

## **DIE STADT AM RAND DER STADT. GEWOLLT - ODER UNLIEBSAMES KIND?**

*Eine Diplomarbeit mit dem Titel „Suburbanisierungsprozesse bei Einkaufsstädten im ländlichen Raum, dargestellt an den Beispielen Oberwart/Unterwart, Burgenland und Zwettl, Niederösterreich“ aus dem Jahr 2000 untersucht die Umstrukturierungsprozesse des Handels im ländlichen Raum. Anhand der Gemeinden Oberwart/Unterwart im Südburgenland und Zwettl in Niederösterreich sollen Ursachen für die Verlagerung von Handelsbetrieben aus dem Stadtkern in Stadtrandlagen und Nachbarorte offengelegt werden.*

### **STAND UND ENTWICKLUNG DER HANDELSSTRUKTUREN.**

*Trotz ihrer Lage nahe der österreichischen EU-Außengrenze verzeichneten beide Gemeinden in den letzten Jahrzehnten eine wirtschaftliche Aufwärtsentwicklung. Sie bieten Erwerbs- und Einkommensmöglichkeiten für die Bevölkerung der umliegenden Gemeinden und Bezirke. Der wichtigste Wirtschaftszweig ist jeweils der tertiäre Sektor. Während Oberwart lange Zeit ausschließlich durch die Landwirtschaft geprägt war, hatten in Zwettl Handel und Gewerbe bereits im Mittelalter große Bedeutung. Die wirtschaftliche Entwicklung der Stadtrandgebiete vollzog sich hingegen zur gleichen Zeit. Einen wichtigen Beitrag zum ökonomischen Fortschritt dieser Gebiete lieferten an beiden Orten die zentrale Stellung innerhalb der Region sowie die gute Anbindung an das überregionale Verkehrsnetz. Eine Bestandsaufnahme der Einrichtungen in den Stadtzentren sowie in den Betriebsgebieten an den Stadträndern bzw. der funktionell mit ihrer Bezirkshauptstadt verflochtenen Nachbargemeinde (Unterwart), waren Ausgangspunkt der Untersuchung.*

*Im Vergleich der Innenstädte sind in Oberwart beinahe zweimal so viele Einrichtungen vorhanden wie in Zwettl. Der Branchenmix ist in beiden Stadtzentren mit jeweils etwa 40 Sparten gleich stark. Oberwart kann allerdings pro Rubrik durchschnittlich 7 Vertreter verbuchen, während man in Zwettl nur auf 4 Auswahlmöglichkeiten zurückgreifen kann. Die beiden Stadtzentren werden von den gleichen 5 bis 6 Branchen dominiert: In Oberwart führt der Bekleidungssektor gefolgt von „Gasthöfen, Beisl, Cafés, Konditoreien“ sowie „Nahrungs- und Genussmittel“. In der Zwettler Stadtmitte prägen Verwaltungseinrichtungen, Bekleidungs- und Textilengeschäfte sowie Gesundheitseinrichtungen das Stadtbild. Während früher eigenständige Betriebe das Angebot der Innenstadt kennzeichneten, nahm in den letzten Jahren die Anzahl der Filialbetriebe in begrenztem Ausmaß zu.*

*In den Betriebsgebieten ist die Differenz zwischen der Anzahl der erhobenen Einrichtungen nicht mehr so groß wie in den Innenstädten. Der Branchenmix am Stadtrand in Oberwart/Unterwart ist jedoch ausgewogener als jener in Zwettl. Im Oberwarter Raum finden sich 30 verschiedene Sparten in den Betriebsgebieten, Zwettl hingegen kann nur mit 20 unterschiedlichen Branchen aufwarten. Zudem ist die Übereinstimmung der führenden Branchen nicht so deutlich wie in den Stadtzentren. Die drei wichtigsten Rubriken in Oberwart sind Textilien, Kraftfahrzeuge und Wohnen. In Zwettl liegt die Dominanz bei den Autohäusern sowie am Nahrungs- und Genussmittelsektor. Im Gegensatz zu den Stadtzentren werden die Betriebsgebiete von Filialen großer Handelsketten beherrscht.*

### **STANDORT INNENSTADT: MULTIFUNKTIONALE ATMOSPHÄRE.**

*Die beobachtete Vielfalt an Betrieben und öffentlichen Ämtern in den Innenstädten weist auf ein Hauptmerkmal typisch österreichischer, ja sogar mitteleuropäischer Klein- und Mittelstädte hin: ihre Doppelrolle als wirtschaftliche und politische Zentren der Umgebung. Im Laufe der Jahrhunderte siedelten sich immer mehr Geschäfte und Behörden an. Auch Ärzte und Rechtsanwälte wollten von der „guten Adresse“ im Stadtkern profitieren. Auf diese Weise kam auch in Oberwart und Zwettl ein vielfältiges Versorgungsangebot für die Bevölkerung zustande, durch das alle – sowohl Bürger als auch Verwaltung und Geschäftsleute – profitieren. Die Einzelhandelsfunktion erweist sich dabei als besonderer Publikumsmagnet. War man schon einmal in die Stadt gefahren, konnte man gleich alle notwendigen Behördengänge und Einkäufe erledigen.*

An dieser Multifunktionalität der gewachsenen Zentren hat sich bis heute wenig geändert. Auch - und besonders - in unserer Zeit möchte man soviel wie möglich, in so kurzer Zeit wie möglich, auf so kleinem Raum wie möglich erledigen. Ein typisches Beispiel dafür ist das Einkaufen am Weg zur Arbeit oder bei einem notwendigen Behördengang. Ausschlaggebend bei der Standortentscheidung des Kunden ist also nicht nur die Anzahl der Geschäfte, sondern auch der restlichen Möglichkeiten, die das Stadtzentrum dem potentiellen Konsumenten bietet. Auch Freizeiteinrichtungen, gastronomische Betriebe, Handwerker und Ärzte bringen kaufwilliges „Publikum“ in die Stadtmitte. Einkaufen im Stadtzentrum bedeutet heute nicht nur bloße Erledigung lästiger Notwendigkeiten. Der Kunde möchte mit seiner Entscheidung für die Innenstadt auch jene Atmosphäre mitkaufen, die in der Werbung der Einkaufsstädte vermittelt wird. Auch Oberwart und Zwettl vermarkten sich in der Region als Einkaufsstädte und präsentieren sich beispielsweise bei gemeinsamen Werbeaktionen und bei Einkaufsmessen der Bevölkerung. Solche und ähnliche Veranstaltungen (wie etwa Weihnachtsmärkte) haben heutzutage Eventcharakter mit einem umfassenden Rahmenprogramm.

### **STANDORT INDUSTRIEZONE: GROSSE AUSWAHL – GROSSER PARKPLATZ.**

Die Gewerbegebiete, die in den letzten beiden Jahrzehnten an den Stadträndern österreichischer Klein- und Mittelstädte aus dem Boden gewachsen sind, haben gegenüber den Altstädten entscheidende Standortvorteile. Einer der wichtigsten Vorteile, den die Betriebe in der Industriezone haben, ist der stets vorhandene Parkplatz direkt beim Geschäft. Man erspart sich die lange und nervenaufreibende Parkplatzsuche und muss die Einkäufe nicht weit schleppen. Auch die Lage direkt an meist stark befahrenen Straßen bringt Vorteile: oft geht der Einkauf quasi „im Vorbeifahren“, etwa durch berufstätige Frauen, die Güter des täglichen Bedarfs am Arbeitsort oder auf dem Weg zur Arbeit einkaufen.

Mit der zunehmenden Bedeutung der Selbstbedienung wurden neue Verkaufsformen wie Supermärkte und Fachmärkte zu den marktbeherrschenden Geschäftstypen. Der Kunde wurde anspruchsvoller und preisbewusster. Je mehr Auswahl ein Geschäft dem Konsumenten bieten kann, desto attraktiver erscheint es ihm. Das große Sortiment in den modernen Super- und Fachmärkten benötigt Platz – und genau diesen gibt es in den neuen Gewerbebezonen ausreichend. Im Zeitraum von 1970 bis 1990 hat sich in Österreich die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte halbiert, ihre Durchschnittsgröße aber vervierfacht. Es erscheint also nur logisch, dass die großen Handelsketten nach und nach den ländlichen Raum als Markt für sich entdeckten, auch wenn diese Standorte in den meisten Fällen nicht so gewinnbringend sind wie jene in den großen städtischen Ballungszentren. Dieses Manko wird jedoch durch bessere Konditionen, die Handelsketten aufgrund ihrer Marktmacht bei den Herstellern und Großhändlern erzielen können, teilweise wettgemacht. Außerdem können sie Verluste an einigen Niederlassungen durch Gewinne an anderen Standorten ausgleichen.

Der Neubau von Verkaufsgebäuden am Stadtrand wird in den meisten Fällen billiger und leichter organisierbar sein, als die aufwendige Adaptierung bereits bestehender Ladenflächen in der Innenstadt. In den historischen Gemäuern der Altstadt muss man sich an eine Reihe von Auflagen des Denkmalschutzes halten. Die neuen Gebäude in den Gewerbebezonen hingegen sind – im Rahmen der Bauordnung – völlig an die betriebseigenen Bedürfnisse anpassbar und werden in rationeller Fertigbauweise innerhalb weniger Wochen aus dem Boden gestampft. Dass dabei in den meisten Fällen nur wenig bzw. kein architektonischer Gestaltungswille zu erkennen ist, scheint die Konsumenten – zumindest bis zum heutigen Tag – nicht zu stören.

### **DIE POLITISCHEN SCHWERPUNKTE.**

Die Wirtschaftspolitik der beiden Untersuchungsorte ist schwerpunktmäßig auf das Geschehen in den Innenstädten ausgerichtet. Das zentrale Bestreben ist es, die hier angesiedelten Klein- und Mittelbetriebe langfristig erhalten zu können. Im Fall von Zwettl fällt diese Konzentration auf die Stadtmitte deutlicher aus, in Oberwart wird hingegen versucht, das Stadtzentrum und die drei Betriebsgebiete zu einer kompakten Einkaufsstadt zu vereinen.

## **WAS WILL DER BÜRGER?**

Befragungen bilden den Abschlusspunkt der Arbeit. Das Ziel war eine Stimmungserfassung unter Konsumenten und Geschäftsleuten in Bezug auf die unterschiedlichen Einkaufsgelegenheiten im jeweiligen Zentrum oder Industriegebiet. Es hat sich gezeigt, dass im Oberwarter Raum beinahe alle Kunden und Betriebsleiter die Entwicklung der Betriebsgebiete sehr begrüßen und man sich die Stadt ohne die Einkaufszentren am Stadtrand gar nicht mehr vorstellen kann. Am ehesten wird dieser Umstrukturierungsprozess im Handel noch von den Geschäftsführern der innerstädtischen Betriebe kritisiert. In Zwettl ist die Einstellung gegenüber den neuen Einkaufsgelegenheiten eher skeptisch. Der Grund dafür liegt zunächst darin, dass die Zwettler Konsumenten mit der baulichen Gestaltung der Industriezone nicht zufrieden sind. Sie wird nicht als zusammenhängend bewertet. Dies deshalb, weil die Parkflächen zu groß sind und die Distanzen zwischen den einzelnen Geschäften daher nicht mehr fußläufig erscheinen. Das macht die ständige Benützung eines Pkws im Gewerbegebiet notwendig. Die Zwettler Innenstadt hingegen zeichnet sich durch Qualitäten wie Kompaktheit, Fußläufigkeit und ansprechende Altstadtarchitektur aus. In Oberwart ist die Situation hingegen genau umgekehrt: Hier wird die Innenstadt als zu weitläufig beurteilt. Bei den Betriebsgebieten Ober- und Unterwarts dagegen wird die Anlage der Gebäude bzw. der Einkaufszentren als kompakt empfunden.

Die überwiegend negative Sichtweise in Zwettl wird von den Autorinnen überdies als das Ergebnis anderer Wertvorstellungen gedeutet, die das Bundesland Niederösterreich und insbesondere das Waldviertel prägen. Vor allem diese Region ist es, die durch Projekte zum Thema Landentwicklung, Nachhaltigkeit und regionale Wertschöpfung immer wieder von sich reden macht. Die ständige Thematisierung dieser Problemkreise bringt eine Bewusstseinsveränderung und die Wertschätzung der eigenen Potentiale mit sich. Es gilt vielmehr, Bestehendes zu erhalten und positiv weiterzuentwickeln, „Fremdstrukturen“ finden eher wenig Akzeptanz.

## **DIE STADT AM RAND DER STADT. GEWOLLT - ODER UNLIEBSAMES KIND?**

Diese zentrale Fragestellung der Diplomarbeit lässt sich aufgrund der gesammelten Erkenntnisse sicher nicht pauschal beantworten. Klar ist, dass die Veränderungsprozesse im Handel wesentlich von drei Gruppen bestimmt werden: vom Handel selbst, von der Stadtplanung und von den Konsumenten. Jede dieser drei Parteien versucht, den jeweiligen Nutzen zu optimieren und richtet die eigenen Entscheidungen nach diesem Optimierungsprinzip aus. Der Handel strebt danach, die Umsätze zu erhöhen, indem man expandiert, Verkaufsflächen vergrößert, das Angebot verbreitert und Standortentscheidungen nach neuen Parametern trifft. Die Stadtplanung vollzieht eine Gratwanderung zwischen wirtschaftlichen und entwicklungspolitischen Überlegungen. Einerseits will man durch die Ansiedlung von Betrieben Arbeitsplätze schaffen und sich Steuereinnahmen sichern. Andererseits ist man verpflichtet, die Multifunktionalität des Stadtzentrums zu erhalten. Der Konsument schließlich will seine gesteigerten Ansprüche befriedigt sehen: Er trachtet danach, viel um wenig Geld einkaufen zu können, dabei aus einem großen Sortiment auszuwählen, und nebenbei etwas zu erleben. Eine immer wichtigere Rolle bei diesen Überlegungen spielt die zunehmende Motorisierung der Bevölkerung. Das Argument der räumlichen Nähe verliert an Wert und ist für den Kunden bei der Kaufentscheidung nicht mehr ausschlaggebend. Es werden dann auch weiter entfernte Einkaufsgelegenheiten mit größerem Angebot, ausreichenden Parkmöglichkeiten und niedrigen Preisen genutzt. Dass mit diesem Verhalten Veränderungsprozesse im Handel induziert oder zumindest gefördert werden, ist dabei nur den wenigsten Kunden bewusst. Letztendlich sind so aber alle drei Gruppen – Handel, Stadtplanung und Konsumenten – durch ihre jeweiligen selbstbezogenen Entscheidungen für die Suburbanisierungsprozesse des Handels verantwortlich.

DIPL.-ING. ELISABETH GRÜBL, DIPL.-ING. URSULA MARINGER  
DIPLOMARBEIT AM INSTITUT FÜR RAUMPLANUNG UND LÄNDLICHE NEUORDNUNG  
UNIVERSITÄT FÜR BODENKULTUR, WIEN