



RAUMDIALOG

Magazin für Raumplanung und Regionalpolitik in Niederösterreich

Nr. 2/2011

Mit strategischem
Denken die Zukunft
gestalten.

Thema Planung mit Strategie
Ortsplanung als Gesamtplanung.
Seite 6

Zentrumsgestaltung:
Abbild kultureller Werte.
Seite 9

Dialog lokal
Bauen im Grünland.
Seite 20



aktuell:

Towncenter-Management

Seite 15



IMPRESSUM RAUMDIALOG:

Magazin für Raumplanung und Regionalpolitik
in Niederösterreich.

MEDIENINHABER UND HERAUSGEBER:

Amt der NÖ Landesregierung,
Gruppe Raumordnung, Umwelt und Verkehr –
Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik,
Landhausplatz 1, 3109 St. Pölten

REDAKTION:

Gilbert Pomaroli, Christina Ruland
Amt der NÖ Landesregierung,
Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik,
Landhausplatz 1, 3109 St. Pölten,
Tel.: 02742 / 9005 / 14128
E-Mail: christina.ruland@noel.gv.at

Redaktionelle Mitarbeit:

Dominik Dittrich, Marianne Vitovec (alle
Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik)

Namentlich gezeichnete Artikel müssen
nicht mit der Meinung der Redaktion
übereinstimmen. Für unverlangt eingesandte
Beiträge wird keine Haftung übernommen.
Die Redaktion behält sich das Recht vor,
Beiträge zu überarbeiten und zu kürzen.

ABBILDUNGEN:

Alle Fotos, die nicht extra gekennzeichnet sind,
stammen aus unserem Archiv oder von
www.shutterstock.com

GRAFISCHE KONZEPTION

UND UMSETZUNG:
www.horvath.co.at

ÜBERSETZUNGEN:

Mandana Taban

DRUCK:

Ueberreuter Print GmbH, 2100 Korneuburg

ABONNEMENTS UND EINZELBESTELLUNG:

Die Zeitschrift „Raumdialog“
wird kostenlos abgegeben.
Abonnements und Einzelbestellungen richten
Sie bitte an die Redaktionsleitung
Tel.: 02742 / 9005 / 14128
Fax: 02742 / 9005 / 14170
E-Mail: christina.ruland@noel.gv.at

VERLAGS- UND ERSCHEINUNGSORT:

St. Pölten

OFFENLEGUNG LAUT § 25 MEDIENGESETZ:

Medieninhaber: Amt der NÖ Landesregierung,
Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik,
Landhausplatz 1, 3109 St. Pölten

ERKLÄRUNG DER GRUNDLEGENDEN RICHTUNG DER ZEITSCHRIFT:

Die vierteljährlich erscheinende Zeitschrift
„Raumdialog“ informiert über den
Stand und die Entwicklung der Ordnung
und Gestaltung der räumlichen Umwelt in
Niederösterreich.

Inhalt

Thema Planung mit Strategie

Das Örtliche Entwicklungskonzept:

Strategische Basis für die Gemeindeentwicklung. 4

Ortsplanung als Gesamtplanung.

Gemeindeentwicklung als integrative Aufgabe. 6

Zentrumsgestaltung:

Abbild kultureller Werte. 9

Zentrumszonen:

Integrative Ortsentwicklung nach Maß. 12

Towncenter-Management:

Stadtmarketing im internationalen Vergleich. 15

Dialog NÖ

Einzelhandel im Wiener Umland –

Zwei Komponenten einer Untersuchung. 17

Dialog lokal

Bauen im Grünland:

Die Ausnahme von der Regel. 20

Infos

Buchtipps: Die Stadt als Marke. 22

Veranstaltungstipp: Flächenmanagement in Österreich. 22

Online gegangen: „Kurs im Dorf“. 22

Zusammenfassung

English Summary 23

Der eilige Leser 24

Strategisches Handeln als Grundprinzip der Landesentwicklung.

Vor mittlerweile fast sieben Jahren hat Niederösterreich das aktuelle Landesentwicklungskonzept beschlossen. Dieses Konzept war Teil eines breit angelegten Kommunikations- und Planungsprozesses, den wir ganz bewusst „Strategie Niederösterreich“ genannt haben. So wie sich jedes Unternehmen, das auch in Zukunft erfolgreich am Markt etabliert bleiben möchte, eine Unternehmensstrategie sucht, braucht auch ein ganzes Bundesland eine Strategie zur Bewältigung der künftigen Herausforderungen.



Die Ziele für die Entwicklung eines Bundeslandes sind zahlreicher, vielfältiger und damit auch komplexer als in einem Unternehmen. Es reicht deshalb nicht aus, sich bloß zu überlegen, wie unser Bundesland in einigen Jahren oder Jahrzehnten aussehen soll – zu stark sind die Einflüsse gesellschaftlicher und globaler Entwicklungen auf die Landesentwicklung, die zudem oft widersprüchlich, ja manchmal konfliktträchtig verlaufen.

Um eine nachhaltig positiv wirksame Strategie zur Entwicklung eines Landes bzw. einer Region erarbeiten zu können, muss man die vorhandenen Stärken und Potentiale des entsprechenden Gebiets genau kennen. Außerdem muss klar sein, welche „Werte“ es in der Zukunft zu erhalten gilt und wovon man sich vielleicht verabschieden muss. Ebenso muss man abschätzen, welche Veränderungen auf uns zukommen könnten. Nicht zuletzt muss man schließlich geeignete Instrumente entwickeln, um die einmal formulierten Ziele auch tatsächlich erreichen zu können. Und man muss auch einen Plan haben, wann, wie und in welcher Kombination man diese Instrumente einzusetzen hat.

Vor allem muss es uns aber gelingen, alle relevanten Akteure auf allen Ebenen, von den Regionen bis hin zu den Gemeinden, für die gemeinsame Sache – die bestmögliche Entwicklung unseres Bundeslandes und aller seiner Teilräume – zu gewinnen und sie dazu zu motivieren, strategisch zu denken, strategisch zu planen und strategisch zu handeln.

Erwin Pröll / Landeshauptmann von Niederösterreich

Gemeindeentwicklung als strategische Aufgabe.

Eine der zentralen Aufgaben für die Steuerung der künftigen Entwicklung einer Gemeinde ist die Örtliche Raumordnung. Die Instrumente, die den Gemeinden in diesem Zusammenhang zur Verfügung stehen, sind – einheitlich für das ganze Land – im Niederösterreichischen Raumordnungsgesetz geregelt. Das gilt auch für die Ziele der Raumordnung, die für das ganze Land gleichermaßen Gültigkeit haben. Je nach den Bedingungen in den einzelnen Regionen und Gemeinden werden wir die vorhandenen Instrumente jedoch sehr differenziert einsetzen müssen, um diese Ziele verfolgen und letztlich erreichen zu können.



So macht es einen großen Unterschied, ob sich eine Gemeinde im Wiener Stadtumland oder in einer peripheren, ländlich geprägten Region befindet, welche Rolle etwa Landwirtschaft, Industrie, Tourismus oder Ansprüche an den Wohnstandort spielen. Auch die Entwicklungsdynamik ist von entscheidender Bedeutung und wird zu ganz unterschiedlichen Ergebnissen im Einsatz der Raumordnungsinstrumente führen können.

Es ist daher für die Gemeinden – als Partner für die Umsetzung der Strategie Niederösterreich – sehr wichtig, einen für die jeweils vorliegende Situation maßgeschneiderten Weg für die Gemeindeentwicklung zu erarbeiten, diese konsequent umzusetzen und im Hinblick auf ihre Wirksamkeit und einen eventuellen Anpassungsbedarf zu beobachten. Bundesland und Gemeinde sind in Aufgabenfülle und Themenvielfalt durchaus vergleichbar. Die Breite des Landesentwicklungskonzepts muss sich daher auch in der Strategie zur Gemeindeentwicklung – dem Örtlichen Raumordnungsprogramm – wieder finden.

Strategisches Denken und Handeln muss man aber erst erlernen, und „Lernen“ ist ein Prozess, der nie endet. Strategisches Agieren muss sich immer wieder auf neue Herausforderungen einstellen. Sehen Sie daher die Beschäftigung mit der Gemeindeentwicklung auch als Chance, sich persönlich weiter zu entwickeln und einen neuen Zugang zu dem Raum, in dem Sie leben und den Sie mitgestalten wollen, zu finden.

Karl Wilfing / Landesrat für Bildung, Jugend und Raumordnung

Das Örtliche Entwicklungskonzept: *Strategische Basis für die Gemeindeentwicklung.*

Strategisches Arbeiten ist heute in allen Lebensbereichen erforderlich, nicht zuletzt um dem Prinzip der Nachhaltigkeit zu dienen. Auch die Örtliche Raumordnung hat dementsprechend das Spektrum ihrer Prozesse und Instrumente erweitert.



Planen mit Strategie: Wenn gemeinsame Arbeit Freude macht.

Seit mehr als 15 Jahren ist ein Entwicklungskonzept als Pflichtbestandteil des Örtlichen Raumordnungsprogramms im NÖ Raumordnungsgesetz (NÖ ROG) verankert. War es zunächst bloß als Bestandteil der Grundlagenforschung ausgelegt, wurde es bereits nach wenigen Jahren in Verordnungsrang gehoben. Wenn dieses Instrument richtig eingesetzt wird, so ist es mehr als ein „Papiertiger“, der auf Nimmerwiedersehen in der sprichwörtlichen Schublade verschwindet.

Wenn das Maß aller Dinge nicht mehr ausreicht.

„Vorausschauen“ ist seit jeher ein wesentliches Arbeitsprinzip der Örtlichen Raumordnung. So wurde in der ersten Phase der Erstellung von Flächenwidmungsplänen in vielen Fällen für einen großen Planungszeitraum Bauland „vorausschauend“ überall dort gewidmet, wo man sich vorstellen konnte, dass einmal Häuser errichtet oder Betriebe angesiedelt werden. Meist war dabei der Wunsch nach einer dynamischen Entwicklung der eigenen Gemeinde bzw. der eigenen Ortschaft die treibende Kraft. Neubautätigkeit stand und steht noch heute für Erneuerung, wirtschaftliche Prosperität und lebendige Ortschaften. Zu oft ist diese „Strategie“ – Entwicklung hauptsächlich durch Ordnungsplanung stimulieren zu wollen – aber nicht gut gegangen: Lückenhaft bebaute Baulandflächen mit einem enormen Erschließungsaufwand belasten viele Gemeindehaushalte noch heute und die mit der Zersiedlung verbundene Flächeninanspruchnahme beansprucht weit mehr Landschaftsräume als notwendig.

Die Ursache für diese Abweichung von Planungswunsch und Wirklichkeit liegt ganz simpel in dem Umstand begründet, dass ein Akteur – die Gemeinde – plant, aber andere Akteure über den Grund und Boden verfügen und wiederum andere Akteure tatsächlich bauen. Schließlich hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass die reine Ordnungsplanung nicht ausreicht, um ein optimales Ergebnis zu erzielen. So galt es auch, die Arbeitsweise der Raumordnung weiter zu entwickeln.

Konzept zur Plandarstellung. Diese Weiterentwicklung war auch notwendig, weil an die Örtliche Raumordnung unter anderem zwei wesentliche Anforderungen gestellt werden, die in einem nicht zu unterschätzenden Widerspruch zueinander stehen: Einerseits ist das Örtliche Raumordnungsprogramm eine Verordnung des Gemeinderats und muss auf Grund dieser Erscheinungsform als Rechtsnorm eine erhöhte Bestandskraft haben. Andererseits handelt es sich aber auch

STRATEGIE

um ein planungspolitisches Steuerungsinstrument, das einigermmaßen flexibel auf geänderte Rahmenbedingungen reagieren können muss.

Daher hat es sich als sinnvoll erwiesen, diese beiden unterschiedlichen Anforderungen, die ursprünglich mit dem Flächenwidmungsplan in einer einzigen Darstellung vereinigt waren, auf zwei Plandarstellungen mit unterschiedlichen Aufgaben aufzuteilen: Das Örtliche Entwicklungskonzept bildet nun die langfristige Perspektive als Rahmen ab, innerhalb dessen der unmittelbar für künftige Bauvorhaben entscheidende Flächenwidmungsplan entsprechend flexibler geändert werden kann. So lässt sich die Ausweisung von speziellen Widmungsarten mit den anderen Voraussetzungen für die tatsächliche Nutzung eines Gebiets koordinieren, etwa mit der Flächenverfügbarkeit, dem Bedarf oder dem Vorhandensein der erforderlichen Mittel für die Herstellung der Infrastruktur. Es kann nun mit einer wesentlich strategischeren Herangehensweise sichergestellt werden, dass die gewünschte bauliche Entwicklung auch tatsächlich geschehen kann. Das Örtliche Entwicklungskonzept wurde in der Folge so ausgeführt, dass es die mögliche „Endausbaustufe“ des Flächenwidmungsplans anzeigt, die dieser im Planungszeitraum erreichen kann.

Konzept zur Strategie. Der oben skizzierte Wandel in der Raumordnungspraxis stellt zweifelsfrei einen Fortschritt dar, der letzte Schritt zu einer tatsächlich „strategischen“ Vorgangsweise ist damit aber noch nicht getan. Ein Örtliches Entwicklungskonzept, das sich hauptsächlich auf die Darstellung künftiger Baulandflächen konzentriert und damit die künftigen möglichen Zustände des Flächenwidmungsplans beschreibt, stellt sich sehr stark in den Dienst einer bloßen „Immobilienproduktion“. Diese spielt nach wie vor eine wichtige Rolle in der Gemeindeentwicklung. Die Bedeutung anderer übergeordneter Zielsetzungen mit zentraler Relevanz für die Raumentwicklung steigt aber stetig, und diese dürfen in den kommunalen Planungsüberlegungen keinesfalls in eine Randposition gedrängt werden.

Beispiele für aktuelle Zielsetzungen bzw. Programme sind etwa:

- das NÖ Klimaprogramm 2009 – 2012
- das Bodenbündnis, dem Niederösterreich im Jahr 2003 beigetreten ist
- die Österreichische Strategie Nachhaltige Entwicklung 2010
- die NÖ Charta für den ländlichen Raum
- die Alpenkonvention
- verschiedene regionale Entwicklungsstrategien wie etwa die Strategie Waldviertel

Vor diesem Hintergrund sind nun die Gemeinden gefordert, im Rahmen ihrer Möglichkeiten diese überörtlichen Zielsetzungen und Strategien auf kommunaler Ebene zu konkretisieren. Dazu reicht es nicht aus, die Aussagen des Örtlichen Raumordnungsprogramms auf die künftige Baulandentwicklung zu beschränken, wie das Örtliche Entwicklungskonzept oft noch verstanden wird, sondern es muss wesentlich integrativer angesetzt werden. Von zentraler Bedeutung ist dabei, die tatsächlich ablaufenden Entwicklungen aufmerksam zu beobachten und Ansprüche an die künftige Raumnutzung ebenso wie künftige Konfliktpotentiale möglichst frühzeitig zu erkennen. Man muss über die Potentiale und Probleme des eigenen Planungsraums ebenso Bescheid wissen, wie über seine Chancen und Risiken. Und man muss sich darüber klar sein, dass eine vollständige Strategie sowohl aktive wie auch reaktive Elemente enthalten soll und daher auch entsprechend flexibel ausgestaltet sein muss, um den realen Anforderungen gerecht werden zu können.

Konzept zur Nachhaltigkeit. Wer das einmal erkannt hat, der wird trotz der mühevollen Aufgaben Freude daran haben, das Örtliche Entwicklungskonzept als strategisches und integratives Instrument für die Gemeindeplanung einzusetzen, weil es sich lohnt, den künftigen Lebensraum für uns wie auch für die kommenden Generationen bewusst zu gestalten und nachhaltig zu entwickeln.



Ortsplanung als Gesamtplanung.

Gemeindeentwicklung als integrative Aufgabe.

Das Örtliche Raumordnungsprogramm ist ein strategisches und ein ordnungspolitisches Instrument. Bisher standen der Siedlungsbereich und dessen normative Regelung im Hauptinteresse der Örtlichen Raumplanung. Aufgrund der vielfältigen Nutzungsansprüche im „freien“ Landschaftsraum wird es zunehmend wichtiger, dass sich die Gemeinden für den Gesamtraum des Gemeindegebiets Planungsziele setzen.



Foto: Archiv

So wie die Bedeutung der Ausarbeitung von Perspektiven für den Ortsbereich steigt, sind auch die Gemeinden zunehmend gefordert, von der Reaktionsrolle zur Akteursrolle zu wechseln. Neben den Ortsbereichen gewinnt dabei auch die Planung im „Grünland“ für die Gemeindeentwicklung immer mehr an Gewicht. Es reicht nicht mehr aus, die freie Landschaft im Sinne einer „Restfläche“ mit der Widmung „Grünland – Land- und

Obwohl die Nutzungsansprüche im Grünland ständig zunehmen, ...

Forstwirtschaft“ zu belegen. Für viele Gemeinden ist die erste Reaktion auf entsprechende Hinweise von Seiten des Landes jene der Machtlosigkeit: „Da wurde noch nie eingegriffen!“ „Das ist in unserer Gemeinde nicht notwendig!“ „Da stimmen die Bauern nie zu!“



... sollte es nicht zu einer „Spielwiese“ für un gelenkte Entwicklungen werden.

Der Herausforderung begegnen. Eine im Wesentlichen ungesteuerte Entwicklung der Nutzungen kann auch im Grünland dazu führen, dass Konflikte entstehen, dass Chancen nicht genutzt werden können oder dass wertvolle Potentiale verloren gehen. Dieser Herausforderung kann durch eine gesamtheitliche Ortsplanung begegnet werden. Im Zuge dieser sind die bestehende Situation, die überörtlichen öffentlichen Interessen in Gestalt der gesetzlichen Rahmenbedingungen, die örtlichen öffentlichen Interessen und die Nutzungsabsichten der Bevölkerung aufzuarbeiten und daraus Strategien sowie Ziele für die Bewältigung der Zukunft zu definieren.

Vorhandenes nutzen. Die **bestehende Situation** wird durch die Grundlagenerhebung aufbereitet und dokumentiert. Ein wesentlicher Arbeitsaufwand muss dafür meist von den OrtsplanerInnen geleistet werden. Zielführend ist diese Arbeit vor allem dann, wenn die einmal erhobenen Daten im Computersystem der Gemeinde verankert und anschließend laufend gewartet werden. Dadurch kann der Kostenaufwand für die Grundlagenforschung gerechtfertigt bzw. der weitere Nutzen gewährleistet werden.

Regeln befolgen. Die **gesetzlichen Rahmenbedingungen** sind bei der Ausarbeitung der Örtlichen Raumordnungsprogramme zu beachten. Sie stellen gleichsam „Leitplanken“ für die Ortsplanung dar und können bis auf wenige spezielle Ausnahmen nicht geändert werden. Diese Voraussetzungen können in vielfältiger Form auftreten: Sie reichen von formalen Vorschriften im Hinblick auf den Planungsprozess bis zu inhaltlichen Vorgaben, was im Planungsprozess alles zu berücksichtigen ist. Liegen konkrete überörtliche Planungen vor, so können diese Rahmenbedingungen bis hin zu parzellenscharfen Festlegungen reichen.

Interessen abgleichen. Die **privaten Interessen** der Bevölkerung können durch den Gemeinderat und den Bürgermeister vertreten werden. Besser wäre es jedoch, die Ortsbevölkerung einzuladen, an der Leitbildgestaltung mitzuwirken. Dabei entstehen zwar der Gemeinde zusätzliche Kosten durch die Veranstaltung von Koordinierungs- und Diskussionsrunden,

jedoch werten sie die strategische Gemeindeplanung wesentlich auf. Dafür ist es erforderlich, die Zukunftspläne und Vorstellungen der BewohnerInnen, Gewerbetreibenden, LandwirtInnen, PensionistInnen, Kinder etc. zu kennen und darzulegen, welche Anforderungen angesichts der bestehenden Situation und der gesetzlichen Rahmenbedingungen entstehen.

Die **örtlichen öffentlichen Interessen** werden durch den Bürgermeister, den Gemeinderat und durch Interessensvertretungen eingebracht. Besonders in diesem Bereich ist Weitblick gefragt, um in der Ortsplanung praktikable und zukunftsfähige Ziele zu formulieren.

Einzelteile im Ganzen zusammenfügen. Oftmals erscheint es leichter, ein Örtliches Raumordnungsprogramm zu schaffen, in dem möglichst wenig Themen und Festlegungen enthalten sind. Damit werden „alle“ Optionen offen gehalten, und der Alltag zeigt, wohin sich die Gemeinde entwickelt: Hier will „Huber Leo“ bauen – dort errichtet „Superfortschritt“ einen Betrieb im Grünland – im Ortskern stehen 30% der Häuser leer, in der neuen Siedlung will jetzt doch keiner bauen, weil am daneben liegenden Sportplatz eine neue Tribüne errichtet wurde und ein erhöhter Lärmpegel erwartet wird. Das Bild, das sich daraus ergibt, ist ein Gemisch verschiedenster Interessen, die zusammen kein Ganzes ergeben.

Eine wesentliche Stärke der Gemeinden als Planungsorgan besteht darin, ein möglichst umfassendes Leitbild zu gestalten. In einem partizipativen Ansatz kann gemeinsam mit der Ortsbevölkerung überlegt werden, was für den Ort wichtig ist: Wo soll wie gewohnt werden? Wo sollen sich Gewerbe und Landwirtschaft entwickeln? Welche Orts- und Landschaftsbereiche sollen geschützt werden? Wo müssen Flächen für eventuelle künftige Nutzungen freigehalten werden? Welche Erholungsräume sind für den Ort, die Gemeinde, den Tourismus wichtig? Sind Maßnahmen in der Verkehrsinfrastruktur zu setzen? Werden für den Hochwasserrückhalt Flächen benötigt? Fehlen Fuß- und Radwegverbindungen?



Eine gemeinsame Planungsgrundlage erstellen.

Aus den Antworten auf diese Fragen ist ein Leitbild für die eigene Ortschaft und die eigene Gemeinde aufzubauen. Gemeindevertretung und OrtsplanerIn obliegen die Darstellung dieses Leitbilds im Örtlichen Entwicklungskonzept sowie die Ausarbeitung von Umsetzungsstrategien. Dabei können folgende räumliche Festlegungen getroffen werden:

- Funktionsräume (Wohnen, Arbeiten, Erholen, Tourismus, Landwirtschaft etc.)
- spezifische flächenhafte Nutzungszuordnungen (themenbezogene Erweiterungsflächen, spezielle Standortfestlegungen etc.)
- Räume mit Nutzungseinschränkungen (Gefahrenbereiche, Schutzzonen etc.)
- lineare Funktionszuweisung (Gewässer, Grünraumvernetzungen, Wegenetze, Straßenplanungen etc.)
- Festlegung von Nutzungsgrenzen (Baulandgrenzen, Windparkanlagen, Sportanlagen etc.)

Diese strategischen Inhalte des Örtlichen Entwicklungskonzepts sind die Grundlage für die konkreten, unmittelbar im Bauverfahren rechtswirksamen Festlegungen im Flächenwidmungsplan. Das Instrumentarium, wie es im NÖ Raumordnungsgesetz für die Flächenwidmungsplanung vorgesehen ist, sollte dabei in seiner ganzen Vielfalt genutzt werden.

Vom Gesamten auf das Einzelne wirken.

Gesamtplanung heißt nicht, über die Köpfe der Bevölkerung hinweg differenzierte Widmungen festzulegen, sondern entsprechend der Abstimmung der öffentlichen sowie privaten Interessen Funktions- und Nutzungsräume zu definieren und diese entsprechend zu schützen. Damit wird zunächst die künftige Entwicklung bestmöglich gesteuert, die öffentlichen Interessen werden durchgesetzt, und schließlich schützt eine derartig integrative Planung auch die Interessen der einzelnen NutzerInnen.



Zentrumsgestaltung:

Abbild kultureller Werte.

Die Qualität eines Stadtkerns bzw. eines Stadt- oder Ortsteils wird daran gemessen, wie gut zentrale Funktionen, Wohnraum und Erreichbarkeiten aufeinander abgestimmt sind.

Doch nicht nur ein optimales Zusammenspiel von Funktionen ergibt schon die „lebenswerte Stadt“ und verleiht dem Standort Qualität. Vielmehr sind es auch sinnliche Wahrnehmungen wie insbesondere optische Eindrücke, die Flair, Charme, Charakter und vor allem die Unverwechselbarkeit eines Zentrums ausmachen. Diese Signale werden vom Unterbewusstsein aufgenommen und lassen einen Ort behaglich oder sympathisch erscheinen – oder eben nicht. Gestaltungsfragen haben daher großen Einfluss auf die Summe der Empfindungen des Betrachters bzw. der Betrachterin.

Gebaute Erfahrung.

Aus früheren Zeiten deutlich ablesbar und auch heute bei „kulturbewussten Bauträgern“ durchaus erkennbar ist dieses Gestaltungsprinzip: Je höher die Bedeutung eines Bereichs oder eines Standorts eingeschätzt wird, desto intensiver erfolgt die Auseinandersetzung mit Form und Wirkung des Bauwerks. Auch für die gesellschaftliche Bedeutung des Bauwerks und die Funktion des Bauwerks hat lange Zeit gegolten: je höherwertiger, desto wertvoller die Ausgestaltung der Objekte. So würde wohl ein Schloss in Wellblechausführung – für uns ohnehin schwer vorstellbar – der Bedeutung des Bauherren nicht gerecht werden und wäre weder eine Kulturmanifestation noch ein Touristenmagnet. Das Rathaus einer Stadt war und ist hingegen

meist ohne Hinweistafeln und Werbung auffind- und erkennbar. Eine wesentliche Grundlage für jenes Wohlgefühl, das historische Stadtkerne in uns auslösen, liegt nicht zuletzt darin, dass architektonische und städtebauliche Gestaltung auch die Orientierung erleichtern. Diese Qualitäten und die Möglichkeit ihres Verlorengehens sind durchaus bekannt. Daher wurde die Erhaltung und Pflege der Siedlungskultur auch als Ziel im NÖ Landesentwicklungskonzept verankert.

Gebaute Veränderung.

Schon seit mehreren Jahrzehnten sind unsere Stadtkerne einem starken Veränderungsprozess unterworfen. Das Automobil hat in hohem Maße den öffentlichen Raum erobert, der erst nach und nach wieder als angenehmer Begegnungs- und Aufenthaltsraum für FußgängerInnen zurück gewonnen werden konnte. Ebenso drastisch waren und sind die Veränderungen im Bereich der Handelsstrukturen. Die zunehmende Filialisierung, die Schaffung immer größerer

Verkaufseinheiten sowie die Strategie, die Gestaltung der Geschäfte als Instrument im Wettbewerb zu nutzen, haben ebenso wesentliche Auswirkungen auf den Kulturträger Stadtzentrum, wie die dominante Bedeutung der Werbeeinrichtungen: immer größer, immer heller, immer greller, so lautet anscheinend die Devise. Die Gebäude selbst sollen primär der Selbstdarstellung der Ketten dienen und als Trägergerüst für deren Werbeschilder.



**Räumliche Nähe allein schafft
noch keine städtebauliche Qualität.**



Foto: Archiv



Gebaute Ästhetik. Die Baukultur einer Handelseinrichtung kann aber auch mit der Qualität des in diesem Objekt Dargebotenen korrespondieren. Als Beispiel mag ein Juweliergeschäft am Wiener Graben dienen, dessen Portal seit Jahrzehnten ein „highlight“ der Architektur ist, das dem Kunden die Prädikate „wertvoll“ und „gediegen“ zu vermitteln vermag. Die großen Warenhäuser in Wien, Harrods in London, Stockmann in Helsinki sowie die Passagen- und Galerie-Einkaufshäuser in Paris zeugen davon, dass dieses Thema nicht neu ist und es seit Jahrzehnten, ja sogar Jahrhunderten bewährte, gut gebaute Beispiele gibt, die heute noch ihre Gültigkeit haben.



Foto: Archiv

Gebaute (Un)Vernunft. Doch plötzlich zählten offenbar all die Vorzüge der „gebauten Vernunft“ nichts mehr. Ab den 1970er und 1980er Jahren entstanden auf der „Grünen Wiese“ Handelsstandorte, die sich in ihrer Einfalt laufend unterboten und vor allem eines waren bzw. sind: billig, und zwar in jeder Weise. Das beginnt beim billigen Grund, weil häufig erst mit dem Standortwunsch die Widmung nachgeliefert wurde, geht weiter über eine billige Konstruktion mit billiger Blechausführung, die zur Zerstörung des Ortsbildes beiträgt, und endet bei billigen Parkplätzen, aber dafür teurer Infrastruktur auf Kosten der SteuerzahlerInnen. Es wird nicht angenommen, dass mit dieser „Billigbauweise“ dem Kunden die Billigkeit der Waren signalisiert werden sollte – und zwar „billig“ im Sinne von minderwertig. Aber Gutes und Wertangemessenes darf man sich in dieser Billigkeit nicht erwarten. Sie ist durch ihre gebaute Realität eben Ausdruck der herrschenden Kulturlosigkeit und der Werteverluste. Wertvolles wird unter Wellblech wohl auch nicht zu bieten sein.

Gebaute Zerstörung. Aber nicht bloß die weitgehend gestaltungslosen Handelsbauten beleidigen das Auge des Ästheten, auch ihr Zusammenwirken mit den Grund verschwendenden Parkplätzen macht ihr Erscheinungsbild zum Schmerz-erlebnis. Dies gilt nun nicht nur für die Standorte auf der „Grünen Wiese“, sondern auch – und noch viel mehr – in den Ortsverbänden, wo durch Objekt- und Parkplatzanordnung Wirkungen entstehen, die das Ortsbild extrem stören.

Gebaute Lösung. Das Stärken der Zentren durch Herausbilden von Zentrumszonen ist ein erster wesentlicher Schritt, um entstandenen Fehlentwicklungen entgegen zu treten. Dieser Schritt bringt jedoch auch dann nicht den gewünschten Erfolg, wenn die „Grüne Wiese-Lösung“ in ihrer Konzeption beibehalten und bloß in das Zentrum verfrachtet wird. Die gepflogene Praxis, nun Einkaufsmärkte zwar in Zentrumszonen der Ortschaften zu errichten, aber die Baufluchtlinie nicht zu wahren, sondern sie durch Parkplatzwüsten zu unterbrechen, führt Ortsbildgestaltung ad absurdum. Immer häufiger sind entlang der Ortsstraßen und der städtischen Erschließungsachsen Lücken bildende Parkplätze angeordnet, die Handelsgebäude selbst aber weit von der Straße abgerückt. So werden statt gestaltetem Straßenraum mit harmonischer Bebauungsfront Baulücken produziert. Zerrissene und zerstückelte Innenstädte sind die Folge, kulturlos, gestaltlos, rücksichtslos. Unsere Orts- und Stadtbilder hätten wohl Besseres verdient.

Argumentiert wird diese Hässlichkeit von nahezu allen Betreibern von Handelsketten mit der Begründung, der Kunde müsse den Parkplatz von der Straße aus sehen, und die Ausführung so großer Parkplätze sei deshalb notwendig, damit der Kunde jederzeit zahlreiche freie Stellplätze vorfinde. Das ist eigentlich eine beleidigende Unterstellung betreffend die Intelligenz der KundInnen. Immerhin schaffen sie es doch seit Jahrzehnten klaglos, Parkhäuser sowie Tief- oder Hochgaragen in



Die Berücksichtigung der für Ortskerne charakteristischen Baufluchtlinie ist auch bei modernen Geschäftsbauten möglich.



Kaufhäusern zu nutzen. Diese Argumentationsweise entblößt die Haltung der Unternehmen als ausschließlich auf den eigenen Vorteil bedacht und als gleichgültig gegenüber Kultur und Stadtgestaltung.

Bebaute Widmung. Die Kernbereiche der Orte und Städte in Niederösterreich sind überwiegend als *Bauland-Kerngebiet* gewidmet. Innerhalb von Zentrumszonen darf die Widmungsart *Bauland-Kerngebiet* mit dem Zusatz „-Handelseinrichtungen“ ergänzt werden. Nur auf solcherart gewidmeten Flächen sind Handelsbetriebe mit mehr als 1 000 m² Bruttogeschossfläche zulässig. Das *Bauland-Kerngebiet* ist nun laut NÖ Raumordnungsgesetz unter anderem für Betriebe bestimmt, die sich dem Ortsbild eines Siedlungskerns harmonisch anpassen. Für Siedlungskerne charakteristisch ist die Anordnung der Gebäude unmittelbar an der Straßenfront. Dadurch wird nämlich

jene Raumbildung für die öffentlichen Straßenräume und Plätze erzielt, die für unsere Stadtkerne charakteristisch ist. Die Situierung von Handelsgebäuden hinter großflächigen Parkplätzen und nicht entlang der Baufluchtlinie oder Straßenfront, widerspricht dieser Anforderung und wird daher einer harmonischen Anpassung nicht gerecht. Durch die fehlende harmonische Anpassung an das Ortsbild eines Siedlungskerns fehlen in diesem Fall daher auch die Voraussetzungen für eine Baubewilligung im *Bauland-Kerngebiet*.

Bebauter Plan. Die Erstellung eines Bebauungsplans kann zusätzlich das Bemühen unterstützen, an frühere Baukultur anzuschließen. Die EntscheidungsträgerInnen und Bauämter haben die Aufgabe, das Baugeschehen und die Anordnung der Objekte so zu regeln, dass die Zentren ihrem umfassenden Anspruch – einschließlich städtebaulicher Anforderungen und ästhetisch kultureller Werte – genügen. Diese Aufgabe wird nicht ohne Mühen bewältigt werden können, aber wann war jemals „Wertvolles“ mit wenig Einsatz zu haben?



Zentrumszonen:

Integrative Ortsentwicklung nach Maß.



Seit der Umsetzung einer neuen Strategie für die Regelung der Einkaufs- und Fachmarktzentren im NÖ Raumordnungsgesetz (2004/2005) sind mittlerweile sechs Jahre vergangen. Eine Zwischenbilanz zeigt, dass die Ausweisung von Zentrumszonen in NÖ Gemeinden bereits weit fortgeschritten ist.

Mit Stand Ende Februar 2011 waren in den Flächenwidmungsplänen von 70 Gemeinden rechtswirksam Zentrumszonen ausgewiesen. Nahezu alle großen Gemeinden (mehr als 10 000 EinwohnerInnen) und Bezirkshauptstädte bzw. Städte mit eigenem Statut haben ihre entsprechenden Untersuchungen abgeschlossen. So haben nur mehr zwei kleinere von insgesamt 22 Bezirkshauptstädten noch keine Zentrumszone ausgewiesen, wie auch zwei Gemeinden mit jeweils mehr als 10 000 EinwohnerInnen. In den genannten 70 Gemeinden lebt mit knapp 583 000 EinwohnerInnen ein gutes Viertel der Bevölkerung Niederösterreichs.

Mittlerweile hat bereits eine zweite Phase im Umgang mit dem Instrument Zentrumszone begonnen, und die ersten Gemeinden passen ihre Abgrenzungen an geänderte Umstände an.

Tabelle 1: Verteilung der Zentrumszonen nach Gemeindegrößenklasse

Größenklasse	Anzahl Gemeinden in NÖ	Anzahl Gemeinden mit Zentrumszone
über 20.000 EW	7	7
10.001–20.000 EW	13	11
5.001–10.000 EW	41	22
2.001–5.000 EW	158	27
2.000 EW und darunter	354	3
Summe	573	70

Einwohner Stand: 2001; Zentrumszonen Stand: 02/2011



Einkaufszentren als
überdachte Fußgängerzone.

Zone mit Ziel. Mit der Ausweisung von *Bauland-Kerngebiet-Handelseinrichtungen* innerhalb der Zentrumszonen gehen die Gemeinden in der Regel eher sparsam um. Das ist meist auch vernünftig, denn schließlich werden mit der Steuerung der Ansiedlung von Großformen des Handels zwei Ziele verfolgt:

- zum einen soll ein Beitrag zur Erhaltung und Stärkung der bestehenden Handelsstrukturen in den Ortskernen geleistet werden
- zum anderen sollen neue Standorte so angeordnet werden, dass sie für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung in günstiger Erreichbarkeit liegen, damit sie die Einkaufswege zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem öffentlichen Verkehr erledigen kann.

Insbesondere in größeren oder stark wachsenden Orten können die verkehrspolitischen Ziele nicht nur vom historischen Stadtkern und den dort angesiedelten Handelseinrichtungen allein erreicht werden. Bei der Entwicklung von neuen Zentren besteht die Gefahr, dass diese den Stadtkern nicht nur ergänzen. Sie können ebenso in Konkurrenz zu ihm treten, da auch

innerhalb von Zentrumszonen Verdrängungseffekte möglich sind, die zu einem Bedeutungsverlust und im schlimmsten Fall zu einem Veröden der Stadt- und Ortskerne führen können.

Zone mit Ordnung. Es ist also sinnvoll, auch innerhalb von Zentrumszonen die genauen Standorte sowie die Größe von neuen Handelseinrichtungen zu beeinflussen und die Standorte für die Ausweisung von *Bauland-Kerngebiet-Handelseinrichtungen* sorgfältig zu wählen. Dabei sollte auch von der Möglichkeit Gebrauch gemacht werden, das *Bauland-Kerngebiet-Handelseinrichtungen* auf einzelne Geschosse zu beschränken.

Auch die Möglichkeiten der Bebauungsplanung können dabei sinnvoll eingesetzt werden: Die Festlegung einer Bebauungsdichte und der Bebauungshöhe bietet sich zur Regelung der Größe einer Handelseinrichtung an. Für die städtebauliche

Zentrumszone Wilhelmsburg



Quelle: Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik

Zentrumszone Bad Vöslau



Quelle: Abteilung Raumordnung und Regionalpolitik

Integration eines Einkaufszentrums in einen Stadt- oder Ortskern ist ein Bebauungsplan oftmals sogar unverzichtbar. Nicht zuletzt ist eine vorausschauende Entwicklung der innerörtlichen Verkehrsverhältnisse (vor allem auch der Parkraumverhältnisse) für Handelseinrichtungen wesentlich und gestaltet sich damit zum „Dauerauftrag“ für die jeweilige Gemeinde.

Zone mit Strategie.

Die Anwendung aller zur Verfügung stehenden Planungsinstrumente garantiert allerdings noch nicht die Ansiedlung einer neuen großen Handelseinrichtung in der Innenstadt, es bedarf auch flankierender Maßnahmen:

- Laufende Raumbewachung in den Ortszentren: durch Nutzungsverlagerungen – etwa von größeren Produktionsbetrieben an den Ortsrand – können oftmals erst die benötigten Flächenreserven für die Ansiedlung von Handelsgrößbetrieben gewonnen werden.
- Es gilt, die Verfügbarkeit dieser Flächenreserven zu sichern und nach Partnern für die aktive Immobilienentwicklung zu suchen.
- Eine optimale Wirkung für die bestehenden Handelsstrukturen bedarf zuletzt einer Kooperation des neuen Frequenzbringers mit den vorhandenen Geschäften.

Zone mit Gestalt. Schließlich sind auch städtebauliche Aspekte bei der Ausweisung von *Bauland-Kerngebiet-Handelseinrichtungen* zu bedenken: Es ist nicht das Ziel der niederösterreichischen Raumplanung, durch die Zentrumszoneregulierung die klassischen Erscheinungsformen neuzeitlicher Handelseinrichtungen von der „Grünen Wiese“ gewissermaßen in die Ortskerne zu „importieren“. Während sich nämlich in den

letzten Jahrzehnten am Rande der Ortschaften monofunktionale Handelsstrukturen entwickelt haben, die verschwenderisch mit dem Boden umgehen konnten, sind die Stadt- und Ortskerne durch multifunktionale Nutzungsstrukturen auf engstem Raum geprägt. Um ein Einkaufszentrum behutsam in die wertvollen Strukturen eines Ortskerns zu integrieren, werden daher auch

die Möglichkeiten der Vertragsraumordnung genutzt werden müssen. Durch so genannte „Städtebauverträge“ kann nämlich nicht nur die Verfügbarkeit einer Fläche für den gewidmeten Zweck gesichert werden, sondern es kann auch die Verpflichtung geregelt werden, bestimmte Nutzungen durchzuführen oder zu unterlassen.

Zone mit Zugang.

Nicht zuletzt ist auch die Wegführung in größeren Handelsstrukturen zu beachten. Das beginnt bei der Anordnung des Eingangs und endet bei der Gewährleistung von Durchgängen, die für die historischen Stadtkerne sehr oft typisch sind und im Sinne

der „Stadt der kurzen Wege“ große Bedeutung haben. Auch für diese Zielsetzungen sind der Einsatz des Bebauungsplans und der Abschluss von Städtebauverträgen meist unverzichtbar.

Die umfangreichen und komplexen Aufgaben für die innerstädtische Handelsentwicklung fordern ein vorausschauendes und sorgsames Handeln der Gemeinden: Die Ausweisung einer Zentrumszone kann nur den Anfang einer integrierten Strategie zur weiteren Entwicklung des Stadtzentrums und der Handelsstrukturen bilden. Mit der Entwicklung dieser Strategie darf allerdings nicht so lange gewartet werden, bis die ersten Projektanten vor der Türe stehen.



Bei welchem Beispiel wurde wohl stärker auf die Bedürfnisse der FußgängerInnen geachtet?



Foto: Archiv

Wo bereits Zentrumszonen gewidmet sind und wie sie abgegrenzt wurden, kann auf www.raumordnung-noe.at → direkt gesucht → „Zentrumszonen“ eingesehen werden. Im Infostand dieser Website steht auch ein „Leitfaden zur Abgrenzung von Zentrumszonen“ zur Verfügung.

Towncenter-Management:

Stadtmarketing im internationalen Vergleich.

„Die ganze Stadt im Blickfeld“ und „Umsetzung in abgrenzbaren Projekten“ – das sind zwei der Kernaussagen des World-Towncenter-Kongresses in London, bei dem sich 300 TeilnehmerInnen aus Europa, den Vereinigten Staaten, Japan, Australien und Neuseeland über internationale Entwicklungen im Towncenter-Management (Stadtmarketing) austauschten.

Historische Grundlagen, aber auch unterschiedliche gesellschaftliche, wirtschaftliche und städtebauliche Aspekte bedingen im internationalen Vergleich abweichende Anforderungen an Stadtmarketing. Auch wenn amerikanische Metropolen auf den ersten Blick wenig mit historisch gewachsenen italienischen Kleinstädten zu tun haben, ist der internationale Erfahrungsaustausch im Stadtmarketing eine spannende Angelegenheit.

Der Ansatz: ganzheitlich und vielfältig. Die gute Nachricht vorweg: Österreichs Stadtmarketingorganisationen können sich im internationalen Vergleich durchaus sehen lassen. Gerade die in den vergangenen Jahren hierzulande eingeschlagene Richtung des die ganze Stadt und alle Stakeholder einbeziehenden Ansatzes von Stadtmarketing entspricht der wesentlichen auch international beobachtbaren Entwicklung. Auch wenn im Englischen der Begriff Towncenter-Management beibehalten wurde, beschäftigen sich die meisten Organisationen mit der Positionierung, der Standortqualität und der Vermarktung der gesamten Stadt. Neben den Innenstadtkaufleuten, die oft die Gründer der Stadtmarketingorganisationen waren, haben in vielen Fällen kommunale Einrichtungen, ImmobilieneignerInnen und sonstige NutzerInnen der Stadt die tragende Rolle im Stadtmarketing übernommen. Isoliert arbeitende Gruppen und Kaufmannsvereine verlieren zunehmend an Bedeutung, dort wo gegeneinander oder politisch motiviert gearbeitet wird, kommt wenig Herzeigbares heraus.

Mit der gesamtheitlichen Sichtweise ist auch die Themenvielfalt im Stadtmarketing größer und bunter geworden. Die Qualität einer Stadt oder eines Standortes wird zwar weiter maßgeblich über wirtschaftliche Kriterien definiert, Freizeitangebot, Kultur- und Bildungseinrichtungen oder das Wohnungsangebot

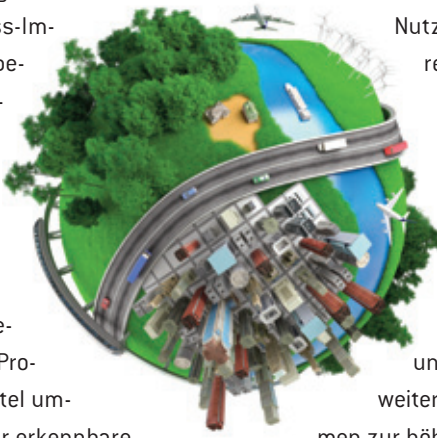


Stadtmarketing wird zunehmend zur komplexen Aufgabe.



gewinnen aber an Bedeutung. Im angloamerikanischen Raum beschäftigt man sich zudem oft mit Softfaktoren wie Sicherheit, Sauberkeit oder Serviceorientierung.

Die Umsetzung: gezielt und abgegrenzt. Dass sich konkrete Maßnahmen dann auf kleinere Stadtteile oder Straßenzüge konzentrieren, ist nur auf den ersten Blick ein Widerspruch zur gesamtheitlichen Sichtweise von Stadtmarketing. In der Umsetzung gilt weiter die alte Regel, dass die Bereitschaft zur Beteiligung und Mitfinanzierung mit dem unmittelbar erkennbaren Nutzen aus Projekten steigt. Nur mit räumlich klar abgegrenzten „Business-Improvement-Districts“ oder einem auf bestimmte Straßenzüge fokussierten Quartiersmanagement gelingt es offenbar, die für die Standortqualität wesentlichen ImmobilieneignerInnen ins Boot zu holen. Gleiches gilt für Events, Märkte oder Weiterbildungsmaßnahmen. Diese werden zwar oft aus einer Gesamtstrategie heraus entwickelt, aber in kleineren Projektgruppen oder für einzelne Stadtviertel umgesetzt. Auch hier spielt der unmittelbar erkennbare Nutzen für die Innenstadtkaufleute eine entscheidende Rolle für den Erfolg der Projekte. Ähnliches gilt für Leitprojekte und städtebauliche Maßnahmen.



Die Finanzierung: öffentlich und privat. Die Finanzierungsstruktur des Stadtmarketings ist stark von Größe und wirtschaftlicher Bedeutung der Stadt abhängig. Internationaler Standard ist eine gemischte öffentliche und private Finanzierung, wobei der öffentliche Anteil tendenziell mit der Größe der Stadt steigt. Auch wenn viele Konstellationen zu beobachten sind, werden Basisinfrastruktur und Basisleistung des Stadtmarketings in der Regel öffentlich finanziert. Die privaten Beiträge von ImmobilieneignerInnen und Innenstadtkaufleuten spielen vor allem bei konkreten Projekten eine wichtige Rolle. In größeren Städten mit professioneller Stadtmarketingorgani-

sation wird diese öffentlich finanziert, in kleineren Städten mit ehrenamtlichen Organisationen gibt es entsprechende kommunale Förderungen.

Die Ideen: innovativ, kreativ, kommunikativ. Bei den konkreten Umsetzungsprojekten von Stadtmarketingorganisationen zeigte sich in London wenig Überraschendes. Eine Reihe von Konzepten zur Gestaltung des öffentlichen Raums wurde vorgestellt, Highlights waren hier in Österreich oft unterschätze, ganzjährige Beleuchtungskonzepte und der Ansatz „shared space“. Dabei werden für bestimmte Zonen Nutzungsvorschriften wie etwa Straßenverkehrsregelungen weitgehend zurückgenommen, um damit eine kreativere Nutzung des öffentlichen Raums zu ermöglichen.

Im Leerstandsmanagement ist die gemeinsame Vermarktung Standard, ein innovativer Ansatz ist etwa die zwischenzeitliche kostenlose Nutzung leerstehender Flächen durch Künstler und Kreativwirtschaft. Events und Märkte spielen bei Stadtmarketingprojekten weiter eine wichtige Rolle, genauso werden Maßnahmen zur höheren Serviceorientierung (z.B. Zustelldienste) und Kundenbindungsprogramme angeboten.

Viele Städte setzen auch auf gemeinsame Weiterbildung in Richtung Servicequalität oder Ladengestaltung, um so die Attraktivität des gesamten Standorts zu heben.

Experimentiert wird auch mit Web 2.0: Neue Medien sollen helfen, neue Kunden anzusprechen. Amerikanische Städte versuchen zum Beispiel mit dem SMS-Infodienst Twitter das Tourismusbüro zu ergänzen.

Das Prinzip der Ganzheitlichkeit zieht sich somit durch alle Facetten und Arbeitsschritte des Stadtmarketings. Ganzheitlichkeit erfordert aber auch Kreativität in all ihren Formen sowie Offenheit und Kooperationsbereitschaft, um auf aktuelle Anforderungen reagieren oder neue Instrumente erkennen und nutzen zu können.

Einzelhandel im Wiener Umland – *Zwei Komponenten einer Untersuchung.*

Große Handelszentren haben
auch im Wiener Umland
eine dominante Stellung.

Zu Beginn dieses Jahres waren „Einkaufsverhalten und -angebot im Einzelhandel, Nahversorgung und Standortmarketing“ Thema einer Studie der Technischen Universität Wien.

Die Studie beleuchtet die Aspekte Kaufkraftströme, Einzelhandelsangebot, Einkaufsverhalten und Verkaufsflächenbilanzen im Raum Schwechat – Himberg – Zwölfaxing – Raasdorf – Schwadorf – Klein Neusiedl – Enzersdorf an der Fischa – Fischamend.

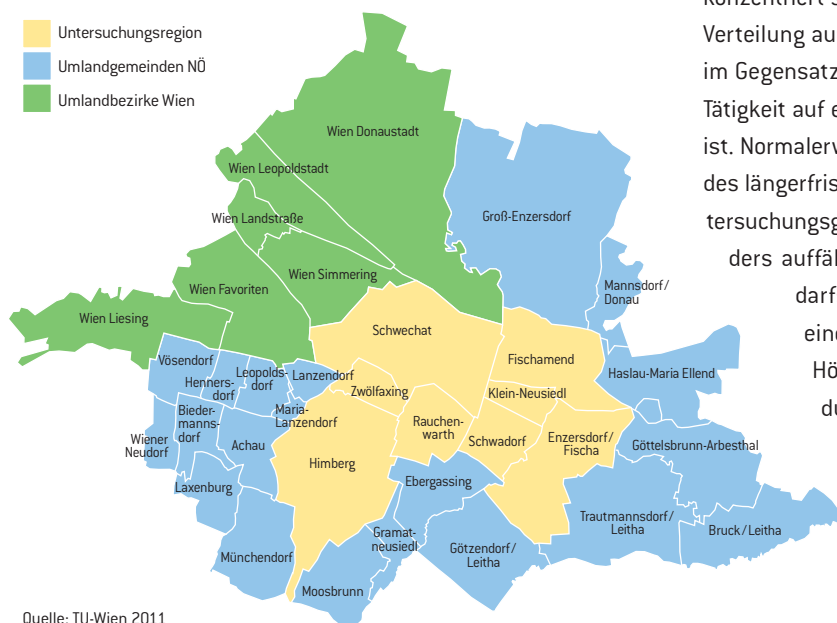
Stichwort: Kaufkraftströme. Die Grundlage für die Analyse bilden die Ergebnisse der KANO 2006 ². Der Großteil des Kaufkraft-Abflusses – vor allem im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ³ der Region – wanderte nach Wien sowie nach Vösendorf in die Shopping City Süd (SCS). Die Fertigstellung der Außenringschnellstraße S1 (2006), die Schwechat mit Vösendorf verbindet, hat die Situation im Einzelhandel zusätzlich verändert. Auf der 16,2 km langen Trasse erreicht man von Schwechat aus innerhalb von 15 Minuten im motorisierten Individualverkehr (IV) die SCS. Die Auswertung von Experteninterviews hat gezeigt, dass die meisten EinwohnerInnen der Region die SCS als Einkaufsort außerhalb der Untersuchungsregion bevorzugen, eben weil dort alle Geschäfte besser räumlich konzentriert liegen und innerhalb von 20 Minuten bequem über die S1 erreichbar sind. Doch trotz dieser hervorragenden Verbindung fließen die größten Kaufkraftabflüsse von Schwechat nicht zur SCS, sondern nach Wien. In diesem Zusammenhang wirken sich vor allem die PendlerInnen, die Einkäufe häufig in der Nähe ihres Arbeitsplatzes tätigen, stark aus.



1) Zusammenfassung der Studie „Einkaufsverhalten und -angebot im Einzelhandel – Nahversorgung – Standortmarketing“ Technische Universität Wien, Department für Raumentwicklung, Infrastruktur und Umweltplanung, Univ.- Ass. Mag. Dr. Robert Wieser / 2) Kaufkraftstromanalyse Niederösterreich 2006 / 3) Güter des kurzfristigen Bedarfs: Nahrungs- und Genussmittel, Apotheken- und Reformwaren, Drogerie- und Parfümeriewaren, Blumen, Pflanzen und zoologische Artikel; Güter des mittelfristigen Bedarfs: Bücher, Schreibwaren, Büroartikel, Spielwaren, Hobby- und Geschenkartikel, Schuhe und Lederwaren, Bekleidung und Wäsche, Sportartikel; Güter des langfristigen Bedarfs: Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und Beleuchtungsartikel, Foto und Optik, Haushaltswaren, Glas, Porzellan und Keramik, Werkzeug, Bau-/Heimwerkerwaren und Gartenbedarf, Möbel, Wohnungseinrichtung und Heimtextilien, Uhren und Schmuck



Abb. 1:



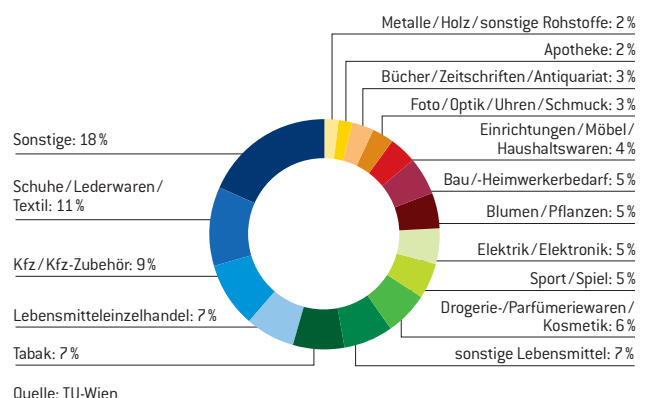
Neben Wien und der SCS spielt bei den Kaufkraftabflüssen der Region auch noch das Outlet-Center Parndorf eine Rolle. Es zeigt sich, dass die Untersuchungsregion genau zwischen Standorten mit einem sehr starken Einzelhandelsangebot liegt. Daher ist es vor allem im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich für die AnbieterInnen in der Region schwierig, sich gegen die Konkurrenz behaupten zu können.

Stichwort: Branchenmix. Auffallend beim Blick auf den Branchenmix im Untersuchungsraum ist die relativ breit gefächerte Angebotsstruktur. An der Spitze stehen Betriebe, die Schuhe, Lederwaren und Textilien vertreiben. Eine weitere große Gruppe stellen Betriebe zur Versorgung mit Lebensmitteln dar. In der Kategorie Lebensmitteleinzelhandel finden sich in erster Linie die verschiedenen Supermarktketten. Zusätzlich zum Branchenmix kann mit einem Lokalisierungskoeffizienten

ermittelt werden, welche Branchen im Untersuchungsraum wie konzentriert sind. Ein Wert von 0 bedeutet, dass die räumliche Verteilung auf alle Untersuchungsgemeinden gleichmäßig ist, im Gegensatz dazu bedeutet der Wert 1, dass die betrachtete Tätigkeit auf eine einzige Gemeinde in der Region konzentriert ist. Normalerweise kann man davon ausgehen, dass Branchen des längerfristigen Bedarfs eher hohe Werte aufweisen. Im Untersuchungsgebiet ist daher in diesem Zusammenhang besonders auffällig, dass die ebenfalls zu den langfristigen Bedarfsgütern gehörende Branche „Kfz/Kfz-Zubehör“ einen sehr kleinen Lokalisierungskoeffizienten in Höhe von 0,1 aufweist. Dies korreliert mit der überdurchschnittlich hohen Präsenz von Betrieben der Kfz/Kfz-Zubehör-Branchen in der Region.

Stichwort: Erreichbarkeit. Ein weiteres interessantes Ergebnis liefert die Analyse der Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte. Wenig überraschend hat vor allem die Bevölkerung im Zentrum von Schwechat aufgrund der hohen Dichte das beste Angebot in nächster Entfernung. Die umliegenden Katastralgemeinden Rannersdorf, Mannswörth und Kledering profitieren von der Nähe zum Schwechater Zentrum. Vor allem in diesen

Abb. 2: Branchenmix (Region Schwechat)





Immer wieder Kriterien
für Kaufkraftströme:
Angebot – Erreichbarkeit – Erlebnis.

Gemeinden und in Zwölfaxing ist ein signifikanter Unterschied zwischen IV und ÖV (öffentlicher Verkehr) in der Erreichbarkeit der Standorte zu erkennen: Die Erreichbarkeit im Individualverkehr ist wesentlich besser. Ausgeglichen ist die Erreichbarkeit zwischen ÖV und IV in Himberg. In Rauchenwarth und Enzersdorf an der Fischa ist die Erreichbarkeit im ÖV ebenfalls wesentlich schlechter. Aufgrund der längeren Fahrzeiten von diesen Gemeinden in die Zentren ist die Erreichbarkeit im Vergleich zur Gesamtregion weniger gut. Den längsten Weg, um mehrere konzentrierte Einzelhandelsstandorte zu erreichen, hat die Katastralgemeinde Velm.

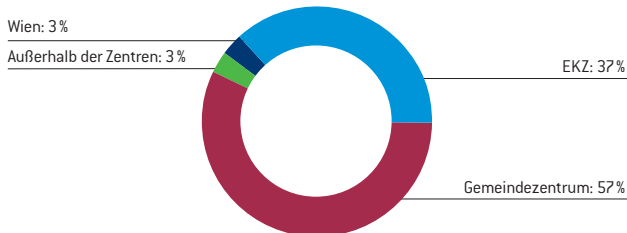
Stichwort: Einkaufsverhalten. Neben der Analyse sozioökonomischer Daten, von Kaufkraftströmen und der Erreichbarkeitsverhältnisse wurde mittels standardisierten Interviews auch das Einkaufsverhalten der BewohnerInnen in der Region untersucht. Aus den Befragungen lässt sich ableiten, dass die Gemeinden im Untersuchungsraum bei entsprechendem Angebot bevorzugt als Einkaufsorte für den kurzfristigen Bedarf genutzt werden.

Um das Zentrum von Schwechat zu stärken, ist aus Sicht der Befragten ein größeres Warenangebot nötig. Außerdem wer-

den die bestehenden Parkmöglichkeiten und die mangelnde äußerliche Attraktivität kritisiert. Die Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte ist jedoch ein bedeutender Faktor der Standortqualität und sehr wichtig für die Existenz der Betriebe, weil auch für die KundInnen entscheidend bei der Auswahl der Geschäfte. Für den täglichen Bedarf nutzt kaum jemand die SCS oder die Standorte in Wien, ausgenommen jene Personen, die in Wien arbeiten und ihre Einkäufe am Weg nach Hause erledigen. Die öffentlichen Verkehrsmittel sind für Einkäufe weniger relevant.

Stichwort: Ortskernbelebung. Zusammenfassend zeigt sich, dass es die Gemeinden in der Untersuchungsregion nicht einfach haben, da die Konkurrenzsituation besonders im länger- und mittelfristigen Bedarfsbereich sehr stark ist. Allerdings zeigt die Befragung der Personen auch, dass in der Bevölkerung sehr wohl das Bewusstsein für Ortskernstärkung vorhanden ist und auch der Wunsch besteht, in den Ortskernen der Gemeinden einkaufen zu gehen. Voraussetzung dafür sind attraktive Angebote, eine interessante Vermarktung und gute Erreichbarkeitsverhältnisse. Mit der Zentrumszonenregelung und der NAFES⁴-Aktion gib es Instrumente, die in diese Richtung zielen und dafür sorgen sollen, dass trotz der Vielfalt an Produkten und Vertriebsformen die Ortskerne als ökonomische und soziale Kristallisationspunkte erhalten bleiben.

Abb.3: Bevorzugte Geschäftslagen



Quelle: TU-Wien

4) Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Stadt- und Ortszentren



Bauen im Grünland:

Die Ausnahme von der Regel.



Das NÖ Raumordnungsgesetz regelt drei Kategorien von Flächenwidmungen: Bauland, Grünland und Verkehrsfläche. Während Bauland schon von der Namensgebung her eine Bebauung vorsieht, ist dies auf Verkehrsflächen und im Grünland nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich.



„Grünland“ soll prinzipiell
unbebaut bleiben, ...



Das NÖ Raumordnungsgesetz regelt daher, dass im Grünland die Errichtung von anzeige- oder bewilligungspflichtigen Bauvorhaben gemäß der NÖ Bauordnung 1996 nur dann und nur in jenem Umfang zulässig ist, wenn bzw. wie dies für die Nutzung der konkreten Grünlandwidmung erforderlich ist und wenn – in der Widmungsart *Grünland-Land- und Forstwirtschaft* und *Grünland-landwirtschaftliche Hofstelle* – eine nachhaltige Bewirtschaftung erfolgt. Nachdem das Grünland seinem Namen entsprechend grundsätzlich „grün“ – also unbebaut – bleiben soll, ist bei der Beurteilung der Erforderlichkeit ein strenger Maßstab anzulegen. Diese Forderung wird auch immer wieder im Rahmen von höchstgerichtlichen Entscheidungen erhoben.

Definitionssache: „anzeige- oder bewilligungspflichtig“.

Zu solchen Bauvorhaben zählen außer Gebäuden etwa auch Carports, Flugdächer, Gartenhütten, Gerätehütten und Gewächshäuser (auch unter 10 m²), Einfriedungen in Form baulicher Anlagen (z.B. Mauern, Sichtschutzzäune, Gabionenwände, nicht aber Maschendrahtzäune mit Punktfundament), Wasserbecken über 50 m³ Fassungsvermögen, Senkgruben oder begehbare Folientunnel (siehe §§ 14 und 15 der NÖ Bauordnung).

Prüfungssache: „erforderlich“.

Liegt ein anzeige- oder bewilligungspflichtiges Bauvorhaben vor, ist in einem zweiten Schritt zu prüfen, ob die Errichtung für eine Nutzung der Grünlandwidmung erforderlich ist, wobei die konkrete Detailformulierung der Widmung berücksichtigt werden muss. Ausgehend von dieser konkreten Grünlandwidmung ist die Erforderlichkeit der Errichtung durch ein Sachverständigengutachten jeweils im Einzelfall zu ermitteln. Bei der Erforderlichkeitsprüfung ist auch da-



... Bauten sollen auf das
unbedingt erforderliche Ausmaß
beschränkt sein.



rauf Bedacht zu nehmen, ob für das beabsichtigte Bauvorhaben geeignete Standorte im gewidmeten Bauland auf Eigengrund zur Verfügung stehen (vgl. § 19 Abs. 4 NÖ Raumordnungsgesetz). Liegen derartige Alternativstandorte im Bauland vor, so darf eine Baubewilligung im Grünland nicht erteilt werden.



Einzelsache: Prüfung im Detail. Die Prüfung der Erforderlichkeit orientiert sich stets an der jeweiligen Widmung. So besteht ein wesentlicher Unterschied, ob das Grundstück beispielsweise die Widmung *Grünland-Land- und Forstwirtschaft*, *Grünland-Sportstätte* oder *Grünland-Parkanlage* aufweist.

- In den Widmungsarten *Grünland-Land- und Forstwirtschaft* und *Grünland-landwirtschaftliche Hofstelle* ist neben der Erforderlichkeit auch die nachhaltige Bewirtschaftung nachzuweisen. Dazu ist ein Betriebskonzept vorzulegen, aus dem hervorgeht, wie das Grundstück bewirtschaftet wird oder werden soll. Dieses Betriebskonzept muss von einem agrartechnischen Sachverständigen beurteilt werden.

Jemandem, der kein Landwirt ist, wird der Nachweis der nachhaltigen Bewirtschaftung nicht gelingen, sodass er grundsätzlich keinerlei Bauführungen auf Flächen, die als *Grünland-Land- und Forstwirtschaft* oder *Grünland-landwirtschaftliche Hofstelle* gewidmet sind, vornehmen darf.

- Ist die Widmung *Grünland-Sportstätte* festgelegt, dient diese Fläche der Sportausübung und Freizeitgestaltung im Freien. Im Flächenwidmungsplan kann zusätzlich auch die konkrete Sportart bestimmt sein.

Bei einem Fußballplatz (*Grünland-Sportstätte-Fußballplatz*) beispielsweise kann davon ausgegangen werden, dass für einen zeitgemäßen Spielbetrieb Umkleidekabinen, Sanitärbereich, Kantinegebäude, Tribünen sowie Räumlichkeiten für die Einstellung von Gerätschaften erforderlich sind. Die Größe dieser Anlagen richtet sich dann nach der Vereinsgröße (Anzahl der Mitglieder bzw. Mannschaften). Die gelegentlich gestellte Frage, ob auch Wohnungen für Spieler eingebaut werden können, kann vorweg mit „Nein“ beantwortet werden. Was aus Sicht der Vereinsführung vielleicht als praktisch angesehen wird, geht über das strenge Kriterium der Erforderlichkeit im Sinne des NÖ Raumordnungsgesetzes hinaus, da eine Wohnnutzung für den Betrieb einer Sporteinrichtung nicht notwendig ist.

Ist die Widmung *Grünland-Sportstätte-Sportfischerei* festgelegt, kann – ebenfalls abhängig von der Größe der Teichanlage – das Erfordernis für eine Gerätehütte zur Einstellung von technischen Gerätschaften und Fischereitensilien bestehen, sofern diese für die Bewirtschaftung der Teichanlage erforderlich ist. Es ist allerdings nicht zulässig, dass jede/r BenutzerIn eine eigene Hütte zur individuellen Freizeitnutzung errichtet.

- Flächen, die als *Grünland-Parkanlage* gewidmet sind, dienen der Erholung und/oder Repräsentation im Freien und sind nach einem Gesamtkonzept gestaltet. In einem Stadtpark, der als Naherholungsgebiet der Bevölkerung dient, kann die Erforderlichkeit für Gerätehütten, Sanitäranlagen oder Ähnliches begründbar sein. Dies würde für eine kleine gestaltete Grünfläche nicht zutreffen. Auch in der Widmung *Grünland-Parkanlage* ist somit im Einzelfall und ausgehend vom Gestaltungskonzept zu prüfen, ob und welche Bauwerke erforderlich sind.

Gemeindesache: Grünland differenzieren. Die Beispiele zeigen, dass auch im Grünland sehr differenzierte und eingeschränkte Möglichkeiten für die Errichtung von Gebäuden bestehen. Es ist daher eine wichtige Aufgabe der Gemeinde, im Rahmen ihrer örtlichen Raumordnung auch der Differenzierung der Grünlandwidmungsarten im Flächenwidmungsplan entsprechendes Augenmerk zu schenken.

Buchtipp: Die Stadt als Marke.

Zunehmender Standortwettbewerb und Austauschbarkeit der städtischen Leistungen verdeutlichen die Notwendigkeit zur nachhaltigen Profilierung von Städten. Differenzierungen wie durch einen hohen Bekanntheitsgrad und ein positives Image werden für die Städte immer bedeutender.

Ziel der Masterarbeit des Linzers Thomas Egger war, die Anwendbarkeit der theoretischen Erkenntnisse der identitätsorientierten Markenführung in der Stadtmarketing-Praxis zu untersuchen. Dazu wird die Ausgangssituation beschrieben, welche die Markenpolitik für Städte als grundsätzlich im Zuge des verschärften Standortwettbewerbs für immer wichtiger erachtet. Ausgehend von der allgemeinen Markentheorie und der Theorie der identitätsorientierten Markenführung im Speziellen werden Erkenntnisse für den Praxiseinsatz in Städten diskutiert. Diese

Erkenntnisse sowie Fallstudien über Markenentwicklungs- und Markenführungs-Prozesse der Städte Hamburg, Linz und Bern liefern die Basis. Am Beispiel dieser drei Städte, vertreten durch die verantwortlichen Marketingmanager, werden die wesentlichen Erfolgsfaktoren, aber auch Probleme bei der Umsetzung der Theorie in die Praxis aufgezeigt und anhand der Forschungserkenntnisse diskutiert. Daraus werden abschließende Erkenntnisse für die künftige Praxis der städtischen Markenführung abgeleitet.

Die Studie kann beim Autor Thomas Egger, M.Sc. via E-Mail [egger@partner.co.at] angefordert werden.



Veranstaltungstipp: Flächenmanagement in Österreich.



Bundesweite verlässliche Flächenbilanzen und entsprechende vergleichbare Dateien gibt es bislang nicht. „Flächenmanagement in Österreich“ ist eine Initiative des Lebensministeriums und beleuchtet den Umgang mit Grund und Boden sowie die Flächeninanspruchnahme in den Bundesländern.

Die **Abschlussveranstaltung** findet

- am 10. Oktober 2011, von 10.00 bis 16.00 Uhr
- in St. Pölten, Landhaus
- statt und widmet sich im Detail den vier Themenblöcken
- Wachstum und Schrumpfung
- Siedlungsformen und Mobilität
- Betriebsansiedlung und Gemeindekooperation
- Kommunale Bodenpolitik

Infos und Anmeldung bei der Redaktion.

Online gegangen: „Kurs im Dorf“.

- www.kursimdorf.at ist ein Unterstützungsprojekt für aktive Dorfgemeinschaften, die ihre sozialen Treffpunkte durch Bildungsaktivitäten und -veranstaltungen aufwerten wollen und beschreibt Räumlichkeiten mit unterschiedlichen Qualitäten, Ausstattungen und Zusatzangeboten für Seminare oder Veranstaltungen im dörflichen Umfeld.



English Summary



Local development scheme – strategic basis for the development of municipalities. Today, strategic planning is essential in every sphere, especially with a view to promoting sustainability. The local spatial planning authorities have thus integrated the development scheme into the Lower Austrian Spatial Planning Act as a prerequisite in the Local Spatial Planning Programme. However, this strategic document will only be effective if it is drafted in a straightforward and correctly understandable manner.

Rural planning as overall planning – development of municipalities as an integrative task. Rural planning bodies are responsible for setting objectives for both developed and undeveloped spaces in the municipality. This process involves examining public and private interests and subsequently defining the use and function of each space and applying the instruments available, taking into consideration the actual situation and legal requirements.

Designing town centre areas – representing cultural values. The quality of town centres or the districts of a town depends on the balance between key infrastructure, residential areas and accessibility/the traffic system. However, it is not only a well-functioning system that has a decisive impact on the quality of a town, but also the appearance of the town centres which are home to our architectural heritage.

Town centre areas – integrative town development. The process of zoning town centre areas in Lower Austria has already come a long way. The extensive and complex task of developing town-centre retail requires municipalities to act with diligence and foresight. Zoning town centre areas must therefore be regarded as the first step towards an integrative strategy for the development of the town centre and retail structures.

Town centre management – city marketing in an international context. “Holistic planning” and “Implementing bit by bit” were two of the core approaches that came out of the World Congress on Downtowns and Town Centres in London, where over 300 participants from Europe, the United States, Japan, Australia and New Zealand discussed international developments in the field of town centre management and city marketing. Austrian city marketing organisations compare well with similar organisations around the world.

Retail trade in Vienna's surrounding area – two topics in a survey. At the beginning of this year Vienna University of Technology carried out a research project on purchasing behaviour and facilities with regard to retail trade, local amenities and city marketing. The survey deals with issues such as purchasing power flux, retail trade facilities, purchasing behaviour and selling space in the area covering the towns and municipalities of Schwechat, Himberg, Zwölfaxing, Raasdorf, Schwadorf, Klein Neusiedl, Enzersdorf an der Fischa and Fischamend.

Building in green spaces – the exception to the rule. While building land inevitably refers to land that can be constructed upon, this is only permitted under certain circumstances in the case of public thoroughfares and green spaces. As the name would suggest, green spaces are not, in principle, areas designed for construction. Plans to build on these areas must, therefore, be evaluated by rigorous instruments to determine which land use plan is valid for the green space in question.

Der eilige Leser

Das Örtliche Entwicklungskonzept: Strategische Basis für die Gemeindeentwicklung. Strategisches Arbeiten ist heute in allen Lebensbereichen erforderlich, nicht zuletzt um dem Prinzip der Nachhaltigkeit zu dienen. Auch die Örtliche Raumordnung hat dementsprechend ihr Spektrum erweitert und das Entwicklungskonzept als Pflichtbestandteil des Örtlichen Raumordnungsprogramms im Niederösterreichischen Raumordnungsgesetz verankert. Damit es als strategisches Dokument wirkt, muss es allerdings richtig verstanden und entsprechend aufgesetzt werden.

Ortsplanung als Gesamtplanung – Gemeindeentwicklung als integrative Aufgabe. Es ist die Aufgabe der Ortsplanung, sowohl für den bebauten, als auch für den unbebauten Raum des Gemeindegebiets Planungsziele zu setzen. Dabei gilt es – ausgehend vom aktuellen Bestand und innerhalb gesetzlicher Rahmenbedingungen – im Zuge einer Abstimmung zwischen öffentlichen und privaten Interessen Funktions- und Nutzungsräume zu definieren und die zur Verfügung stehenden Instrumente zielgerichtet einzusetzen.

Zentrumsgestaltung: Abbild kultureller Werte. Die Qualität eines Stadtkerns bzw. eines Stadt- oder Ortsteils wird daran gemessen, wie gut zentrale Funktionen, Wohnraum und Erreichbarkeiten aufeinander abgestimmt sind. Doch nicht nur ein optimales Zusammenspiel von Funktionen ergibt schon die „lebenswerte Stadt“ und verleiht dem Standort Qualität. Vielmehr spielt gerade das Erscheinungsbild der Stadtzentren als Träger unserer gebauten Kultur eine bedeutende Rolle.

Zentrumszonen: Integrative Ortsentwicklung nach Maß. Die Ausweisung von Zentrumszonen ist in Niederösterreichs Gemeinden bereits weit fortgeschritten. Die umfangreichen und komplexen Aufgaben für die innerstädtische Handelsentwicklung fordern ein vorausschauendes und sorgsames Handeln der Gemeinden. Die Ausweisung einer Zentrumszone kann daher nur den Anfang einer integrierten Strategie zur weiteren Entwicklung des Stadtzentrums und der Handelsstrukturen bilden.

Towncenter-Management: Stadtmarketing im internationalen Vergleich. „Die ganze Stadt im Blickfeld“ und „Umsetzung in abgrenzbaren Projekten“ – das sind zwei der Kernaussagen des World-Towncenter-Kongresses in London, bei dem sich 300 TeilnehmerInnen aus Europa, den Vereinigten Staaten, Japan, Australien und Neuseeland über internationale Entwicklungen im Towncenter-Management (Stadtmarketing)

austauschten. Österreichs Stadtmarketingorganisationen können sich in diesem internationalen Vergleich durchaus sehen lassen.

Einzelhandel im Wiener Umland – Zwei Komponenten einer Untersuchung. Zu Beginn dieses Jahres waren „Einkaufsverhalten und -angebot im Einzelhandel, Nahversorgung und Standortmarketing“ Thema einer Studie der Technischen Universität Wien.

Die Studie beleuchtet die Aspekte Kaufkraftströme, Einzelhandelsangebot, Einkaufsverhalten und Verkaufsflächenbilanzen im Raum Schwechat – Himberg – Zwölfaxing – Raasdorf – Schwadorf – Klein Neusiedl – Enzersdorf an der Fischa – Fischamend.

Bauen im Grünland: Die Ausnahme von der Regel. Während Bauland schon von der Namensgebung her eine Bebauung vorsieht, ist dies auf Verkehrsflächen und im Grünland nur unter bestimmten Voraussetzungen möglich. Nachdem das Grünland seinem Namen entsprechend grundsätzlich „grün“ – also unbebaut – bleiben soll, ist bei der Beurteilung der Erforderlichkeit ein strenger Maßstab anzulegen, der sich daran orientiert, welche konkrete Grünlandwidmungsart für ein Grundstück im Einzelnen festgelegt ist.

Für Fragen aller Art zur Raumplanung und Regionalentwicklung in Niederösterreich bietet die Homepage www.raumordnung-noe.at Antworten!



P.b.b. Vertragsnummer 07Z037287M
Verlagspostamt 3109 St. Pölten

www.noegv.at