Protokoll der Zukunftskonferenz Krems, 17. März 2023

Krems im Zentrum
Neue Perspektiven für lebenswerte Innenstädte

krems 2030

Entwickeln anstatt nur Bauen,
DI Markus Schadenbauer

krems 2030

Schadenbauer

Projekt- und Quartier-
entwicklung

Entwickeln anstatt nur Bauen -
Die Wiederbelebung der Altstadt von Hohenems

Zukunftskonferenz 2023 – Krems im Zentrum, 17. März 2023

DI Markus Schadenbauer | Projekt- und Quartiersentwickler, Hohenems

krems
2030

Wesentliche Ergebnisse aus Vortrag & Diskussion mit Markus Schadenbauer

Im World-Café mit Markus Schadenbauer nahm die Vertiefung der Vortragsinhalte breiten Raum ein und es wurde versucht, einzelne Erfolgsfaktoren aus der Entwicklung der Marktstraße in Hohenems auf die Situation der Kremser Innenstädte umzulegen.

Branchenmix/1

Die grobe Analyse des Geschäftsbestandes in der Kremser Innenstadt zeigt einen wenig aufeinander abgestimmten Branchenmix. Eine räumliche Schwerpunktsetzung ist nicht erkennbar, wäre aber für die Orientierung von Kunden und Besuchern wünschenswert und würde auch Vorteile im übergreifenden Marketing bringen, wenn man vom Modell des „Einkaufszentrums ohne Dach“ ausgehen würde.

krems 2030

Branchenmix/2

Wörtlich wurde vom notwendigen „Sortieren des Angebots“ gesprochen. Diese Situation hat vor allem historische Gründe, etwa die Eigennutzung eigentümergeführter Geschäfte bzw. eben länger- oder kurzfristigere Vermietungen oder Verpachtungen. Die Strategie eines abgestimmten Sortiments auf Ebene der gesamten Innenstadt war bisher nicht das leitende Motiv bei der Flächenvergabe.

Eignung des Bestandes und Denkmalschutz/1

Nochmals herausgearbeitet wurde, dass historische Bausubstanz viele Vorteile hat, sie allerdings nicht für alle denkbaren Nutzungen geeignet ist, was auch für den Handel gilt. Verkaufsflächen sind nicht einfach skalierbar, Schaufensterflächen begrenzt. Das jeweilige Geschäftsmodell muss also auch auf die konkrete räumliche und bauliche Situation – „auf das Mögliche“ angepasst werden.

Eignung des Bestandes und Denkmalschutz/2

Interessant ist die Feststellung, dass der Denkmalschutz in Hohenems diesbezüglich positiv zu bewerten war und im Dialog regelmäßig hochwertige Lösungen entwickelt werden konnten, die einerseits Schutzgut und „genius loci“ der Gebäude erhalten haben und andererseits die Ansprüche der Nutzer erfüllt haben. Nicht erfolgreich war die Vorlage durchgearbeiteter baulicher Konzepte, sondern es waren durchwegs gemeinsame Entwicklungsprozesse, die zum Ziel führten.

Eignung des Bestandes und Denkmalschutz/3

Von großem Vorteil sind Qualität und Selbstverständnis der Vorarlberger Architektur. So wurden für einzelne Planungsaufgaben in einer ersten Stufe bis zu zehn Büros eingeladen, ihren Zugang zum Ort und zur Aufgabe bei freier Ausdruckswahl zu vermitteln. Daraus wurde für jedes zu revitalisierende Objekt ein Architektenbüro für die weiteren Planungs- und Entwicklungsaufgaben ausgewählt und mit entsprechender Verantwortung ausgestattet.

krems 2030

Selektive Ansiedlung und Aktivierung der Bevölkerung

Aus den obigen Erkenntnissen wurde in Hohenems ein gleich schlüssiger wie radikaler Grundsatz formuliert und bis heute durchgehalten: für revitalisierte Verkaufsflächen werden zum Nutzungsmix passende, eigentümergeführte Unternehmungen mit lokalem oder regionalen Bezug gesucht und Filialisten werden grundsätzlich ausgeschlossen. Große Bedeutung wird spezialisiertem Handwerk beigemessen, guter Gastronomie kommt ebenfalls große Bedeutung zu. Die Suche nach Unternehmen, die dem Branchenmix zuträglich sind, wurde insofern auf eine breite Basis gestellt, als mit einer Reihe von niederschwelligen Informationsformaten auch interessierte Bürger und Bewohner mit den Ideen und Grundsätzen der Marktstraßenentwicklung vertraut wurden und aus eigenem Antrieb als Botschafter und Tippgeber fungierten.

krems 2030

Begleitung und Entwicklung von Geschäftsmodellen/1

Der auf den ersten Blick durchaus ungewöhnliche Zugang, dass mit DI Schadenbauer kein klassischer Makler, sondern ein lokaler Unternehmer mit einem übergeordneten, aber auch klar definierten eigenem Interesse und letztendlich auf eigenes Risiko als zentraler „Kümmerer“ aufgetreten ist, wurde in der Diskussion als wesentlicher Erfolgsfaktor identifiziert. Das Vertrauen der Eigentümer durch transparente Kommunikation und solide, gut vermittelbare Entwicklungsstrategien zu gewinnen, war und ist die Basis für die Hohenemser Entwicklung. Sind erst einmal gelungene Beispiele vorzuweisen, wird die Sache bei jeder weiteren Ansiedelung tendenziell einfacher. Auch wurde in der zugrundeliegenden Gesamtvision nicht von einem großen Wurf ausgegangen, sondern von einer soliden, schrittweisen Realisierung.

krems 2030

Begleitung und Entwicklung von Geschäftsmodellen/2

- Die zum großen Teil „Jungunternehmer“ wurden bei der Entwicklung ihrer Geschäftsmodelle „bei der Hand genommen“ und über den gesamten Gründungsprozess hinweg intensiv betreut. Wichtig war und ist neben einem soliden Businessplan jedenfalls auch die hohe Motivation der Geschäftsleute.
- Um das Risiko für Unternehmer und Eigentümer in den ersten Jahren überschaubar zu halten, wurde mit der Stadt Hohenems ein zeitlich begrenztes Fördermodell für die Mieten entwickelt und erfolgreich angewandt. Das ist ein Beispiel, wo die öffentliche Hand konkret unterstützen kann.

krems 2030

Qualität des öffentlichen Raumes und Verdichtung/1

- Rund um die Marktstraße wurden wesentliche organisatorische und gestalterische Maßnahmen getroffen. So wurde etwa eine Begegnungszone (Verkehrsbelastung rd. 1.500 Kfz/Tag) eingerichtet, die eine Neuverteilung und Attraktivierung der Fahrbahnflächen ermöglicht hat, zugunsten von Fußgehern und Radfahrern, Gastgärten.
- Weiters ist es gelungen, eine Reihe von Innenhöfen für die Allgemeinheit zu öffnen, teils gemeinsam neuzugestalten und damit das erlebbare Angebot des öffentlichen Raumes zu erweitern.

krems 2030

Qualität des öffentlichen Raumes und Verdichtung/2

Nach genauer Analyse des Bestandes und der Möglichkeiten wurden konsequent Nachverdichtungen vorgenommen, entweder durch Nutzbarmachung von Souterrains oder den Ausbau von Dachgeschoßen, aber auch durch vollständig neue Baukörper in der zweiten Reihe. Die so gewonnenen zusätzlichen Flächen geben Raum für zusätzliche Bewohner und Angebote/Attraktionen, die wiederum zu gesteigerter Frequenz und Umsatzmöglichkeiten für die Unternehmen führen. Architektur und Gestaltqualität sind bei diesen Erweiterungen von großer Bedeutung, hochwertige, zeitgemäße Interventionen bereichernd für das Gesamtgefüge.

krems 2030

Imagebildung und Kultur

Die neuen Qualitäten und Attraktivitäten, die durch die Entwicklungsprojekte für das Viertel um die Marktstraße selbst entstanden sind, wurden durch kulturelle Projekte genutzt und vergrößert. Beispielsweise durch Kunstinstallationen an Gebäuden vor dem Umbau, durch museale Einrichtungen im Viertel oder auch durch Festivals wie die Schubertiade oder das Kulturfest emsiana, die weit über die Stadtgrenzen ausstrahlen und doch direkt zurückwirken, da sie Frequenz und Image generieren.

krems 2030

Erreichbarkeit

Der Qualität des öffentlichen Raumes kommt wie bereits dargestellt große Bedeutung zu, als Aufenthaltsraum und auch für die Erreichbarkeit, die für alle Verkehrsträger in gefahrloser und attraktiver Form gesichert werden muss. Hier gilt es, entsprechend der jeweiligen Voraussetzungen individuell passende Lösungen zu entwickeln.

Neue Wege für den Handel, Dr. Frick

Die GeSELLschaft

Warum wir uns an die Digitalisierung verkaufen.

Dr. Wolfgang Frick
offliner, AUTOr, gelernter Vorarlberger,
Stationärer Handels-Versteher
Kunden-Fürsprecher
Marke-ting-Sommelier

17. März 2023
Zukunftskonferenz Krems

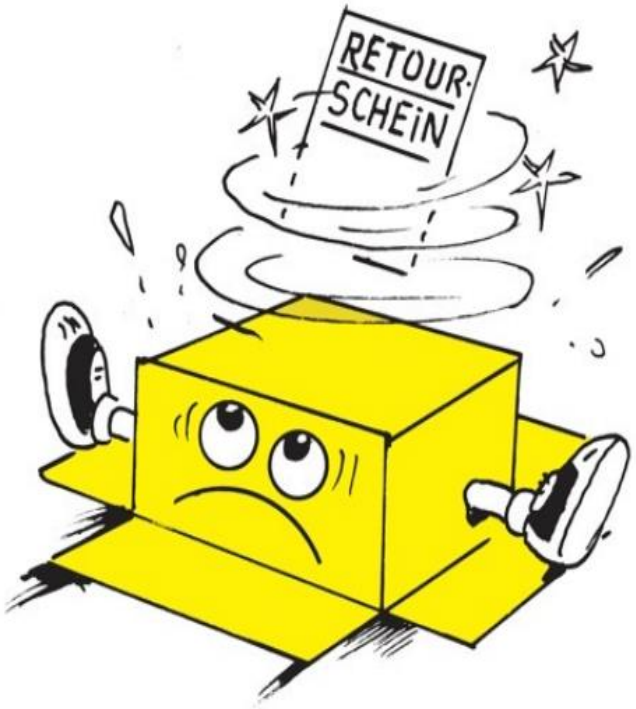
krems 2030

Online und Nachhaltigkeit?

- Zu viele Retouren – 280 Millionen Pakete pro Jahr
- Negative CO_2-Bilanz
- Keine gesellschaftliche Verantwortung
- Anstellungsbedingungen der Mitarbeiter
- Steuervorteile
- Massiver Stellenabbau - Umsatzrückgänge

krems 2030

Was hat die Innenstadt davon?



- Nicht-überdachtes Einkaufszentrum
- Gallisches Dorf - Unabhängigkeitsindex
- Schau-Fenster – Offline-Tag-Kleber
- Ziehen Sie Bilanz - plakativ
- Einkaufserlebnis des Monats
- Kolumne in der örtlichen Presse
- Für jedes Anliegen eine offene Türe

krems 2030

~~EINZEL-Händler~~

GEMEINSCHAFTS-Anbieter

~~STATIONÄR~~

AMBULANTEN HANDELn

~~BEDIENUNGS-Los~~

BEDINGUNGS-Los

krems 2030

Wesentliche Ergebnisse aus Vortrag & Diskussion mit Dr. Wolfgang Frick/1

- Wünschenswert ist ein - auch für Bewohner*innen - attraktiver Branchenmix
- Mehr Handelsangebote für Familien mit Kindern wären wichtig für die Innenstadt (Drogeriefachmärkte, Schreibwarengeschäft, etc.)
- Kernkompetenzen des stationären Handels stärker betonen (Beratung, persönliches Einkaufserlebnis, Regionalität im Sinne des Klimaschutzes mehr fördern)
- Weitere Arbeit an/für eine noch attraktivere Innenstadt, iSv mehr Begrünung und Sitzgelegenheiten, Aufenthalte „zwischen“ den Einkäufen ermöglichen, auch ohne Konsumieren zu müssen

krems 2030

Wesentliche Ergebnisse aus Vortrag & Diskussion mit Dr. Wolfgang Frick/2

- Parkplatzsituation sorgt für Kontroversen: Altstadt vs Parkfläche?
- Wie kann es gelingen den MIV (motorisierter Individual Verkehr) zu minimieren?
- Sichere Anreise per Rad ermöglichen (Fahrradwege, auch für Familien mit Kindern sicher zu nützen)
- Stadtbus noch weiter ausbauen: einerseits Frequenz verstärken, andererseits Bürger*innen noch besser über das Angebot informieren (Fahrpläne, Tarife) um mehr Menschen zum Umstieg zu motivieren

krems 2030

Wesentliche Ergebnisse aus Vortrag & Diskussion mit Dr. Wolfgang Frick/3

- Visionäre Zugangsweisen sind erwünscht, „mutiger“ sein
- Die Einkaufsstraßen als „überdachtes EKZ“ denken
- Zusammenarbeit der Handelstreibenden, ev. über ein organisiertes Forum, entsprechend einem Centermanagement im EKZ
- Unterstützung der Stadt (zB. durch Förderungen) für Ansiedelungen
- Begleitung der Gründer*innen in der Anfangszeit
- Nicht-Ziel: überwiegende Gastro/Lokalszene statt gemischter Kleingewerbebetriebe

krems 2030

Offener Tisch & Marktstände NÖ regional

Themen beim offenen Tisch/1

- Konzepte wie „To good to go“ – regional gestalten

  z.B. mit „Empfehlungspaketen“ der Stadt von regionalen Anbietern

- Erreichbarkeit der Innenstadt und öffentliche Einrichtungen – zu Fuß, mit dem Rad, Rollstuhl berücksichtigen, sichere Wege

- Beim Stadtbus die Ziele beachten – wo wollen die Leute hin und den Fokus auf die Innenstadt legen

krems 2030

Themen beim offenen Tisch/2

- Attraktivierung des Veranstaltungsformat um verstärkt eine jüngere Zielgruppe anzusprechen (Schüler*innen, junge Erwachsene) & dadurch näher an die Ideen und Bedürfnisse der jüngeren Kremser*innen zu kommen
- Interviews in der Stadt mit Jugendlichen oder in höheren Schulen; Jugend wird nicht erreicht – Einladungsformat, Vortragsformat beachten
- z.B. durch persönliche Einladungen wie bei Klimaforum

Zusammenfassung und Ausblick

Die Dokumentation der Konferenz wird auf www.krems2030.at zur Verfügung gestellt. Wesentliche Erkenntnisse in der Verantwortung der Stadt werden gemeinsam mit dem Stadtmarketing weiter konkretisiert und auf ihre Umsetzbarkeit in Krems überprüft.

Informationen dazu gibt es spätestens bei der nächsten Zukunftskonferenz!

krems 2030

Vielen Dank für den spannenden Austausch!

Zukunftskonferenz Krems 2023: Baudirektor Reinhard Weitzer, Markus Schadenbauer, Wolfgang Frick, Bürgermeister Dr. Reinhard Resch, Moderatorin Annemarie Litschauer (Bürgerbeteiligung), Vizebürgermeister Dr. Florian Kamleitner, Horst Berger (Stadtmarketing) und Christine Schneider (NÖ Regional), von links.