STREET FOOD MARKET HATTE AM HAUPTPLATZ STATION GEMACHT, UND DIE KUNDINNEN KOSTETEN SICH DURCH DIE NEUESTEN FOOD-TRENDS.

Insgesamt 31 Trucks und Stände aus unterschiedlichen Ländern hatten so ziemlich alles im Gepäck, was das kulinarische Herz

höher schlagen ließ: Burger-Variationen, indische Spezialitäten, frisches Seafood und süße Crêpes. Die zahlreichen BesucherInnen machten es sich zwischen Palettenmöbeln und Ochsengriller bequem und genossen die ausgelassene Stimmung. „Amstetten zeigte sich seinen KundInnen von einer ganz neuen und trendigen Seite“, freute sich Maria Ettlinger, Geschäftsführerin der Amstetten Marketing GmbH.



Japans

JAPONS: JUNGE, DYNAMISCHE KAUFFRAU VERSORGT GEMEINDE.

DURCH DEN BAU EINES NEUEN WOHN- UND GESCHÄFTSHAUSES IM HERZEN DER GEMEINDE JAPONS KONNTE AUCH DIE NAHVERSORGUNG DURCH EINEN MODERNEN LEBENSMITTELMARKT GESICHERT WERDEN.

Engagiert führt die dynamische Kauffrau Nadin Kases ihr neues Geschäft. Die gelernte Einzelhandelskauffrau weiß, worauf es beim täglichen Umgang mit ihren KundInnen ankommt und kennt

die Wünsche der Bevölkerung. Die EinwohnerInnen von Japans mussten ein halbes Jahr ohne Nahversorger auskommen, bevor diese schmerzliche Lücke wieder geschlossen werden konnte. Der modern ausgestattete Lebensmittelmarkt mit über 200 m²

Verkaufsfläche bietet neben einem abgestimmten Vollsortiment auch zahlreiche Extras, etwa Hauszustellung, Partyservice, eine Auswahl an Bio-Produkten oder regionale Spezialitäten. Eine gemütliche Kaffee-Ecke sowie großzügige Parkflächen runden das Einkaufserlebnis ab.

KONTAKT

**NIEDERÖSTERREICHISCHE
ARBEITSGEMEINSCHAFT
ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFNACHTS
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
Wirtschaftskammer-Platz 1 | 3100 St. Pölten
T 02742/851-18310 | F 02742/851-19319
nafes@wknoe.at