



masterplan  
**INNENSTADT**

BRUCK AN DER MUR

AUFTRAGGEBER

Österreichischer Städtebund / Landesgruppe Steiermark  
Land Steiermark / Abteilung 13 Umwelt und Raumordnung  
Wirtschaftskammer Steiermark  
Stadtgemeinden: Bruck an der Mur, Hartberg, Bad Radkersburg

AUFTRAGNEHMER

Arbeitsgemeinschaft 6-PACK+

balloon - Wohofsky ZT-KG  
BSX Schmolzer GmbH, Marketing- & Kommunikationsberatung  
LAND IN SICHT – Büro für Landschaftsplanung  
ÖAR Regionalberatung GmbH  
Büro Dr. Paula ZT GmbH  
Scan – Agentur für Gesellschaftsanalytik  
ZIS&P, Verkehrsplanung

PROJEKTKOORDINATION BRUCK AN DER MUR

LAND IN SICHT – Büro für Landschaftsplanung  
DI Thomas Proksch  
DI Katharina Stadler  
DI Alexandra Janetschek-Borst

BEARBEITUNGSZEITRAUM

Juni 2013 - Juli 2014

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Aufgabenstellung</b> .....	<b>5</b>
1.1.	Zielsetzung Masterplan / Weißbuch Innenstadt.....	5
1.2.	Masterplan Bruck an der Mur .....	7
<b>2</b>	<b>Einführung</b> .....	<b>8</b>
2.1.	Zukunftsperspektiven regionaler Ortskerne .....	8
2.2.	Stadt im Wandel .....	11
<b>3</b>	<b>Herangehensweise</b> .....	<b>15</b>
3.1.	Arbeitsprozess .....	15
3.2.	Vorleistungen und Rahmenbedingungen.....	15
<b>4</b>	<b>Kurzcharakteristik und Schwerpunktthemen</b> .....	<b>17</b>
4.1.	Demografische Trends.....	17
4.2.	Soziale Trends .....	23
4.3.	Schwerpunktthemen .....	27
<b>5</b>	<b>Handlungsfeld Leerstände</b> .....	<b>29</b>
5.1.	Wirtschaft, Gewerbe und Handel.....	29
5.2.	Bedeutung Leerstandsmanagement .....	36
5.3.	Leerstandsmanagement in Bruck an der Mur.....	38
<b>6</b>	<b>Handlungsfeld Öffentlicher Raum und Stadtgestaltung</b> .....	<b>46</b>
6.1.	Bedeutung Öffentlicher Raum.....	46
6.2.	Öffentlicher Raum in Bruck an der Mur .....	49
<b>7</b>	<b>Handlungsfeld Jugendkultur</b> .....	<b>60</b>
7.1.	Nonkonforme Jugendkultur .....	60
7.2.	Jugend in Bruck an der Mur .....	62
7.3.	Best Practice Beispiele am Sektor Jugendkultur.....	65
7.4.	Empfehlungen.....	68
<b>8</b>	<b>Handlungsfeld Wohnen</b> .....	<b>70</b>

8.1.	Herausforderungen an Städtebau und Architektur - Bausubstanz in historischen Innenstädten.....	70
8.2.	Empfehlungen.....	75
<b>9</b>	<b>Handlungsfeld Mobilität und Verkehr .....</b>	<b>78</b>
9.1.	Problemlage & Herausforderung .....	78
9.2.	Generelle Ziele und Maßnahmen.....	78
9.3.	Fußgänger und Fahrradverkehr.....	79
9.4.	Motorisierter Individualverkehr .....	81
9.5.	Öffentlicher Verkehr.....	83
<b>10</b>	<b>Handlungsfeld Gastronomie, Beherbergung, Tourismus .....</b>	<b>84</b>
<b>11</b>	<b>Handlungsfeld Kunst und Kultur .....</b>	<b>85</b>
11.1.	Kultur als Standortfaktor .....	85
11.2.	Kulturstandort Bruck an der Mur.....	90
<b>12</b>	<b>Handlungsfeld Positionierung und Marketing .....</b>	<b>91</b>
12.1.	Neupositionierung als Aufgabe .....	91
12.2.	Generelle Empfehlungen zum Stadtmarketing .....	91
<b>13</b>	<b>Exkurs: Sicht der Kinder .....</b>	<b>96</b>
<b>14</b>	<b>Literaturquellen .....</b>	<b>98</b>

# 1 Aufgabenstellung

## 1.1. Zielsetzung Masterplan / Weißbuch Innenstadt

Die Arbeitsgemeinschaft sixpack+, bestehend aus den Büros balloon \_Wohofsky ZT-KG, BSX Schmölder GmbH, ÖAR Regionalberatung GmbH, ZIS& P Verkehrsplanung, SCAN - Agentur für Markt- und Gesellschaftsanalytik, Büro Dr. Paula Raumplanung, Raumordnung und Landschaftsplanung ZT-GmbH und DI Thomas Proksch / LAND IN SICHT Büro für Landschaftsplanung wurde mit der Erstellung einer Studie „Masterplan Innenstadt“ und eines „Weißbuchs Innenstadt“ beauftragt.

Gegenstand der Studie „Masterplan Innenstadt“ war die Auseinandersetzung mit den konkreten Innenstadtsituationen von Bruck an der Mur, Hartberg und Bad Radkersburg, die hinsichtlich Rahmenbedingungen und Problemstellungen deutlich differieren und gemeinsam ein weites Feld an Bearbeitungsschwerpunkten aufspannen.

Das „Weißbuch Innenstadt“ versteht sich als Zusammenstellung von Handlungs- und Erfahrungsmustern, die im Rahmen der oben angesprochenen Studie auf Basis der Beschäftigung mit dem Thema Innenstadtlebung in den drei steirischen Pilotgemeinden gewonnen wurden. Es spiegelt die Unterschiedlichkeit und Vielfältigkeit der Rahmenbedingungen wie auch der Problemstellungen in den drei Städten wider, wobei das Verbindende die offenen Fragen im Zusammenhang mit Maßnahmen und Strategien zur Belebung der Innenstadtbereiche sind. Entwickelt wurden diese im Rahmen eines kooperativen Prozesses gemeinsam mit Gemeindeverantwortlichen, Vertretern der Abteilung 7 des Amtes der Steiermärkischen Landesregierung, der Landesgruppe Steiermark des Österreichischen Städtebundes und der Wirtschaftskammer Steiermark durch das interdisziplinäre BearbeiterInnenteam, dem Regionalplaner, Architekten, Raumplanerinnen, Verkehrsplaner, LandschaftsplanerInnen, Soziologen und Marketing- und KommunikationsberaterInnen angehörten.

In allen drei Städten stand eine intensive Beschäftigung mit den einzelnen Pilotgemeinden, den örtlichen Rahmenbedingungen, aber auch den Sichtweisen der Gemeindeverantwortlichen, ausgewählter Stakeholder und BürgerInnen am Anfang des Prozesses, auf dessen Basis jene Handlungsfelder herausgearbeitet wurden, wo prioritär am Maßnahmen Sektor zur Belebung der Innenstadtbereiche anzusetzen ist.

Gemeinsam war dabei in allen drei untersuchten Städten die Frage der Positionierung der Stadtgemeinde nach außen wie auch die Definition übergeordneter Leitziele für eine weiterführende Stadtentwicklung, in deren Mittelpunkt die Aufwertung und Belebung der Stadtkernbereiche steht.

Während in Bad Radkersburg und Bruck an der Mur dabei dem Thema Leerstand sowohl betreffend der Wohnfunktionen der Innenstadt, als auch im Zusammenhang mit leer stehenden Handels- und Gastronomieflächen besondere Bedeutung zukam, waren es in Hartberg die Fragen bezüglich der In-Wert-Setzung und Bespielung der durch verkehrsorganisatorische Maßnahmen gewonnenen städtischen Freiräume. Auch konnte in allen drei Städten bereits auf umfangreiche Vorarbeiten, und programmatische Zielkonzepte aufgesetzt werden, die kritisch evaluiert und hinsichtlich ihres Zielerfüllungsgrades bewertet wurden.

Angetreten war das BearbeiterInnenteam mit dem Anspruch, nicht nur auf der Ebene der Zieldefinitionen zu enden, sondern konkrete Prozesse anzuregen und nach Möglichkeit einzelne Startprojekte als Initialmaßnahmen zur Umsetzung zu bringen.

Die im Weißbuch Innenstadt dokumentierten Maßnahmenstrategien und Handlungsansätze bilden die wesentlichen Projektergebnisse ab, basieren auf den jeweils konkreten Frage- und Problemstellungen in den drei Pilotgemeinden, erscheinen aber aufgrund ihrer inhaltlichen Breite durchaus geeignet, auch für andere Städte geeignete Handlungsmuster abzuleiten, wenngleich ein zentrales Ergebnis der Arbeit ist, dass aufgrund der Vielschichtigkeit und Individualität jedes Stadtgefüges wie auch der dahinter stehenden Akteursmodelle rezepthafte Lösungsstrategien kaum zum Ziel führen.

Stadtkernbelebung stellt einen Prozess im eigentlichen Sinn dar, der vor dem Hintergrund steter demografischer Veränderungen, sich rasch wandelnder ökonomischer Rahmenbedingungen wie auch gesellschaftlicher Trends und Bedürfnisstrukturen steter Anstrengungen bedarf. Innenstadtbelebung bedeutet Innenstadtentwicklung als laufende Aufgabe, die nicht nur die Stadtverwaltung als Akteure verlangt, sondern einen kooperativen Prozess unter Einbeziehung wesentlicher städtischer Stakeholder und engagierter BürgerInnen nahe legt.

Im Rahmen der Studie wurden in allen drei Pilotgemeinden einzelne Maßnahmenstrategien und Handlungsanleitungen entwickelt und teils erprobt, als Bausteine und teils Ausgangspunkte eines nachhaltigen Entwicklungsprozesses. In dem Sinn werden im Masterplan keine finalen Ergebnisse präsentiert, sondern konkrete Prozessbausteine und Anregungen, wie aktuellen laufenden Verödungsprozessen in Stadtkernbereichen gegenzusteuern ist bzw. wie gegebene Potenziale erkannt und darauf aufbauend geeignete In-Wert-Setzungsmaßnahmen getroffen werden können.

## 1.2. Masterplan Bruck an der Mur

Der vorliegende „Masterplan Bruck an der Mur“ gibt einerseits auszugsweise Beiträge aus dem vorliegenden Weißbuch wieder, sofern sie für die Stadt Bruck relevant erscheinen, und vertieft und ergänzt andererseits ortsspezifisch die getroffenen Aussagen.

Der Masterplan versteht sich nicht als Dokumentation eines abgeschlossenen Prozesses, sondern als „Werkstattbericht“ im eigentlichen Sinn. Es wird einerseits der Bearbeitungsprozess dokumentiert, andererseits jene Empfehlungen festgehalten, die sich aus den vorgenommenen Analysen, Gesprächen, Workshops und Sitzungen ableiten ließen und die geeignet erscheinen, Beiträge zur intendierten Belebung der Brucker Innenstadt zu leisten. In Hinblick auf die jeweiligen Problem- und Fragestellungen wie auch insbesondere die Ergebnisse laufender Diskussionsprozesse mit den örtlichen Stakeholdern sind die ggst. Empfehlungen unterschiedlich konkret. Während einzelne Empfehlungen unmittelbar umsetzbar sind, bedürfen andere strategisch zu verfolgende Ziele noch weiterführende Diskussions- und Abstimmungsprozesse auf Gemeindeebene bzw. mit den maßgeblichen Akteuren, Stakeholdern und Planungsbetroffenen.

In knapper Form dokumentierte Best practice Beispiele sollen es erleichtern, auf themenspezifischen Erfahrungen anderer Städte aufzusetzen und daraus zu lernen.

Der Masterplan Bruck an der Mur soll eine Handlungsanleitung sein, ohne dabei „belehrend“ zu sein. Er soll eine Hilfestellung und ein Handlungskatalysator für jene darstellen, die mit dem Thema Innenstadtbelebung tangiert sind und soll für die Gemeinverantwortlichen wie auch sonstige interessierte AkteurInnen eine Arbeitsgrundlage sein.

Das Bearbeitungsteam hat dabei versucht, Prozesse anzuregen, zu sensibilisieren und gegebenenfalls neue Sichtweisen einzubringen. Das Entwickeln nachhaltigerer Strategien bzw. deren Umsetzung kann dabei in der Regel nur durch die vor Ort Verantwortlichen erfolgen.

## 2 Einführung

### 2.1. Zukunftsperspektiven regionaler Ortskerne

Im antiken Griechenland war die Agora als zentraler Fest-, Versammlungs- und Marktplatz das kennzeichnende Merkmal einer Stadt. Sie war deren wichtigster Umschlagplatz für Waren, hier wurden Markttage abgehalten, aber auch Recht gesprochen. Im Stadtzentrum war sie der wichtigste Spielort der beginnenden Demokratie.

Diese Rolle als gesellschaftlicher, kultureller und ökonomischer Gemeindemittelpunkt kam zahlreichen Ortskernen in den letzten Jahrzehnten schleichend abhanden, wobei die Gründe hierfür vielfältig sind. Auf die grüne Wiese gesetzte Einkaufszentren bedingten Kaufkraftabwanderungen aus dem Stadtzentrum; die Leerstandsproblematik in den Erdgeschoßzonen vieler Städte zeugt davon. Zudem stellt eine erhöhte individuelle Mobilität den Einzelhandel wie auch Verbrauchermärkte zunehmend in überregionale Konkurrenzsituationen.

Das Ideal des Wohnens im Grünen führte zu verstärkter Neubautätigkeit an den Ortsrändern; die Ortskerne verloren zusehends ihre einstige Rolle als beste Wohnadressen einer Stadt. Junge Familien fanden günstigen Wohnraum in erster Linie in den Speckgürteln der Städte, selten in deren Zentren. Der Anteil älterer Menschen an der Wohnbevölkerung der Ortskerne wuchs überproportional und verstärkte die Effekte des laufenden demografischen Wandels.

Mit der Siedlungsentwicklung an den Ortsrandlagen wanderten vermehrt auch städtische und soziale Infrastrukturen aus Zentrumsanlagen an die Ortsperipherie. In Folge dieser Entwicklungen verloren viele Ortskerne zunehmend ihre Funktion als kommunikativer Mittelpunkt einer Gemeinde, an dem sich regelmäßige Alltagswege kreuzen, wo man sich bevorzugt trifft und aufhält. Immer weniger kumuliert das städtische Leben in den Ortszentren, wobei dieser Effekt in einer Zeit zunehmender Vereinzelung und Partikularisierung weitere Verstärkung erhält.

Die Identifikationsfunktion einer Stadt über seinen Stadtkern, sowohl für die GemeindebürgerInnen nach innen, als auch hinsichtlich der Außenwirkung für StadtbesucherInnen und TouristInnen, ging häufig – trotz imagerächtiger Bausubstanz und räumlich konzentriertem historischem Erbe – verloren.



Blickt man in die Zukunft, so ist die Einsicht über das Phänomen der tendenziellen Verödung der Ortskerne bereits der erste wichtige Schritt zu einem effektiven Gegensteuern, zur Entwicklung einer neuen Vision und zum Rückbesinnen auf die einstigen Werte eines lebendigen Ortskerns. Aus dem Blick in die Vergangenheit lässt sich leicht erkennen, welche Qualitäten in den letzten Jahrzehnten verloren gegangen sind.

Ein Fehler wäre es dabei aber zu glauben, die Uhr zurückdrehen zu können. Die Chance besteht vielmehr darin, vor dem Hintergrund aktueller Rahmenbedingungen, Entwicklungen und geänderter Bedürfnisstrukturen die „Agorafunktionen“ des Ortskerns neu zu definieren, die durch Verödung und Abwanderung entstandenen Lücken und Freiräume mit neuen Inhalten zu füllen, Möglichkeitsräume und Potenziale kreativ zu bespielen.

Im Ortskern darf Altes mit Neuem kreativ in Verbindung gesetzt werden, kann hinter historischen Gebäudefassaden junges Wohnen Platz finden, kann der neu möblierte Stadtplatz wieder zum identitätsstiftenden Treffpunkt werden, über Veranstaltungsprogramme ein breiteres Publikum angesprochen werden oder über geeignete Verkehrslösungen beliebte Flaniermeilen geschaffen werden.

Diese Zukunftsperspektiven, individuell und ortsspezifisch entwickelt, nach Möglichkeit breit getragen und kooperativ entwickelt, können am Beginn eines Prozesses stehen, der sicher seine Zeit bis zu ersten Erfolgen braucht, langen Atem verlangt, aber auch die Chance bietet, die Ortsmitte neu zu definieren und wieder zu beleben.

Blickt man nochmal zurück in die Vergangenheit unserer Städte, so waren die Stadt- und Ortskerne in der Regel einem steten (Struktur-)Wandel unterworfen und bildeten gesellschaftliche und ökonomische Veränderungen deutlich ab. Diese Wandelbarkeit und Veränderbarkeit ist nicht nur als Phänomen festzuhalten, sondern stellt ein wesentliches Potenzial dar, das die Hoffnung begründet, auch heute Weichenstellungen mit den gewünschten mittel- bis langfristigen Entwicklungen vornehmen zu können.

Voraussetzung für einen erfolgreichen Prozess zur Ortskernstärkung ist aber jedenfalls eine regionale, teils auch überregionale Sichtweise. Zu weitläufig sind die räumlich-funktionalen Vernetzungen, als dass man auf eine Einbindung örtlicher Entwicklungen in einen regionalen Kontext verzichten kann. Mobilitätsverhalten, Konsumgewohnheiten, aber auch Freizeitgewohnheiten und Kulturleben führen in der Regel weit über die Grenzen der eigenen Gemeinde hinaus.

Die gezielte, komplementäre Neupositionierung des Ortskerns mit seinen angedachten Funktionsschwerpunkten gilt es jedenfalls regional zu akkordieren, um die Ortskernbelebung nicht von vornherein zu einem Wettlauf mit den Nachbarorten werden zu lassen, der schlussendlich mehr Verlierer als Gewinner kennt.

Der Prozess der Ortskernbelebung verlangt aber nicht nur regionales Denken, eine komplexe Vorbereitung und die Einbeziehung kompetenter ExpertInnen, sondern insbesondere auch eine möglichst breite Einbindung der Planungsbetroffenen, der örtlichen Meinungsmultiplikatoren und Stakeholder. Kommunikation und Transparenz der Stadtentwicklung sollten ein wesentlicher Schlüssel zum Erfolg sein. Die Ortskernbelebung muss zum „gemeinsamen“ Anliegen werden.

In diesem Sinn eröffnen die aktuell erkannten und mittlerweile breit thematisierten Verödungstendenzen in den Ortskernbereichen zahlreicher Städte die Chance für gezielte Neupositionierungen, für neue Wege und Schritte, die schlussendlich wieder die Ortsmitte zu einer Agora des 21. Jahrhunderts werden lassen.

## 2.2. Stadt im Wandel

Im 20. Jahrhundert fand eine Beschleunigung des Urbanisierungsprozesses statt. Im Jahr 2008 lebten weltweit erstmals mehr Menschen in Städten als auf dem Land. In Europa liegt der sogenannte „Verstädterungsgrad“ (Anteil der städtischen Bevölkerung in Prozent an der Gesamtbevölkerung) gegenwärtig bei rund 75%. Dennoch zeigt sich, dass es vor allem größere Städte mit entsprechenden Infrastrukturausstattungen im Bereich Gewerbe, Industrie und Ausbildung sind, die von diesem Zuzug, vorwiegend auch aus ländlichen Regionen, profitieren. Mittel- und Kleinstädten dagegen droht gerade in strukturschwachen ländlichen Gebieten eine Peripherisierung, was - gepaart mit dem Trend zum Wohnen in Einfamilienhäusern auf der grünen Wiese und der Abwanderung - vor allem zu Lasten der Innenstädte geht. Aus der Kombination von wirtschaftlichen, demographischen und sozialen Problemlagen entstehen negativ wirksame Entwicklungsspiralen mit sich selbst verstärkenden Prozessen. Die Folgen davon finden ihren Ausdruck in zunehmenden Leerständen und im Rückgang der Versorgungsqualitäten. Durch die Filialisierung des Einzelhandels, dem zunehmenden Internetverkauf und dem Bedeutungsverlust traditionellen Handwerks ist die Angebotsvielfalt in den Innenstädten in den letzten Jahren geschrumpft. Die gleichzeitige Errichtung von Shoppingcentern auf der grünen Wiese mit ihrem umfassenden Sortiments- und Parkplatzangeboten hat zu einer Verschärfung dieser Situation geführt. Dies spiegelt auch das veränderte Mobilitätsverhalten wider. Durch die Trennung von Wohn-, Arbeits- und Freizeitorten ist es zu einer Zunahme an Mobilitätsanforderungen über die letzten Jahrzehnte gekommen. Der Besitz von PKWs hat zugenommen und mit der Angebotsreduktion im regionalen öffentlichen Verkehrssystem ist eine starke Abhängigkeit gegenüber dem motorisierten Individualverkehr entstanden. Gerade für junge und ältere Generationen ohne Auto bedeutet dies einen Verlust von Selbstbestimmungsmöglichkeiten.

Die demografische Entwicklung zeigt, dass Abwanderung aus ländlichen Gebieten sozial selektiv erfolgt: So sind es vor allem junge flexible Menschen, oft mit einer höheren Ausbildung, die abwandern und in größere Städte ziehen. Oft geschieht dies nach Abschluss einer höheren Schule. Das fehlende Angebot im tertiären Bildungsbereich bzw. am Sektor Arbeitsplätze im ländlichen Raum sind ein Faktor dafür. Eine Reduktion des Phänomens Abwanderung auf den Faktor Arbeitsplätze erscheint aber zu kurz gegriffen. In einem Beitrag zur gesellschaftlichen Vielfalt erörtert Luis Fidschuster die Bedeutung von „Diversität“ für die Entwicklung des ländlichen Raums. Ausgehend von dem Befund, dass die Bindung der Menschen an ländliche Regionen auch davon abhängt, inwieweit es gelingt, verschiedene Bevölkerungs- und Altersgruppen zu integrieren

und sozialen Ausschluss zu verhindern, fordert er, dass es „soziale Spielräume“ braucht, in denen BürgerInnen ihre Talente und Interessen entfalten und in die Entwicklung der örtlichen Gemeinschaften einbringen können. Solche Spielräume entstehen durch die Wertschätzung, Förderung und Nutzung der Vielfalt in einer Region. Gerade Frauen, Jugendliche, MigrantInnen und QuerdenkerInnen abseits des Mainstreams sind in Regionalentwicklungsprojekten oft unterrepräsentiert. Deswegen warnt Fidlschuster vor einer Überbetonung der regionalen Identität, die (zu) stark auf Traditionen und regionalen Besonderheiten basiert und regionsunabhängige, zeitgenössische (globale) Werte weitgehend ausblendet (Vgl. Fidlschuster, Gesellschaftliche Vielfalt, 2009, S. 20 – 22).

Zur Förderung von Diversität erhält Kunst und Kultur eine wesentliche Bedeutung. Entsprechend einer Studie im Auftrag der Europäischen Union, die der Frage nachgeht, welchen Beitrag Kultur für lokale und regionale Entwicklung leisten kann, werden folgende Aspekte genannt (vgl. Centre for Strategy & Evaluation Services, Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development - Evidence from the Structural Funds. 2010):

- Kultur kommt eine entscheidende Rolle zu, um die Regionen zu attraktivieren und die Lebens- und Arbeitsqualität zu steigern.
- Kulturelle Aktivitäten und Institutionen sind entscheidend für die infrastrukturelle Entwicklung der Regionen. Speziell ehemalige Industrieregionen können eine positive Entwicklung über den Faktor Kultur erlangen.
- Die Interaktion zwischen landschaftlichem und kulturellem Kapital ist speziell für den ländlichen Raum von besonderer Bedeutung. Das kulturelle Erbe spielt hierbei eine wesentliche Rolle.
- Kultur kann einen wesentlichen Beitrag für die Entwicklung eines nachhaltigen und hochqualitativen Tourismus spielen.

In den letzten Jahren hat die Verbindung von Kultur und Wirtschaft eine besondere Bedeutung erlangt. Deswegen erhält die sogenannte „Kreativwirtschaft“ immer mehr Beachtung. Mit der Strategie „Europa 2020“ hat die Europäische Union darauf reagiert und wird die Etablierung der Kreativwirtschaft mit den Mitteln des EU-Strukturfonds verstärkt fördern. Nicht nur Städte können eine Belebung und Neupositionierung durch eine Förderung der Kreativwirtschaft erlangen. Auch im ländlichen Raum kommt diesem Wirtschaftssegment zunehmende Bedeutung zu. So beschäftigt sich der fünfte österreichische Kreativwirtschaftsbericht speziell mit der Rolle der Kreativwirtschaft in den Regionen:

*„Wenngleich die Kreativwirtschaft nicht als Allheilmittel für jede strukturschwache Region verstanden werden darf, gibt es genügend Beispiele, bei denen die Integration der Kreativwirtschaft in nachhaltige Regionalentwicklungspläne das Wachstum und die Belebung der Wirtschaft einer Region unterstützt. Bei einer entsprechenden intelligenten Positionierung kann die Kreativwirtschaft darüber hinaus die USP („Unique Selling Proposition“) einer Region stärken bzw. helfen, einen gegebenenfalls erstrebten Imagewandel herbeizuführen. Die Kreativwirtschaft eröffnet des Weiteren durch attraktive Arbeitsplätze und die Möglichkeit zur Selbstständigkeit interessante Perspektiven für den Nachwuchs und hochqualifizierte Personen, wodurch der Abwanderung und dem Braindrain entgegengewirkt werden kann. Nicht zuletzt kann die Kreativwirtschaft durch ihre überdurchschnittliche Performance einen Beitrag zur Bewältigung von Krisen und dem Strukturwandel im regionalen Kontext leisten. Allgemein stellt sich für unsere Gesellschaft auch die Frage der ökologischen Nachhaltigkeit. Für eine zukunftsfähige Entwicklung wird immer wieder darauf verwiesen, dass ein nachhaltiges (Zusammen-)Leben nur in von baulicher Dichte geprägten Städten möglich ist.“*

(vgl. Bachinger K. et al., Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor, 2013).

Allgemein zeigt sich in den letzten Jahren in größeren Städten ein Trend zur Wiederansiedelung in den Innenstädten. Unter Berücksichtigung von Faktoren des demografischen Wandels und der Nachhaltigkeit ist zu überlegen, inwieweit auch Klein- und Mittelstädte von diesem Trend profitieren können. Studien zur Identifikation von „Wachstumsmotoren“ abseits von Metropolen zeigen, dass nicht Siedlungsstruktur und Bevölkerungsdichte die ausschlaggebenden Faktoren für Entwicklungsdynamiken sind. Vielmehr sind neben regionaler und lokaler Wirtschaftsstruktur und der Qualität von Infrastrukturen weiche Faktoren ausschlaggebend. Hierzu zählen Engagement von politischen Führungspersonen, Netzwerke zwischen Wirtschaft, Politik und Verwaltung und ein qualifiziertes Regional- bzw. Projektmanagement (vgl. Kühn/Weck, In: M. Bernt, H. Liebmann (Hrsg.), Peripherisierung, Stigmatisierung, Abhängigkeit?, 2013, S. 30). Dabei empfiehlt sich wiederum an Aspekte des demografischen Wandels und der Diversität im Sinne eines „Smart Governance“ anzuknüpfen.

Entscheidend für die künftige Entwicklung von Klein- und Mittelstädten wird natürlich deren finanzielle Situation sein. Gerade der Prozess der Abwanderung führt zu einer sich selbst verstärkenden negativen Spirale: Durch den Bevölkerungsverlust kommt es zu einem Rückgang von Mitteln aus dem interkommunalen Finanzausgleich. Dies führt zur Schwierigkeit der fehlenden Budgets, um neue Entwicklungsimpulse zu setzen. Insgesamt braucht es neuer, kreativer Herangehensweisen für die Entwicklung unserer Städte der Zukunft. Dabei müssen die Handlungsfelder und Herausforderungen als Querschnittsmaterie bearbeitet

werden. Nachhaltigkeit kann als Motor für Innovation zur Etablierung neuer Lösungen gesehen werden, um das Zusammenleben positiv zu fördern. Der Beteiligung von Menschen an Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen kommt dabei eine entscheidende Rolle zu.

Wir befinden uns gegenwärtig am Übergang vom Industrie- in das Wissenszeitalter. Neue Medien und das Internet haben unsere Gesellschaft in den letzten 20 Jahren fundamental verändert. Deswegen bedarf es vorwärts gerichteter Perspektiven, wie Städte diesen Wandel bestmöglich für sich nutzen können.

Folgende generelle Empfehlungen sind daraus abzuleiten:

- Etablierung einer „Kultur des Wandels“  
Aufbauend auf der Erkenntnis, dass fundamentale Veränderungen in unserer Gesellschaft stattgefunden haben, braucht es integrierte Vorgehensweisen im Umgang mit diesen neuen Herausforderungen. Wesentlich hierfür ist der Faktor Zeit: Ein kommunaler bzw. regionaler Veränderungsprozess muss als solcher gestaltet werden und eine „Kultur des Wandels“ nimmt zumeist mehrere Jahre in Anspruch.
- Perspektivenwechsel nach „Innen“  
Mit der Ausdünnung historischer Stadtkerne und Ortszentren geht oft der Verlust des „Zentrums“ einer Kommune und Gemeinschaft einher. Durch eine neue, partizipative Belebung der Innenstädte erhalten Gemeinschaft und Solidarität eine neue Bedeutung. Durch ein „Zusammenrücken“ im Zentrum werden neue Energien für die Gestaltung des Wandels frei.
- Faktor „Kultur“: Schaffung neuer Spielräume  
Gerade über den Faktor „Kultur“ können Spielräume geschaffen werden, in denen Menschen die Möglichkeit einer neuen Teilhabe erhalten. Innerhalb solcher Räume können Innovation und Zusammenhalt für die notwendigen Veränderungen entstehen.

## 3 Herangehensweise

### 3.1. Arbeitsprozess

Folgende Arbeitsmethoden und Informations- bzw. Austauschformate bildeten die Grundlage für den ggst. Masterplan:

- Grundlagenrecherchen und –auswertung (örtliche Raumordnung, statistische Daten zu Demographie, Wirtschaftsentwicklung u.a., relevante Studien, Zielkonzepte u.a.)
- Ortsbegehungen / Beobachtungen / Fotodokumentation (wiederholte Begehungen der Innenstadt von Bruck an der Mur einschließlich der Nacht- und Abendstunden)
- Gespräche / Interviews / Treffen (Gespräche mit Jugendlichen, Wirtschaftstreibenden, ImmobilienbesitzerInnen, GastronomInnen, PassantInnen usw.)
- Arbeitsgespräche mit Gemeindeverantwortlichen
- Steuerungsgruppensitzungen (unter Beteiligung von AuftraggebervertreterInnen, der Bürgermeister der drei Pilotstädte, des gesamten Projektteams)
- Teambesprechungen (Projektteam)
- Telefoninterviews
- Plattformtreffen (Leerstandsmanagement)
- Örtlicher Aktionstag (Schulprogramm, Workshop/Begehung öffentlicher Raum mit Jugendlichen, Besichtigung ausgewählter Leerstandsobjekte / Besichtigung Immobilienprojekte) gemeinsam mit ImmobilienentwicklerInnen)

### 3.2. Vorleistungen und Rahmenbedingungen

Eine erste Erkenntnis im Rahmen des Arbeitsprozesses war, dass Bruck an der Mur in den letzten Jahren – im Vergleich zu anderen österreichischen Städten – in einem hohen Maß initiativ war und zu kaum einem Themenfeld mit Relevanz für die Situation im Innenstadtbereich keine Vorarbeiten und -leistungen vorlagen.

Insbesondere zur Stärkung des Brucker Einzelhandels wurden Strukturuntersuchungen durchgeführt und darauf eine „neue Kernstrategie des Brucker Einzelhandels“ (CIMA) aufgebaut. Aber auch zu den Themen Stadtmarketing und Veranstaltungswesen konnte auf vorliegende Konzepte aufgesetzt werden.

Eine wichtige Grundlage stellte zudem auch die Zusammenfassung und Kritik der Standortstudie Obersteiermark Ost 2013+ des Instituts für Wirtschafts- und Standortentwicklung (IWS) an der WKO Steiermark der Bruck-Oberaich Wirtschaftsentwicklung GmbH dar.

Daneben gibt es am Raumordnungssektor das Stadtentwicklungskonzept Bruck an der Mur 4.0 idF 4.01 die Entwicklungsabsichten der Stadtgemeinde wieder sowie auch das vorliegende Kleinregionale Entwicklungskonzept eine wertvolle Grundlage zum Verständnis überörtlicher Zusammenhänge darstellt.



## 4 Kurzcharakteristik und Schwerpunktthemen

### 4.1. Demografische Trends

Im Folgenden werden die wesentlichen demografischen Trends beschrieben. Diese Faktoren bestimmen, welche Zukunftspfade für die Entwicklung der Regionen und Städte in Österreich gegeben sein werden (vgl. Rosegger et. al. Energieeinsparung durch Siedlungskonzentration. Forschungsarbeit im Rahmen des Zukunftsfonds Steiermark, 2011).

#### Bevölkerungsentwicklung in Österreich

Die aktuelle Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Österreich wurde von der ÖROK im August 2010 fertiggestellt. Der Endbericht beschäftigt sich mit der „Kleinräumigen Bevölkerungsprognose für Österreich 2010 – 2030 mit Ausblick auf 2050“. (ÖROK 2010, S. 11-16)

Zusammenfassend kann die Aussage getroffen werden, dass die österreichische Bevölkerung in Zukunft wachsen wird. Hauptverantwortlich für das Wachstum ist die internationale Zuwanderung nach Österreich. Die Geburtenbilanz bleibt vorübergehend ausgeglichen, wird aber in Zukunft ein Defizit aufweisen, d.h. es wird mehr Sterbefälle als Geburten innerhalb von Österreich geben. Aufgrund der geburtenstarken Jahre der 1950er und 1960er Jahre kommt es in Zukunft zu einer zunehmenden Überalterung der Gesellschaft.

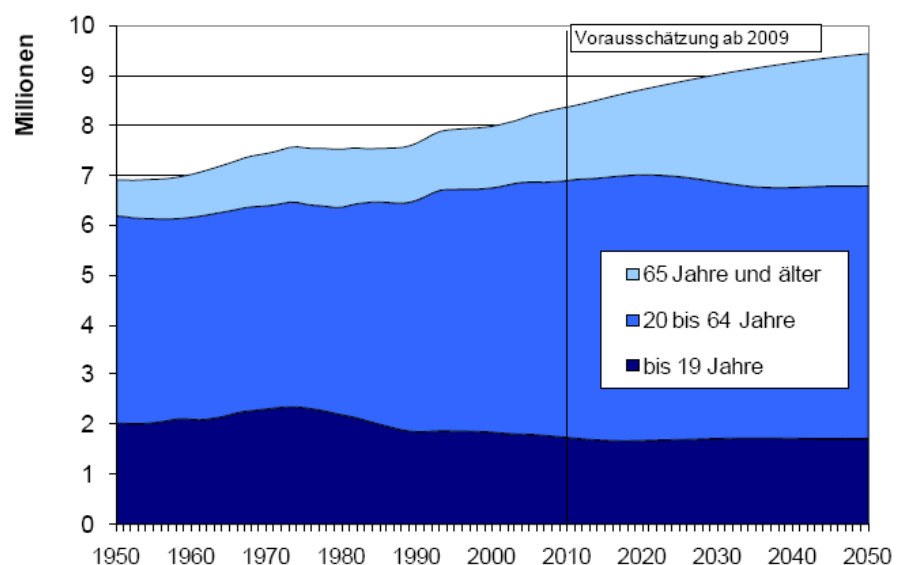


Abb. Bevölkerungsentwicklung 1951 – 2050 nach breiten Altersgruppen (Quelle: ÖROK 2010)

Die Entwicklung der Bevölkerung in Österreich weist große regionale Unterschiede auf, sowohl auf der Ebene der Bundesländer, als auch auf regionaler Ebene

### Wachsende Regionen

Auf gesamtösterreichischer Ebene wird die Bevölkerung bis 2030 wachsen. Die stärksten Zuwächse wird es in den nächsten Jahren in den großen Städten bzw. rund um die Städte, in den sogenannten Speckgürteln, geben. Am stärksten profitiert der Großraum Wien: Wiener Umland-Nord, Wiener Umland-Süd bis in das nördliche Burgenland. Bis 2030 wird es ein Wachstum von +14% geben. Für die Stadt Wien wird ein Wachstum von 13% prognostiziert. Weiters wird die Region um Graz an Bevölkerung gewinnen. Vorausgesagt wird ein Plus von 15% (vgl. ÖKOK 2010).

Weitere Wachstumsregionen in Österreich sind: Rheintal-Bodensee, Linz-Wels, Innsbruck und St. Pölten. Auf Bezirksebene ist der größte Zuwachs im Bezirk Schwechat mit 28% bis 2030 zu erwarten - 23% im Bezirk Gänserndorf und Wien-Umgebung und 22% im Bezirk Baden.

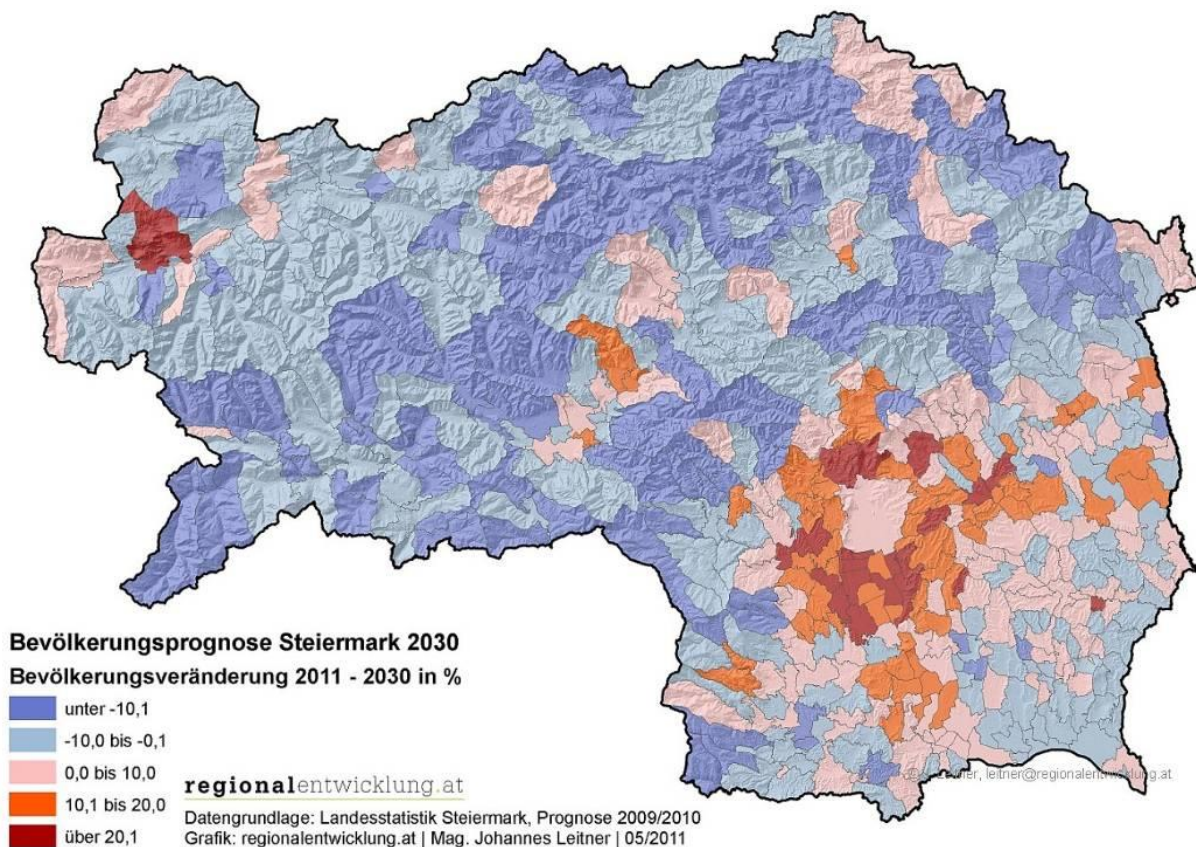


Abb. Bevölkerungsprognose für die Steiermark bis 2030 (Quelle: Regonalentwicklung.at)

### Schrumpfende Regionen

Kärnten wird das einzige Bundesland sein, welches bis 2030 an Bevölkerung verliert.

Auf Basis der NUTS 3-Ebene werden laut Prognose die östliche und westliche Obersteiermark den stärksten Bevölkerungsrückgang aufweisen – ein Trend der bereits in der Vergangenheit zu beobachten war. Ein Bevölkerungsverlust von durchschnittlich 8%, mit starken kleinregionalen Abweichungen, wird in dieser Region bis zum Jahr 2030 prognostiziert.

Sehr oft sind es hier wiederum junge und mobile Menschen, die sich zu einer Abwanderung aus peripheren ländlichen Gebieten entschließen. Gründe dafür sind oft in mangelnden Arbeitsplatzangeboten und Kinderbetreuungseinrichtungen wie auch im allgemeinen soziokulturellen Klima zu finden. Die Auswirkung dieser Wanderungen sind, dass der demografische Wandel verstärkt wird, finanzielle Mittel der Gemeinden sich zunehmend verknappen, sozialer Zusammenhalt erodiert und immer mehr Bausubstanz von Leerstand betroffen ist. Prognosen zeigen, dass der Bevölkerungsrückgang im ländlichen Raum, und hier vor allem in der Obersteiermark, weitergehen wird.

Wie in den vergangenen Jahren, wird besonders die Mur-/ Mürzfurche weiterhin einen deutlichen Bevölkerungsrückgang aufweisen.

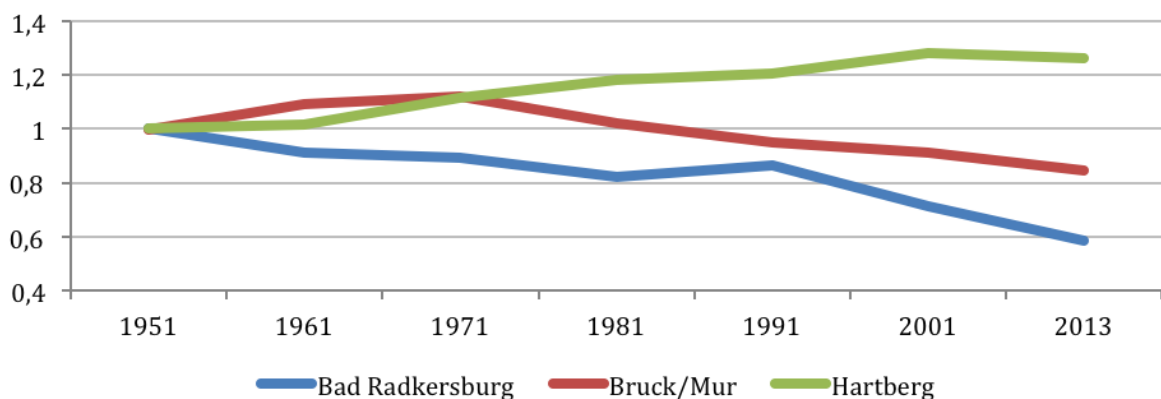


Abb.: Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung im Vergleich (Index = 1951), Quelle: Statistik.at

## Veränderung der Altersstruktur der Bevölkerung

Der Anteil der Kinder und Jugendlichen bis 19 Jahren steigt in den demographisch wachsenden Speckgürteln (Großraum Wien, Region um Graz).

Regionen mit starkem Bevölkerungsrückgang werden in Zukunft einen Rückgang der Kinder und Jugendlichen bis 19 Jahren zu verzeichnen haben (bis -26% im Salzburger Lungau; in den Regionen westliche Obersteiermark, Osttirol und Oberkärnten bis -24%.)

Dieser Trend setzt sich bei den 20- bis 64-Jährigen fort.

Die Umlandregionen der großen Städte werden durch Zuwanderung an Bevölkerung im erwerbstätigen Alter gewinnen.

Für die Obersteiermark wird ein Rückgang der Erwerbsbevölkerung durch Abwanderung um durchschnittlich 13% prognostiziert. Diese Entwicklung wird mit Veränderungen am Arbeitsmarkt einhergehen. Eine starke Zunahme gibt es bei der Gruppe der Menschen im Pensionsalter.

In diesem Sinn sind umfassende Maßnahmen gefordert, um mit den räumlichen Auswirkungen der demografischen Entwicklung umzugehen. So schreibt beispielsweise treffend die Kleine Zeitung:

*„Die Tendenz der innerösterreichischen Wanderungsbewegung kennt man. Aufzuhalten oder umzudrehen ist sie nicht. Es genügt nicht, dies zu beklagen. Alle Entscheidungsebenen sind gefordert, gemeinsam die Folgen der Landflucht abzumildern.“*

(Vgl. Kleine Zeitung, Städte und „Speckgürtel“, 20.01.2014).

Das Land Steiermark erarbeitet im Projekt „Strategie zur demografischen Entwicklung der steirischen Regionen“ (DEMOREG) Ziele und Maßnahmen zur Bewältigung der Folgen der demografischen Entwicklung auf Basis des Landesentwicklungsleitbildes von 2013.

## Reagieren auf demografische Trends

Demografische Entwicklungen besitzen einen langen zeitlichen Wirkungszeitraum. Wir müssen als Gesellschaft akzeptieren, dass wir „weniger“, „älter“ und „bunter“ werden. Nur durch die Kombination aus der Integration unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen, Schaffung von Arbeitsplätzen in resilienten Branchen und Stärkung von Ortszentren kann dieser Wandel gestaltet werden.

Entgegen einer lediglich Bürgerbeteiligung bei Planungsvorhaben braucht es eine neue Kultur der Beteiligung. Für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen (Jugendliche, Selbständige und Gewerbetreibende, SeniorInnen, MigrantInnen) müssen Räume und Formate geschaffen werden, innerhalb der eine Teilhabe möglich wird. Dies gelingt zumeist mit konkreten Umsetzungsarbeiten und Gestaltungsaufgaben.

Durch eine Stärkung der Beteiligung wird es möglich, die Eigenverantwortlichkeit in unserer Gesellschaft wieder zu forcieren. Unterschiedliche Gruppen von Menschen übernehmen gerne wieder Verantwortung, wenn dies mit der Erhöhung einer Lebensqualität einhergeht.

Im Folgenden werden zwei Best practice Beispiele genannt, die einen konsequenten Prozess als Reaktion auf die sich verändernde Bevölkerungsstruktur eingeleitet haben. Diese Beispiele können aber nur als Hinweis auf die vielfältigen Möglichkeiten von Anpassungsstrategien dienen. Jede Kommune ist gefordert, ausgehend von einer Analyse der demografischen Situation, eigene Entwicklungspfade einzuschlagen. Wesentlich erscheint dabei, eine konsequente Akzeptanz der sich abbildenden Veränderungen.

### **Herausforderung “Überalterung”: barrierefreie Innenstadt in Weiden**

Die Stadt Weiden im deutschen Oberpfalz, Landkreis Weiden, hat sich zur Aufgabe gesetzt, die Innenstadt für alle Menschen zugänglich und erlebbar zu machen. In diesem Sinne wurde eine Untersuchung hinsichtlich einer barrierefreien Innenstadt beauftragt. Durch die Erkenntnisse der Studie sollen Mängel bei den Belägen, Einschränkungen der Erreichbarkeit, Gefahrenstellen und Ähnliches erfasst werden. Darauf aufbauend werden Vorschläge für eine umfassende Barrierefreiheit erarbeitet. (Vgl. Oberste Baubehörde im Bayrischen Staatsministerium des Innern, Handlungsfeld Städtebauförderung, 2013 )

Diese Maßnahme stellt einen wichtigen Schritt zum besseren Umgang mit einer alternden Gesellschaft im Zusammenhang mit der Stärkung von Innenstädten dar. An dieser Stelle sind auch die Projekte zum barrierefreien Marktplatz der Stadt Tirschenreuth, zum barrierefreien öffentlichen Raum der Stadt Mittenwald sowie die Neugestaltung des Marktplatzes „Barrierefreier öffentlicher Raum für alle“ der Stadt Altdorf bei Nürnberg zu nennen.

### **Herausforderung Bevölkerungsrückgang: Rostfest in Eisenerz**

Die Stadt Eisenerz ist ein Extrembeispiel für Bevölkerungsrückgang, welches international bekannt ist. Die Gemeinde Eisenerz wird als der „Spitzenreiter“ hinsichtlich des demografischen Wandels mit einhergehendem Bevölkerungsrückgang gesehen: Geburtenrückgang, Bevölkerungsabwanderung und Alterung der Gesellschaft. Der Altersdurchschnitt ist in Eisenerz mit 54 Jahren der höchste aller österreichischen Gemein-

den. Als im 19. Jahrhundert die Industrialisierung voll eingesetzt hatte, erlebte das Eisenwesen in der Obersteiermark einen enormen Aufschwung, welcher bis in die 1960er Jahre anhielt. In den 50er-Jahren waren rund 13.000 EinwohnerInnen in Eisenerz sesshaft (im 2. WK sogar 17.000 aufgrund von Arbeitslagern). Bereits in den 1970er Jahren, als der Rückgang der Stahlindustrie eintrat, kam es kontinuierlich zu einem Bevölkerungsverlust, es waren weniger Arbeitsplätze vorhanden und die Bevölkerung siedelte ab. Nach der Schließung des Untertagebaus im Jahr 1986 konnte der Bevölkerungsrückgang nicht mehr gestoppt werden. 2011 waren es nur mehr knapp 5.000 (und zwar: 4.951) EinwohnerInnen. Seit 1981 hat die Bevölkerung um 45% abgenommen.

In Eisenerz wurde unter anderem versucht, mit einem Rückbau der Stadt in peripheren Lagen (samt Umsiedlung von EinwohnerInnen) und einer Stärkung des Zentrums der Stadt (unter Einbindung verschiedener relevanter AkteurInnen), den negativen Folgen einer nicht aufhaltbaren Bevölkerungsveränderung entgegenzuwirken. Seit dem Jahr 2012 findet jährlich das Festival Rostfest statt, welches die Stadtgemeinde über einen bestimmten Zeitraum über verschiedenste Formate belebt (vgl. Nussmüller/Pichler/Rosegger, Wohnungsmarkt in schrumpfenden Städten: „re-design Eisenerz“, Erstellung eines Maßnahmenkataloges zur Verbesserung der Wohnsituation in Eisenerz, 2006).

In diesem Sinn hat sich auch Bruck an der Mur den Themen Abwanderung, tendenzieller Überalterung und Rückgang der Erwerbsbevölkerung zu stellen.

Die im Folgenden angesprochenen strategischen Ansätze zur Innenstadtbelebung sind nicht zuletzt auch als mögliche Antworten auf die laufenden demografischen Entwicklungen zu sehen.

## 4.2. Soziale Trends

Über die letzten Jahrzehnte haben die Trends der Individualisierung, der Suburbanisierung sowie der Motorisierung unsere Städte geprägt. Für die Zukunft erscheint wesentlich, wieder andere Qualitäten des städtischen Lebens in den Vordergrund zu rücken und neue gesellschaftliche Trends in der Entwicklung unserer Städte zu berücksichtigen. Eine solche Vorgehensweise kann als inklusive Stadtentwicklung bezeichnet werden.

Detlef Baum schreibt im Vorwort seines Buches „Die Stadt der sozialen Arbeit“ (vgl. Baum: Die Stadt in der Sozialen Arbeit, 2007. S. 12):

*„Wenn eine Stadt [...] nicht nur aus Straßen, Plätzen, Märkten und Gebäuden besteht, sondern auch aus Menschen, die in ihr im Kontext dieser Plätze, Märkte, Gebäude ihr Leben deuten, ihre Lebensentwürfe planen, ihre Wertvorstellungen entwickeln und Erwartungen haben, dann kann sich eine urbane Lebensweise nur aus der Dialektik der objektiv vorhandenen Strukturen einerseits und ihrer Deutung, Wahrnehmung und „Aneignung“ durch die in ihr handelnden Akteure andererseits entwickeln.“*

Für die Entwicklung der Innenstädte scheint vor allem der neue Trend hin zur Gemeinschaft und zum „sharing“ interessant. Dieser zeigt sich in neuen gemeinschaftlichen Wohnformen, kollaborativen Arbeitsweisen sowie Tauschen und Teilen als Alternative zur herkömmlichen Konsumkultur.

In Österreich war die „Sargfabrik“ in Wien eines der ersten alternativen Wohnmodelle, in dem die Gemeinschaft und die gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen einen besonderen Stellenwert eingenommen haben.

Mittlerweile finden sich in den Städten, und hier vor allem in Wien, immer mehr Modelle gemeinschaftlichen Wohnens (vgl. Der Standard, Wohnsymposion „ALLEIN ODER IN DER WG“, 18. 10. 2012). International werden solche Formen des Wohnens unter dem Begriff „Cohousing“ thematisiert. Entstanden ist dieser Trend in den 1960er Jahren. Cohousing-Modelle sind durch die Mischung von privaten und gemeinschaftlichen Räumen geprägt. Mittlerweile haben diese Wohnformen nichts mehr mit Hippies und Flower-Power zu tun. Viel mehr sind solche Modelle bereits interessant für Wohnbauträger im Zuge der Erweiterung ihres Angebotsportfolios.

Weiters boomen in den letzten Jahren Gemeinschaftsbüros. Durch die rasante Zunahme von FreiberuflerInnen, Einpersonenerunternehmen (EPU) und Kleinstunternehmen haben sich neue Formen des Zusam-



menarbeitens etabliert. In den letzten Jahren entstanden so zahlreiche Co-Working-Spaces, die sich in den Städten sehr oft in ehemaligen Gewerbeobjekten in Erdgeschosszonen inspirierender Stadtteile ansiedeln. Die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Infrastrukturen, sowie der soziale Austausch und die Inspiration innerhalb sozialer Netzwerke stehen hierbei im Vordergrund.

Nicht zuletzt sei bei diesem Trend auf die Bedeutung für den Bereich der Nachhaltigkeit verwiesen: Wenn die Nutzung gegenüber dem Besitz zunehmend in den Vordergrund tritt, ist dies ein wesentlicher Beitrag im Sinne der Ressourceneffizienz (vgl. EU2020 Strategie). Darauf aufbauend schließen Überlegungen zur Etablierung von Kreislaufwirtschaftssystemen an.

### **Trend kollaborativer Konsum- und Gemeinschaftsinitiativen**

Dies bedeutet, dass es KonsumentInnen immer weniger darum geht, Produkte zu besitzen, sondern sie wollen zunehmend einfach nur eine bestimmte Leistung konsumieren. Teilen und Leihen wurden so zu einem neuen Trend. Kleidertauschpartys, Carsharing und beispielweise Couchsurfing sind Ausformungen dieses Trends.

Aber auch der anhaltende Trend, vor allem in Städten Gemeinschaftsgärten zu errichten, verdeutlicht die Kombination der dahintersteckenden Phänomene:

- steigendes ökologisches Bewusstsein bei bestimmten Milieus
- Teilen und Teilhabe als Ausdruck einer Trendkultur

Insgesamt zeigt sich so ein gestiegenes Interesse an neuen sozial-ökologischen, zukunftsfähigen Experimenten im Urbanen als auch in kleineren Städten im ländlichen Raum.

Auch für Bruck an der Mur und die Bemühungen zur Belebung der Innenstadt gilt es, diese sozialen Trends als Chance zu sehen, etwa im Zusammenhang mit der Wiederbelebung leer stehender Geschäftslokale oder darauf reagierender Dienstleistungs- oder Vermittlungsangebote der Stadtgemeinde.



## Beispiel integriertes Stadtentwicklungskonzept ExWoST

Im Folgenden wird anhand eines Pilotprojekts im deutschen Oberfranken Selb, Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge, ein integriertes Stadtentwicklungskonzept dargestellt, um einen möglichen Ansatz im Umgang mit unterschiedlichen Herausforderungen der Stadtentwicklung aufzuzeigen.

Die Stadt Selb war seit Mitte des 19. Jahrhunderts mit der Porzellanindustrie verbunden. Mit der Absatzkrise in den 90er Jahren des 20. Jahrhunderts erlebte Selb einen Umschwung in der Stadtentwicklung. In einem Zeitraum von nur sechs Jahren verringerte sich die Beschäftigtenzahl um knapp ein Fünftel (19%), die Stadt verzeichnete einen Verlust von 9% ihrer EinwohnerInnen. Die Arbeitslosigkeit lag bei ca. 12% und die Bevölkerung alterte: 42% der Einwohner sind über 50 Jahre alt. In Selb herrschen große Industriebrachen vor. Der Verlust an EinwohnerInnen hat zu hohen Leerständen im Mietwohnungsbestand der Stadt geführt. So weisen der städtische Bauverein und die städtische Wohnungsbaugesellschaft 2002 ca. 10% bzw. 14% Leerstand auf. Zusätzlich stellt die geographische Randlage eine Herausforderung dar. (Vgl. Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern, Handlungsfeld Städtebau und Städtebauförderung – Best Practice Beispiele, 2013)

Im Jahr 2003 gab die Stadt Selb ein integriertes Stadtentwicklungskonzept in Auftrag, welches die Kernstadt sowie Ortsteile umfasste. Der Prozess startete mit weitreichenden Recherchen, einer intensiven Auseinandersetzung mit AkteurInnen sowie einer umfangreichen Information der Bevölkerung.

Ein Jahr später umfasste das Ergebnis des Konzeptes einen Handlungsleitfaden zur Entscheidungshilfe. Besonders an dem Konzept war, dass der Stadtumbauprozess durch konkrete sogenannte Impulsprojekte implementiert und ganz konkret angestoßen sowie räumlich umgesetzt wurde, wobei wichtige Informationen und Hinweise aus Beteiligungsverfahren mit Stadtrat und BürgerInnen kamen. Bei den Impulsprojekten lag der Fokus auf den (Zwischen-)Nutzungskonzepten für Industriebrachen, der Aufwertung des öffentlichen Raumes sowie auf Bedarfsanpassungskonzepten hinsichtlich des Wohnungsüberangebotes. Weiters gab es einen BürgerInnenwettbewerb zur aktiven und kreativen Auseinandersetzung mit einer Brachfläche der Stadt.

## Mögliche strategische Ansätze

Integrierte Stadtentwicklung braucht transdisziplinäre Herangehensweisen und beruht neben den ökonomischen Faktoren vor allem auf einer erfolgreichen Aktivierung des sozialen Kapitals.

- Vernetzungsarbeit

In allen Gemeinden und Städten gibt es eine Vielzahl von Menschen, die über innovative Ideen verfügen. Durch eine Vernetzung dieser AkteurInnen kann soziales Kapital generiert werden, welches als Ressource für die Transformation hin zu einer zukunftsfähigen Innenstadt zur Verfügung steht.

- Etablierung von „Räumen des Teilens“

Der Trend zur Tauschwirtschaft bietet die Möglichkeit, neue nachhaltige Strukturen zu etablieren. Dieser Trend umfasst die Arbeitswelten, Produktion, Unterstützungen im Privatbereich bis hin zu neuen Formen der Mobilität. Gerade leerstehende Lokale in Innenstädten können als Ressource dienen, um zu einer weiteren Verbreitung dieser Praktiken beizutragen und darauf aufbauend neue Geschäftsmodelle für die Zukunft zu entwickeln.

Es hat sich im Zuge der Gespräche mit verschiedensten Stakeholder in Bruck an der Mur deutlich gezeigt, dass hier eine Vielzahl an initiativen Menschen leben und arbeiten, die über eine verstärkte Vernetzungsarbeit in der Umsetzung für das Stadtleben relevanter Vorhaben zu unterstützen sind. So manche Idee würde als gemeinschaftlich getragenes Anliegen bessere Chancen auf konkrete Umsetzung erlangen. Kommunikationsplattformen und Ideenbörsen mit niederschwelligem Zugang könnten diese Vernetzungsarbeit unterstützen.

### 4.3. Schwerpunktthemen

Ab Juli 2013 wurde regelmäßig die Stadt Bruck an der Mur besucht, zahlreiche Gespräche mit Gemeindevertretern, mit VertreterInnen der Wirtschaftskammer, von Jugendorganisationen, des Gastgewerbes, der Kunst- und Kulturszene etc geführt und vor allem auch mit vielen Bürgerinnen und Bürgern diskutiert.

Relativ rasch haben die GesprächspartnerInnen ein Bild von Bruck an der Mur gezeichnet, das aufgrund der Recherche- und Analysetätigkeiten bestätigt werden konnte. Parallel dazu erfolgte die Evaluierung bereits bestehender Konzepte und Programme.

Iterativ wurden jene Schwerpunktthemen herausgearbeitet, die vorrangig das Leben in den Innenstadtbereichen Bruck an der Murs bestimmen und die es in den Mittelpunkt weiterführender Überlegungen zu stellen galt. Die Problemsicht wurde mehrmals mit Vertretern der Stadtgemeinde bzw. im Rahmen eines Steuerungsgremiums, dem neben VertreterInnen des Städtebundes, der Wirtschaftskammer und des Amts der Steiermärkischen Landesregierung die Bürgermeister der drei Pilotstädte Hartberg, Bad Radkersburg und Bruck an der Mur sowie weitere Gemeinderepräsentanten angehörten.

## HANDLUNGSFELDER / STÄDTE

**sixpack | +**

Alles in einem Paket.

balloon | BSX | Land in Sicht | ÖAR | scan | ZIS6P | Büro Dr. Paula

	BAD RADKERSBURG	BRUCK a.d. MUR	HARTBERG
WOHNEN	X	X	X
ÖFFENTL. RAUM	X	X	X
VERKEHR	X	X	X
LEERSTÄNDE	X	X	X
JUGEND & GENERATIONEN	X	X	X
POSITIONIERUNG & MARKETING	X	X	X

### **Handlungsfeld Leerstände**

Nicht zuletzt aufgrund des Umstands, dass das Weichbild der Brucker Innenstadt in einzelnen Straßenzügen maßgeblich durch prominent einsehbare, leer stehende Erdgeschoßlokale geprägt wird, stellte das Handlungsfeld Leerstände als vorrangig zu behandelndes Thema von vornherein nicht in Frage.

### **Handlungsfeld Jugend & Generationen**

Bereits bei der ersten Stadtbegehung überraschten die Brucker Jugendlichen mit unmissverständlich negativen Werturteilen über die Angebote von Bruck an der Mur für Jugendliche und die Jugendkultur in der Stadt. Dieses Meinungsbild wurde auch bei den folgenden Ortsterminen bestätigt, sodass es auf der Hand lag, zu hinterfragen, warum nahezu einhellig Bruck an der Mur ein „jugendfreundliches Image“ abgesprochen wurde.

### **Handlungsfeld Öffentlicher Raum**

Abseits des Hauptplatzes waren es insbesondere die ungenutzten Potenziale zur Aufwertung des Öffentlichen Raumes (etwa im Bereich der Schiffländ) aber auch das Wissen über die Bedeutung des Bilds und der Funktionen des öffentlichen Raums für das Stadtimage und –leben, die dieses Handlungsfeld in den Fokus stellten.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Arbeit zu o.a. priorisierten Handlungsfeldern dargestellt, aber auch weiterführende kursorische Aussagen zu den übrigen innenstadtrelevanten Themenbereichen (Verkehr, Wohnen, Positionierung & Marketing) dokumentiert.

## 5 Handlungsfeld Leerstände

Das Thema Leerstände steht maßgeblich mit den Entwicklungen am Wirtschafts-, Gewerbe- und Handelssektor in Zusammenhang. Aus diesem Grund gilt es die diesbezügliche Situation wie auch relevante Trends und Entwicklungen vorab anzusprechen.

### 5.1. Wirtschaft, Gewerbe und Handel

Gemäß Bezirksprofil (WIBIS, Bezirksprofil Bruck an der Mur, August 2012) lässt sich die Situation im Bezirk Bruck an der Mur wie folgt charakterisieren:

Das Gründungsgeschehen im Bezirk Bruck an der Mur ist unterdurchschnittlich. So wurden im Jahr 2011 mit 191 Unternehmen 3,1 Neugründungen je 1.000 Einwohner gezählt. Steiermarkweit wurden 3,9 Neugründungen je 1.000 Einwohner registriert. Ohne Berücksichtigung der selbstständigen Personenbetreuer weist Bruck an der Mur mit 147 Neugründungen eine Gründungsintensität von 2,4 Gründungen je 1.000 Einwohner auf (Steiermark: 2,9). Die Gründungszahlen stagnieren.

Im Jahr 2011 waren 21.300 unselbstständig Beschäftigte in Bruck an der Mur tätig. Die Wirtschaftsstruktur ist, wie in allen Bezirken der Mur-Mürz-Furche, klar vom Produktionssektor geprägt, welchem 44,0 % aller Beschäftigungsverhältnisse zugerechnet werden können (Steiermark: 30,3 %).

Der Dienstleistungssektor ist mit 55,0 % der Beschäftigten klar unterrepräsentiert (Steiermark: 68,7 %). Die Wirtschaftsstruktur ist von Groß- und Mittelbetrieben geprägt. 40,3 % der in Bruck an der Mur Beschäftigten sind Großbetrieben (ab 250 Beschäftigten), 25,9 % Mittelbetrieben (50-249 Beschäftigte) zuzurechnen.

Die Arbeitslosenquote ist neben Leibnitz mit 7,2 % (2011) die höchste aller steirischen Bezirke (Steiermark 6,4 %). Die Arbeitslosenquote der Frauen (7,3 %) ist im Industriebezirk Bruck an der Mur ebenfalls die höchste in der Steiermark (6,1 %). Die Arbeitslosenquote der Männer beträgt 7,0 % (Rang 12 von 15, Steiermark: 6,6 %). Die Saisonalität in der Arbeitslosenquote ist gering. Einer Winterarbeitslosigkeit von 9,2 % im Jänner 2011 steht eine Sommerarbeitslosigkeit von 6,1 % im Mai und Juni 2011 gegenüber.

Wirtschaft, Gewerbe und Handelsstruktur einer Stadtgemeinde bilden sich maßgeblich im städtischen Leben, in der kommunalen Finanzlage und nicht zuletzt auch im Bild der Innenstadtbereiche ab. Leer stehende Geschäftslokale in innerstädtischen Straßenräumen, das Kaufkraftvolumen der Bevölkerung und die Beschäftigungssituation sind Indikatoren der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bzw. deren Entwicklungen. Erklärungsmuster hierfür findet man aber selten auf lokaler Ebene, sondern sind auf regionaler und überregionaler Ebene zu suchen.

Betrachtet man die wirtschaftlichen Entwicklungen in der Steiermark, so sind diese – wie auch in den anderen österreichischen Bundesländern – noch maßgeblich durch die Folgen der Wirtschaftskrise 2007 geprägt:

*„Insgesamt sieht man, dass die steirischen Regionen sich im betrachteten Zeitraum 1995 bis 2011 trotz Wirtschaftskrise dynamisch entwickelt haben und teilweise ein Auf- bzw. Überholprozess im bundesweiten Regionsvergleich im Gange ist. Dies gilt besonders für die ländliche Ost- sowie die West- und Südsteiermark, die beide deutlich über dem Bundesschnitt gewachsen sind, während jedoch die Obersteiermark durch die Wirtschaftskrise seit 2007 deutlich an Terrain verloren hat. Weitaus am bedeutendsten für die Steiermark mit 43% der Wirtschaftsleistung ist aber der Großraum Graz, der 3. größte Wirtschaftsraum Österreichs mit dem 7. höchsten Bruttoregionalprodukt je Einwohner. Zwar befinden sich die restlichen 5 steirischen Regionen allesamt in der unteren Hälfte der Pro-Kopf-Wirtschaftskraft, es ist aber eher ein aufsteigender Trend zu beobachten, wobei bis 2007 speziell der Produktionssektor die treibende Kraft des Wirtschaftsaufschwunges war, es durch die Wirtschaftskrise allerdings markante Einbrüche in diesem Bereich besonders in der Östlichen Obersteiermark gegeben hat, sodass seither der Dienstleistungssektor deutlich Anteile dazugewonnen hat, während die Landwirtschaft nur mehr eine untergeordnete Rolle spielt.“*

(LAND STEIERMARK, oJ)

Den laufenden Entwicklungen und gegebenen Rahmenbedingungen soll im Rahmen der „Wirtschaftsstrategie Steiermark 2020“ effektiv vorrangig durch „Wachstum durch Innovation“, begegnet werden:

*„Es ist nicht nur der Handel, der sich weltweit ausbreitet. Auch produziert, geforscht und entwickelt wird immer öfter an unterschiedlichen, miteinander vernetzten Orten. Tatsächlich feststellbare Wirtschaftsentwicklung findet heute dort statt, wo international wettbewerbsfähige Unternehmen mit Forschungs- und Bildungseinrichtungen zusammentreffen und so weltweite Führerschaft bei Technologie- und Know-how entwickeln.“*

*Die Wirtschaftsstrategie Steiermark 2020 baut auf der Strategie „Innovation serienmäßig“ und auf der EU-Strategie 2020 auf. Das erklärte Ziel der steirischen Wirtschaftspolitik: das Land zu einem europäischen*

*Benchmark für den Wandel hin zu einer wissensbasierten Produktionsgesellschaft zu machen. (...) Die Wirtschaftspolitik setzt in Zukunft auf die drei Leitthemen Mobility, Eco-Tech und Health-Tech. Die Kreativwirtschaft wird zu einer entscheidenden Basisfunktion und unterstützt gezielt das innovative Milieu der Steiermark. Ein Schwerpunkt gilt den jungen Unternehmen mit Wachstumschancen. Ein weiteres wichtiges Ziel ist die offensive Internationalisierung des Standortes und der steirischen Unternehmen. Unterstützt wird all das durch Innovationsförderung und durch entsprechende Qualifizierungsmaßnahmen. (...) Neben dem Ausbau des Service- und Dienstleistungssektors und der Aus- und Weiterbildung ist die gezielte Unterstützung von innovativen jungen Unternehmen ein zentraler strategischer Punkt.“*

(vgl. LAND STEIERMARK, 2011)

Aktuell ist – unabhängig von den oben angesprochenen jedenfalls richtungsweisenden langfristigen Zielen – allerdings für die steiermärkischen Stadtbereiche und das städtische Leben maßgebend, dass der Einzelhandel den größten Handelsbereich in Österreich darstellt und etwa 35% aller in Österreich beschäftigten ArbeitnehmerInnen im Handel tätig sind. Gemessen am Umsatz ist der Handel der größte Wirtschaftssektor der marktorientierten Wirtschaft .

Das Wirtschaftswachstum am Handelssektor ist allerdings seit 2010 tendenziell rückläufig und es ist aktuell nicht davon auszugehen, dass sich dieser Trend kurzfristig umkehren wird.

Zudem lassen die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte, die einerseits in vielen Regionen der Steiermark zu „Kannibalisierungen“ der innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen durch neu errichtete bzw. wachsende Einkaufszentren und Fachmärkte außerhalb der städtischer Kernzonen führten, andererseits durch ein stetes Anwachsen von Filialisierungen bzw. deren Bedeutung geprägt waren, nur geringe Potenziale für eine kurz- bis mittelfristige Stabilisierung bzw. Stärkung des Innenstadthandels erkennen bzw. bedarf es besonderer Anstrengungen und Initiativen, diesbezüglich erfolgreich zu sein.

Auszugehen ist jedenfalls nicht von unbegründeten Wachstumserwartungen am Handelssektor, sodass Überlegungen alternativer Nutzungen aktuell bzw. künftig leer stehender Geschäftsflächen in Innenstadtlagen – gemäß der „Wirtschaftsstrategie Steiermark 2020“ etwa durch innovative Start Ups am Kreativ-, Dienstleistungs- und Forschungssektor – unter Inanspruchnahme der diesbezüglichen Landesförderung - jedenfalls anzudenken sind.

Das Mur-Mürz-Tal zählt zu den dichtest besetzten Einzelhandelszonen der Steiermark, wobei insbesondere durch die Ausweitung peripherer Verkaufsflächen, Einkaufszentren und Fachmärkte in der Region der Verkaufsflächenwert auf insgesamt mehr als 360.000 m<sup>2</sup> stieg. Die stagnierende Bevölkerungsentwicklung in Verbindung mit einer im österreichweiten Vergleich tendenziell geringeren regionalen Kaufkraft der Bevölkerung ließ dabei einen hohen Wettbewerbsdruck entstehen, der vorrangig kleinere und mittelgroße inhabergeführte Fachbetriebe trifft.

„Kannibalisierungseffekte“ im Standortmarketing zwischen einzelnen Standorten und Städten sind die Folge.

Für die Situation in Bruck an der Mur waren in diesem Zusammenhang in erster Linie die Eröffnung des Einkaufs-Centrum Kapfenberg (ece) im Jahr 1992 und die 2007 erfolgte Fertigstellung des Leoben City Shoppings (LCS) Meilensteine, die Geschäftsschließungen und einen steten Anstieg von Leerflächen im Innenstadtbereich nach sich zogen.

Daneben stellen auch der Euromarkt Kapfenberg, der mit umliegenden Gewerbe- und Handelstreibenden im Rahmen der „shopping moare“ auf insgesamt etwa 25.000m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Kapfenberger Ortsteil Apfelmoar ein vielfältiges Geschäftsangebot bietet sowie auch die aus der Region sowohl per Pkw, als auch am ÖV-Sektor gut erreichbare Landeshauptstadt Graz mit etwa 600.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche relevante Konkurrenten am Handelssektor dar.

Das ece in Kapfenberg wuchs kontinuierlich und ist heute mit mehr als 50 Einzelshops und einer Gesamtfläche von 18.000 m<sup>2</sup> und etwa 10.000 täglichen BesucherInnen neben dem Einkaufszentrum LCS in Leoben eines der größten Einkaufszentren Österreichs außerhalb einer Landeshauptstadt.

Auf 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufs- und Büroflächen finden sich im Leoben City Shopping (LCS) rund 70 Geschäfte und Lokale, wobei dieses am Standort des im 13. Jahrhundert erbauten Dominikanerklosters mit umliegenden Flächen im Zentrum des Ortes entstand.

In diesem Zusammenhang erscheint es nicht verwunderlich, dass im Jahr 2007 Bruck an der Mur von den beiden Nachbarstädten Leoben und Kapfenberg am Handelssektor hinsichtlich der Umsatzzahlen überholt wurde.

Während sich in Leoben aufgrund der Lagebeziehungen das Einkaufszentrum LCS und die nahen Geschäfte der Innenstadt gut ergänzen und ein Großteil der BesucherInnen nicht nur das Shoppingcenter besuchen, sondern auch den kurzen Schritt zu den Innenstadtgeschäften machen, kann Bruck an der Mur von der



zentralen Lage im regionalen Städtedreieck bzw. zwischen den beiden Kaufkraftmagneten in Kapfenberg und Leoben nicht profitieren.

Bruck versucht mit dem Flair einer Einkaufsstadt entgegen zu halten, ist aber in puncto Geschäftsmix und Angebot mittlerweile deutlich unterlegen. Dass die Folgen dieses Standortnachteils aus regionaler Sicht nicht drastischer ausfallen, liegt wohl darin begründet, dass die Kaufkrafteigenbindung, d.h. das vor Ort gebundene Kaufkraftvolumen der lokalen Bevölkerung, in Bruck (wie auch in den beiden anderen regionalen Zentren Kapfenberg und Leoben) deutlich über dem österreichweiten Durchschnittswert liegt.

Dennoch haben sich die Einzugs- und Marktgebiete der einst boomenden, aber immer noch vergleichsweise gut sortierten Einkaufsstadt Bruck an der Mur in den letzten Jahrzehnten deutlich verkleinert. Die Einzelhandelsproduktivität und die Flächenproduktivität gingen merklich zurück.

In diesem Sinn liegen die Ursachen für das berechtigte Infragestellen der prioritäre Positionierung Bruck an der Murs als traditionelle Handelsstadt in erster Linie in den Entwicklungen im regionalen Umfeld begründet, wo durch die Förderung von Einkaufs- und Fachmarktzentren Entwicklungen eingeleitet wurden, die dem Ziel der Innenstadtbelebung – mit der aktuellen Ausnahme in Leoben – grundsätzlich nicht förderlich sind.

Dabei kann man der Stadtgemeinde in keiner Weise vorwerfen, die wirtschaftlichen Entwicklungen, die Änderungen des Mobilitäts- und Einkaufsverhaltens der Bevölkerung und die dadurch bedingten Risiken für die regionale Positionierung von Bruck nicht erkannt zu haben. Mit der Neugestaltung der Fußgängerzonenbereiche in der Mittergasse, Burggasse und am Minoritenplatz im Jahr 1995 und der Errichtung einer Tiefgarage im Zentrum der Altstadt unter dem Brucker Hauptplatz 2006, die die Stadt auch für jene, die per Auto anreisen, zu einer Stadt der kurzen (Einkaufs-)Wege macht, wurden wesentliche stadtgestalterische Akzente gesetzt, die von vielfältigen Marketinginitiativen, einem professionellen Citymanagement und einer breit gefächerten „Brucker Serviceagenda“ begleitet wurden.

All diese Initiativen trugen aber nicht dazu bei, die reale Kaufkraftabwanderung zu stoppen und das stete Anwachsen der Zahl leer stehender Erdgeschoßlokale zu bremsen. Nicht zuletzt eine resignierende Grundstimmung führte auch dazu, dass die Zahl der akkordierten, aber schlussendlich nicht umgesetzten Ideen und Initiativen zur Belebung des Handels- und Gewerbesektors mittlerweile jene der realisierten Projekte deutlich übersteigt.

Kapfenberg und Leoben sind die klaren Gewinner im Wettstreit um die regionale Kaufkraft, wobei dieser Erfolg mit dem Bekenntnis zum stadtkernperipheren Einkaufszentrum erzielt wurde. Bruck ist bis dato bewusst diesen Weg nicht gegangen, der dem Ziel eines lebendigen Stadtzentrums jedenfalls nicht förderlich ist.

Was ohne Zweifel fehlt, ist ein besonderes „Alleinstellungsmerkmal“ der Brucker Einzelhandelsangebote, zumal die bestehende Vielfalt an Waren- und Dienstleistungsangeboten alleine von den KonsumentInnen kaum als solches wahrgenommen wird. Überlegungen, den Brucker Einzelhandel im gehobenen Qualitätssegment zu positionieren und die besondere Servicequalität verstärkt zu bewerben, führten bis dato zu keinen augenscheinlichen Erfolgen.

Auch stand das traditionelle Selbstverständnis von Bruck an der Mur als Handelsstadt bislang Bestrebungen entgegen, den Dienstleistungssektor stärker zu forcieren und leer stehende Geschäftslokale alternativ zu bespielen. Hier bestehen jedenfalls Potenziale für die Zukunft, die über ein professionalisiertes Leerstands- bzw. Flächenmanagement genutzt werden können.

Der Bestand der Gastronomielokale der Innenstadt, die sich zwar vielfältig präsentieren, zum Teil aber wesentliche Verbesserungspotenziale hinsichtlich Qualität und Angebotsdifferenzierungen erkennen lassen, hängt ursächlich mit dem Bestand der übrigen Frequenzbringer und Attraktoren im Zentrum der Stadt zusammen.

Während neben ihrer (einstigen) Funktion als Handelsstadt Bruck an der Mur nach wie vor einen wichtigen Industriestandort (Papierfabrik, Eisen-, Metall- und Metallwarenindustrie) darstellt, ist der Gewerbe- und Handwerkssektor zwar vielfältig, allerdings traditionell nicht so tragfähig, dass über ein „Nachwandern“ von Gewerbebetrieben in die Innenstadt wesentliche Impulse zu erwarten wären.

In diesem Sinn stellt die „Neupositionierung“ der Stadt Bruck an der Mur im Zusammenhang mit der Bespielung des Gebäudebestands und insbesondere der Geschäftslokale in der Erdgeschoßzone die zentrale Frage am Sektor Innenstadtbelebung dar. Nur wenn sich auch in Zukunft regelmäßige Alltagswege im historischen Stadtzentrum kreuzen, wenn städtische Infrastrukturen gemeinsam mit den übrigen bestehenden wie neu zu schaffenden Attraktoren die Brucker Mitte zum regelmäßigen Zielpunkt von regionaler Bedeutung machen, kann es gelingen, langfristig von einer lebendigen Innenstadt zu sprechen.

Ob die Vorgaben der „Wirtschaftsstrategie Steiermark 2020“ und die darauf aufbauenden Initiativen und Förderungen des Landes Steiermark auch durch die Stadtgemeinde Bruck in entsprechender Weise genutzt werden können und sich etwa in leer stehenden Geschäftslokalen des Stadtzentrums ein dezentrales, innovatives „Gründer- und Dienstleistungszentrum“ langfristig etablieren lässt, gilt es jedenfalls abzuwarten, allerdings als ein mögliches strategisches Ziel jedenfalls anzudenken.

Vor dem Hintergrund der angesprochenen Entwicklungen und Rahmenbedingungen gilt es als generelle Empfehlungen Folgendes festzuhalten:

- Selten sind es rezepthafte Empfehlungen, die zu den richtigen Maßnahmensetzungen auf kommunaler Ebene führen. Vielmehr gilt es, geeignete Maßnahmenschritte vor dem Hintergrund der ortsspezifischen Rahmenbedingungen unter Berücksichtigung regionaler und überregionaler Zusammenhänge individuell zu entwickeln.
- Grundvoraussetzung für kommunale Entscheidungen und Initiativen betreffend die Sektoren Wirtschaft, Handel und Gewerbe sollte ein laufendes professionelles Monitoring der aktuellen Rahmenbedingungen und sich abzeichnender Entwicklungen sein. Die diesbezüglichen Dienstleistungen und Informationsangebote der Wirtschaftskammer, des Landes Steiermark, von Bundesdienststellen und Forschungseinrichtungen wie gegebenenfalls beizuziehender ExpertInnen sind jedenfalls zu nutzen.
- Es empfiehlt sich, mittelfristig einen kommunalen Thinktank unter Einbeziehung örtlicher Stakeholder und Wissens- bzw. Informationsträger aufzubauen, der laufend die Gemeinde als Diskussions- und Beratungsforum am wirtschaftspolitischen Sektor in ihren Entscheidungen und strategischen Weichenstellungen unterstützt.
- Folgende Zielsetzung aus dem STEK 04, 2010 ist konsequent weiterzuverfolgen:  
*„Förderung ansiedlungswilliger Jungunternehmen in vielfältiger Weise, z.B. durch Bereitstellung von Know-How, Arbeitsplatzprämien, u.a.m.; Einrichtung einer zentralen Vermittlungsstelle seitens der Stadtgemeinde“*

Auf Basis der Gespräche mit örtlichen Geschäftsbetreibern sind unter anderem auch folgende konkrete Problemfelder bzw. gegensteuernde Handlungsansätze festzuhalten:

- Stärkung der Rolle der Brucker Werbegemeinschaft:  
Neustrukturierung und –positionierung der Werbegemeinschaft, Verantwortlichen für jede der Haupteinkaufsstraßen Brucks, aktivere Einbindung der Mitglieder der Werbegemeinschaft u.a.
- Neustrukturierung / -positionierung der „Brucker Messe“
- Intensivierung der Beratungs- und Serviceangebote für Geschäftsinhaber und insbesondere -gründer durch WKO und Stadtgemeinde (Citymanagement)
- Verstärkte Bewusstseinsbildung bei der Brucker Bevölkerung hinsichtlich der besonderen Qualitäten der örtlichen Einzelhandelsangebote und der Verantwortung der KonsumentInnen, durch ihr Kaufverhalten zu deren Erhalt beizutragen

## 5.2. Bedeutung Leerstandsmanagement

An der räumlichen Schnittstelle zum öffentlichen Raum kommt der Nutzung der Erdgeschoßzonen eine besondere Bedeutung für das Bild und Image städtischer Zentrumsbereiche zu.

Leer stehende innerstädtische Geschäftslokale visualisieren die Kaufkraftabflüsse zu den nächst gelegenen Einkaufszentren und Fachmärkten, ein geändertes Mobilitäts- und Einkaufsverhalten der Bevölkerung oder etwa die abnehmenden Einwohnerzahlen in der Innenstadt. Sie sind Indikatoren der Soziodemografie und des wirtschaftlicher Strukturwandels eines Stadtraums. Durch gegenseitigen Verstärkung von Ursache und Wirkung stehen Leerstände oft am Beginn eines Prozesses, der schlussendlich zur Verödung ganzer Straßenzüge oder Stadtteile führen kann.

Vor dem Hintergrund des Ziels der Erhaltung bzw. Wiedergewinnung lebendiger Innenstadtbereiche kommt in diesem Sinn dem Thema Leerstandsmanagement eine erhöhte Bedeutung zu.

Prioritäre Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem Erkennen der bedingenden Faktoren der Leerstände in Innenstadtbereichen und zur Nutzung aller gegebenen Steuerungsmöglichkeiten sowohl seitens der Gemeinden, als auch der Handelstreibenden zu, um der Aufgabe von Geschäftsnutzungen möglichst effektiv gegenzusteuern. Die diesbezüglichen Steuerungsdimensionen sind allerdings in der Regel beschränkt, zumal Kaufkraftentwicklungen und -abflüsse, demographische Entwicklungen wie auch das Einkaufsverhalten zumeist nur bedingt auf örtlicher Ebene steuerbar sind.

Vielmehr erscheint es häufig notwendig, im Rahmen eines gezielten Leerstandsmanagement auch über alternative Nutzungsmöglichkeiten für ehemalige Geschäftsflächen nachzudenken.

Zentrale Bedeutung kommt dabei der Rolle der Immobilienbesitzer zu. Ihnen kommt unter den gegebenen gesetzlichen Rahmenbedingungen die Schlüsselfunktion in Hinblick auf eine mögliche Öffnung von Leerständen zugunsten alternativer Nutzungen von Geschäftslokalen zu.

Insbesondere die steuerliche Absetzbarkeit leer stehender Lokale wie auch spekulative Leerstände in Zusammenhang mit der Erwartung, in absehbarer Zeit höhere Mieteinnahmen lukrieren zu können, begründen häufig eine vergleichsweise geringe Bereitschaft der Eigentümer an einer Wiederbelebung innerstädtischer Erdgeschoßlokale. Dennoch gilt es nicht nur bei der Verantwortung der Immobilienbesitzer für den städtischen Raum, Stadtraumfunktionen und soziales Leben anzusetzen, sondern auch beim Umstand, dass leer stehende Erdgeschoßlokale nicht nur den Entfall von Mieteinnahmen bei laufenden Instandhaltungskosten begründen, sondern auch zu einem tendenziellen Wertverlust des Objektes führen.



Quelle: WOHNBUND STEIERMARK, 2006

### 5.3. Leerstandsmanagement in Bruck an der Mur

Kaufkraftabflüsse in Richtung der in den letzten Jahrzehnten entstandenen Einkaufs- und Fachmarktzentren in Leoben und Kapfenberg begründen in den Einkaufsstrassen der traditionellen Handelsstadt ein stetes Anwachsen der Zahl leer stehender Geschäftslokale. Insgesamt sind in der Innenstadt aktuell 29% der Objekte von zumindest einem Leerstand betroffen. Der Umstand, dass diese Leerstände sich zu 80% auf Erdgeschoßflächen konzentrieren, die sich prominent sichtbar zum öffentlichen Raum öffnen, begründet die hohe Bedeutung des Thema Leerstands für Stadtbild und -image. Zudem kam es im Zuge der sukzessiven Geschäftsaufgaben zu einer ursprünglich in dieser Form nicht gegebenen Differenzierung in A- und B-Lagen. So konzentrieren sich die Leerstände in Bruck mittlerweile deutlich auf einzelne Teilbereiche der Innenstadt.

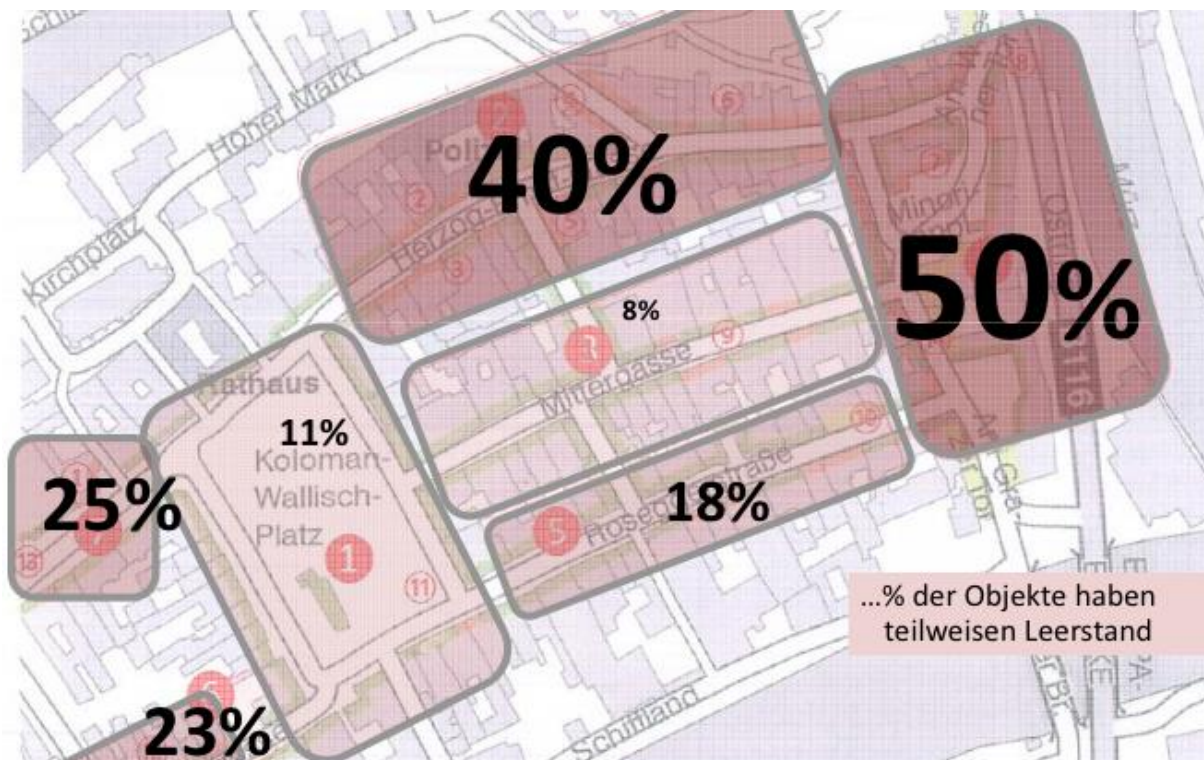


Abb. Innenstadt Bruck an der Mur: Anteil der Objekte mit Leerständen nach Quartieren

Quelle: LEITNER G., 2013

Nachdem in den letzten Jahren verschiedenste Bemühungen zur Stärkung der Stellung der Geschäftsinfrastruktur in der Brucker Innenstadt gesetzt wurden, wurden im Frühjahr 2014 die von Leerständen betroffenen Immobilienbesitzer zu einem ersten Plattformtreffen eingeladen, um gemeinsam mit der Stadtgemeinde und dem City Management wie auch der örtlichen Wirtschaftskammervereiterin das Leerstandsmanagement im Rahmen eines kooperativen Prozesses zu intensivieren und insbesondere auch geeignete Voraussetzungen für alternative Nutzungskonzepte wie auch Zwischennutzungen der disponiblen Flächen in den Erdgeschoßzonen der Stadt zu schaffen. Begleitend wird seitens der Gemeinde an der Leerstandskataster aktualisiert und erweitert und an einer geeigneten Internetpräsenz gearbeitet.

Chronologie konkreter Schritte am Sektor Leerstandsmanagement in Bruck an der Mur:

- Erhebung der aktuellen Leerstände
- Aktualisierung der Leerstandsdokumentation / Kontaktdaten durch die Gemeinde
- Rundschreiben an die Eigentümer aller aktuell leer stehender Erdgeschoßlokale in der Brucker Innenstadt (November 2013)
- Telefonische und schriftliche Rückmeldungen zahlreicher angeschriebener Immobilieneigentümer
- Vor Ort Gespräche mit ausgewählten ImmobilienbesitzerInnen wie auch Immobilienverwaltern / -entwicklern
- Recherche nationaler und internationaler Best practice Beispiele am Sektor Leerstandsmanagement / Leerstandskataster / Zwischennutzungen
- Datenerhebung und –auswertung „Situation und Flächenpotentiale Historischer Stadtkern Bruck an der Mur“ durch die Bruck Oberaich Wirtschaftsentwicklungs GmbH / Dipl. HTL-Ing Günter Leitner, MBA / Bruck
- Plattformtreffen: ImmobilienbesitzerInnen, Vertreter der Gemeinde, WKO in der Regionalstelle Mürztal-Mariazellerland der Wirtschaftskammer Steiermark (Jänner 2014)
- Neu erstellter Leerstandskataster der Stadtgemeinde Bruck an der Mur geht online
- Leerstandsbegehung und Besichtigung eines engagierten Immobilienentwicklungsprojektes in der Roseggerstraße im Zuge eines „Masterplan Innenstadt“ Aktionstags“ (Mai 2014)



Wesentliche Ergebnisse des Plattformtreffens „Leerstandsmanagements“ vom 29.01.2014

- Die Leerstandsproblematik ist allen Anwesenden bewusst, allerdings wird über den Begriff 'Leerstandsmanagement' diskutiert. Eine alternative Bezeichnung wie z.B. Flächenmanagement wird angedacht. An der Entwicklung einer Begrifflichkeit, die positive Assoziationen weckt, wird gearbeitet.  
> IMAGEWANDEL ÜBER ALTERNATIVES POSITIV BESETZTES WORDING
- Leerstände im Erdgeschoß müssen nicht mit Geschäften belegt werden. Es soll die Bereitschaft für alternative Nutzungsmodelle in der Erdgeschosszone geweckt werden (z.B. Büronutzung, Dienstleistungen, kulturelle Initiativen, Werkstätten).  
> BEREITSCHAFT AUCH FÜR ALTERNATIVE NUTZUNGSMODELLE
- Das Förderungswesen betreffend Wohnbau, Sanierung, Unternehmensförderungen und Firmengründungen (Start-Ups) etc. ist sowohl bei den Immobilienbesitzern als auch bei Nutzungsinteressenten nicht ausreichend bekannt  
> INFORMATIONSDEFIZITE
- Eine intensive mediale Begleitung des Anliegens seitens der Stadtgemeinde, WKO etc. ist erforderlich (Pressekonferenz, Aussendung, Info-Abend etc.).  
> MEDIALE BEGLEITUNG / BEGLEITENDE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
- Aktualisieren und Professionalisieren des Leerstandskatasters mit Web-Präsenz  
> LAUFEND GEWARTETER INTERNET-BASIERTER LEERSTANDSKATASTER
- Etablieren eines „Leerstandslotsen“ (Eingliederung in die Gemeindestrukturen und Bereitstellen der erforderlichen Ressourcen).  
> PROFESSIONELLES LEERSTANDSMANAGEMENTS ALS EIGENSTÄNDIGE GEMEINDEAUFGABE
- Konstituierung einer ständigen Leerstandsplattform für ein koordiniertes und gemeinsames Vorgehen in Sachen Leerstandsmanagement.  
> DIALOG- UND ABSTIMMUNGSPLATTFORM / REGELMÄSSIGE TREFFEN
- Zur erfolgreichen Interessentensuche ist eine regionale Vernetzung des Leerstandsmanagements und eine Einbeziehung der Nachbargemeinden jedenfalls erforderlich.  
> LEERSTANDSMANAGEMENT ALS REGIONALE AUFGABE



## Empfehlungen

Vor dem Hintergrund der Auswertung zahlreicher Best practice Beispiele im In- wie insbesondere auch im Ausland können hinsichtlich eines erfolgreichen Leerstandsmanagements folgende grundsätzliche Voraussetzungen angesprochen werden:

- Erstellen und laufende Pflege eines Leerstandskatasters  
Grundvoraussetzung ist eine laufende Raumbesichtigung und die Erstellung eines Leerstandskatasters, der professionell aufbereitet notwendige Objektinformationen und -bilder digital öffentlich zugänglich macht und nach Möglichkeit auch Grundinformationen zu Miet- und Betriebskosten bzw. optional Kaufpreisen enthält.
- Leerstandsmanagement unter Führung eines geeigneten Leerstandslotsen  
Etablieren eines kontinuierlichen Leerstandsmanagements optional auf Gemeindeebene als niederschwellige Anlauf-, Kontakt- und Informationsdrehscheibe mit einem konkreten sachkundigen Verantwortlichen als „Leerstandslotsen“, der auch entsprechende Informationen über Finanzierungs- und Fördermodelle vermittelt wie auch bei Vertragsabwicklungen beratend unterstützt.
- Initiative Beteiligung der tangierten Immobilienbesitzer  
Leerstandsmanagement hat nur dann erhöhte Chancen auf Erfolg, wenn dieses ein gemeinsames Anliegen unter initiativer Beteiligung der tangierten Immobilienbesitzer darstellt. Aus diesem Grund ist eine Aktionsplattform für regelmäßigen Austausch und Strategieabgleich einzurichten (informelle Plattform, Verein, Agentur o.ä.).
- Begleitende Öffentlichkeitsarbeit  
Durch Informationsveranstaltungen, thematische Stadtrundgänge und Publikationstätigkeit ist das Thema Leerstandsmanagement als kommunales Anliegen zu einem öffentlichen Stadtthema zu machen und insbesondere die Nachfrage zu wecken und Nutzungsinteressenten darüber anzusprechen. Es gilt dabei die Vielfalt möglicher alternativer Nutzungen leer stehender Geschäftslokale (Büro- und Ateliernutzungen, Startups, kulturelle und soziale Dienstleister, Praxisräume, Werkstattnutzungen usw.) aufzuzeigen und transparent zu machen.

- Begleitende Maßnahmen im öffentlichen Raum

Wesentliche Bedeutung kommt auch dem Bild, der Pflege und den Nutzungsqualitäten des öffentlichen Raums zu. Begleitende Gestaltungsschritte in den Freiraumbereichen der Innenstädte wie auch begleitende verkehrsorganisatorische Maßnahmen (Parkraumbewirtschaftung, Einrichtung von Fußgänger- und Begegnungszonen usw.) können die Standortgunst deutlich heben und zusätzliche Anreize für eine Bespielung leer stehender Geschäftslokale bieten.

- Regionalisierung des Leerstandsmanagements

Die untersuchten Best practice Beispiele zeigen deutlich, dass eine Beschränkung des Leerstandsmanagements auf die Standortgemeinde bzw. den Stadtraum nur bedingt erfolgsversprechend ist. Insbesondere in Hinblick auf die Nachfragesituation betreffend offener Räume sollte der Betrachtungs- und Aktionsraum jedenfalls auf die regionale Ebene erweitert werden.

Auch wenn die angesprochenen Empfehlungen keineswegs „rezepthaft“ umzusetzen und jedenfalls vor dem Hintergrund der örtlichen und strukturellen Rahmenbedingungen zu spezifizieren sind, stellt die enge Kooperation von Leerstandsmanager und den Immobilienbesitzern und eine möglichst breite Basis des Leerstandsmanagements jedenfalls einen Schlüssel zu erhöhten Erfolgchancen dar.

Um die Eigentümer von der Zweckmäßigkeit der Öffnung ihrer Immobilien auch für alternative Leerstandsnutzungen wie insbesondere auch sog. Zwischennutzungen zu überzeugen, gilt es darauf hinzuweisen, dass dadurch mögliche Gentrifizierungsprozess auszulösen sind, die zur Wiederbelebung von Straßenzügen oder Quartieren beitragen können und dadurch langfristig auch wieder „etablierte“ Nutzungen möglich werden, der Immobilienwert gehoben wird und gegebenenfalls dann wieder erhöhte Mieteinnahmen zu generieren sind.

Der in Bruck an der Mur eingeleitete Prozess am Sektor Leerstandsmanagement folgt grundsätzlich den o.a. generellen Empfehlungen, wobei – bei gegebener Motivation der ImmobilienbesitzerInnen – aktuell insbesondere der Fokus auf das „Wecken und Stimulieren der Nachfrage“ liegen muss:

Ansprache möglicher NutzerInnen / Ansprache auch alternativer Nutzungsmodelle (Büronutzungen in Erdgeschoßzone, Dienstleister, Möglichkeit der befristeten Nutzung / Zwischennutzungsmodelle usw.) / Begleitende Öffentlichkeitsarbeit / „Leerstandsbörse“

## Best practice Beispiel

### Leerstandsmanagement in Waidhofen an der Ybbs

In Reaktion auf den Umstand, dass in der Innenstadt von Waidhofen an der Ybbs 2005 bereits etwa ein Viertel als Geschäftslokale leer standen, wurde ein Innenstadtkoordinator als Leerstandsmanager eingesetzt, wesentliche Vorleistungen durch die öffentliche Hand in Form von umfangreichen Gestaltungsschritten im Innenstadtbereich getätigt sowie auch begleitende verkehrsorganisatorische Maßnahmen in Vorbereitung der Landesausstellung 2007 erbracht und – als besonderer Anreiz – Miet- und Pachtzuschüsse gewährt.

In einer zielgerichteten Kooperation von Politik, Wirtschaft und Verwaltung gelang es, zwischen 2005 und 2013 einen realen Kaufkraftzuwachs zu erreichen, etwa 30 neue Betriebe anzusiedeln und mittlerweile sämtliche Leerstände zu beseitigen. Nachdem das Leerstandsmanagement im Erdgeschoßbereich so erfolgreich war, wird aktuell das „Waidhofner Modell“ auf den Sektor Wohnen in der Innenstadt umgelegt, wo durch gezielte Motivationsarbeit, Beratung wie auch Unterstützung der BesitzerInnen von Stadthäusern versucht wird, aktuell brachliegende Potenziale zu nutzen und die Zahl der InnenstadtbewohnerInnen von derzeit etwa 550 bis zum Jahr 2020 auf 1.000 zu steigern

Als Basis hierfür wurde mittlerweile eine detaillierte Erhebung des Potenzials an Wohn- und Arbeitsräumen im Rahmen einer durch die NÖ Wohnbauforschung geförderten Wohnraumstudie vorgenommen, um darauf aufbauend zielgerichtet weiterführende Strategie- und Handlungsanleitungen entwickeln zu können. Gemäß den Untersuchungsergebnissen ist ein Fokus insbesondere auf die Ober- und Dachgeschoße im Innenstadtbereich zu legen, wo - insbesondere in denkmalgeschützten Gebäuden - teils hohe Sanierungskosten der Schaffung attraktiver Wohnflächen im Wege stehen.

Da Wohnen als „Schlüssel für die Innenstadtbelebung“ gesehen wird, sollen – quartiersweise differenziert – Maßnahmenkonzepte entwickelt und insbesondere auch verstärkt mit den Hausbesitzern kommuniziert werden. Auch ist gemäß Innenstadtkoordinator es ein wesentliches Ziel, die Sanierungsförderung zu verlängern

Für Bruck an der Mur ist aus dem o.a. Fallbeispiel abzuleiten, dass eine Professionalisierung und Intensivierung des Leerstandsmanagements, begleitende standorttaufwertende Maßnahmen durch verkehrsorganisatorische Maßnahmen wie auch Gestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum in Verbindung mit dem Anreiz befristeter Miet- und Pachtzuschüsse auch unter ungünstigen Rahmenbedingungen mittel- bis langfristig Erfolge erwarten lässt.

Möglichkeiten die Leerstände in der Innenstadt in den Fokus öffentlicher Beachtung zu setzen, bieten auch kreative, kulturelle Bespielungen, wie die im Folgenden als Beispiel angesprochene ON tour – Projektidee:

### **ON tour**

**Ausblick:** Künstler, Musiker, Schausteller, Marktfahrende und Kreative machen sich auf den Weg, touren durch die Lande und besetzen leerstehende Räume in Städten, Orten und regionalen Zentren. Einen Tag und eine Nacht herrscht „Halli Galli“ und ungenutzten, vergessenen Orten wird wieder ein charmanter Hauch von Leben eingebläst. Räume werden adaptiert und mit neuen temporären Nutzungen versehen. Bewohner und Menschen werden eingeladen, sich dem Treiben hinzugeben und Bilder für eine bessere Zukunft dieser Räume zu schaffen. Die Reise wird dokumentiert, die Orte werden miteinander vernetzt. Wichtiger als diese Dokumentation ist aber der Eindruck vor Ort, der im Weiteren zum Ausdruck des lokal Möglichen werden soll.

**Umsetzung:** In der ersten Phase werden Kleinstädte in der Steiermark bespielt. Diese Städte verbindet, dass die Stadtzentren einem ökonomischen und gesellschaftlichen Wandel unterliegen: Traditionelle Betriebe sperren zu, leerstehende Immobilien nehmen zu, wodurch neue Möglichkeitsräume entstehen. Für diese Tour werden zwei Kleinbusse so adaptiert, dass Technik, Tools und Accessoires für die Bespielung Platz finden und in einfachster Weise transportiert werden können. Diese Busse werden damit zu rollenden Interventionsinstrumentarien.

In der zweiten Phase wird in einem Lokalaugenschein die Situation vor Ort analysiert und aufgenommen. Besondere Orte und Leerstände werden recherchiert und die Möglichkeit des Zugangs zu diesen Räumen abgeklärt. Neben der allgemeinen Logistik besteht die Herausforderung darin, die Interventionen unter Berücksichtigung des Steirischen Veranstaltungsgesetzes umzusetzen. Aus diesen Erfahrungen werden einfache Check-Lists für die Durchführung von gesetzeskonformen Interventionen abgeleitet und öffentlich gemacht. Wichtig sind die Kooperationen mit Gastronomen, Gewerbetreibenden, KünstlerInnen und Aktiven vor Ort, um die Nachhaltigkeit dieser Aktion zu gewährleisten.

In der dritten Phase findet die Umsetzung statt. Bei der Intervention werden den ganzen Tag bis in die Nacht einzelne Programmpunkte gesetzt. Besondere Berücksichtigung findet dabei der spartenübergreifende Ansatz und der Fokus auf generationen- und milieuübergreifende Aktivitäten:

- Theater, Improtheater und Performances
- Songwriter, Musikbands sowie Volksmusik
- Street-Art
- Second-Hand Pop-Up-Store
- Installationen im öffentlichen Raum
- Sport

Nähere Informationen zu ON tour: SCAN - Agentur für Markt- und Gesellschaftsanalytik

## 6 Handlungsfeld Öffentlicher Raum und Stadtgestaltung

### 6.1. Bedeutung Öffentlicher Raum

*»Die Qualität der Stadt als Kultur befindet sich naturgemäß im öffentlichen Raum«*

(HUET Bernard, 1999)

Die öffentlichen Räume einer Stadt bestimmen maßgeblich das „Gesicht der Städte“ und verkörpern, wie der Stadtplaner Thomas Sieverts es formuliert, „deren Würde“ (vgl. hierzu SELLE, 2003). Im öffentlichen Raum und dessen Veränderungen bildet sich städtisches Leben ab und werden Lebensstile und gesellschaftliche Trends manifest. Der öffentliche Raum ist die „Auslage einer Stadt“, über die sie sich nach außen präsentiert, über die sie ein mehr oder weniger klares Profil entwickelt und zur „Kulturstadt“, „Einkaufsstadt“ oder etwa „historischen Stadt“ wird und über die sie Attribute wie „lebendig“, „modern“, „traditionell“, „exklusiv“ oder „kinderfreundlich“ zugewiesen bekommt.

Einerseits bildet sich im öffentlichen Raum, den Plätzen, Straßenräumen und Fußgängerzonen, den Passagen und öffentlichen Höfen, den Parks und Promenaden, städtisches Leben ab, andererseits unterliegen diese „Bühnen und Laufstege“ der Stadt der Kontrolle und dem Gestaltungswillen der Stadtverwaltung. Hier kann über gezielte Interventionen regulierend eingegriffen werden, kann die Raumnutzung und -bespielung gelenkt werden, wobei nicht nur Platzgestaltungen und die Stadtraummöblierung eine wichtige Rolle spielen, sondern auch das „soziale Design“ in Form von Geboten und Verboten, manifestiert etwa in den Öffnungszeiten der Gastgärten, dem Verbot des Konsums alkoholischer Getränke an öffentlichen Plätzen oder der Intensität der Kontrolle des öffentlichen Lebens über Kameraüberwachung oder Ordnungsorgane. Über die dadurch manifestierten Benutzungsregeln relativiert sich der Begriff des öffentlichen Raums in diesem Sinn, dass er selten allen in gleicher Weise zur Nutzung offen steht oder sich zur Nutzung anbietet.

Auch steht der öffentliche Raum in engem Zusammenhang mit den Funktionen der ihn räumlich fassenden Gebäude, insbesondere den Erdgeschoßnutzungen, dem Vorhandensein örtlicher Frequenzbringer und Attraktoren wie etwa Verwaltungseinrichtungen, Geschäfts- und Handelsinfrastrukturen, kulturellen und sozialen Einrichtungen, wie aber auch der Bedeutung der Stadt als Arbeits- und Wohnort.

Daneben stellen die verkehrlichen Rahmenbedingungen und dabei insbesondere die Gewichtung der Interessen der FußgeherInnen und RadfahrerInnen gegenüber dem motorisierten Individualverkehr einen entscheidenden Standortfaktor dar, der Bedeutung und Funktion öffentlicher Räume maßgeblich bestimmt.

Während die Dynamik städtischer Entwicklungen häufig externen, schwer steuerbaren Einflussfaktoren unterworfen ist, stellt der öffentliche Raum eine jener „Stellschrauben“ dar, wo gezielt lenkend, gegensteuernd oder korrigierend interveniert werden kann.

*„Die Stadt wird sich in ihrer Einzelentwicklung kaum noch prognostizieren, geschweige denn planen lassen, vieles wird einer örtlichen Selbststeuerung überlassen bleiben können. In diesem (...) unbestimmbar Stadtgefüge wird der öffentliche Raum als das stabilisierende, langfristig verlässliche Gerüst, das der Stadt die historische Identität gibt, immer wichtiger“,* stellte der Stadtplaner Thomas Sieverts hiezu treffend fest (vgl. SELLE, 2003).

Die öffentlichen Räume, deren Gestaltung, aber insbesondere deren tatsächliche und mögliche Funktionen, sind von zentraler sozialer Bedeutung. Sie sind wichtige Orte der Sozialisation und der Kommunikation, aber auch Orte, wo selten die Ansprüche aller Bevölkerungsgruppen in gleicher Weise eingelöst werden bzw. eingelöst werden können.

So gilt es etwa zu hinterfragen, in welcher Weise die besonderen Bedürfnisse älterer Menschen vor dem Hintergrund einer „greying society“ in entsprechender Weise eingelöst werden, welche Freiheiten Kindern und Jugendlichen in der Stadtbenutzung gegeben werden oder wie mit dem Aufenthalt von VertreterInnen jener Gruppen umgegangen wird, die am Rande unserer Gesellschaft stehen, wie Drogenkranken, Obdachlosen oder BettlerInnen. Fokussiert eine Stadt verstärkt auf den „Lagewert“ innerstädtischer Immobilien oder „exklusiver“ Geschäfts- und Gastronomiestandorte, wird der Umgang mit städtischen Randgruppen häufig zu einem stark polarisierenden Thema.

Diesbezüglich stellen sich grundsätzliche Fragen, wie sich eine Stadt nach außen hin präsentiert bzw. präsentieren will, inwiefern sie sich in der Standortkonkurrenz zu anderen Städten am Tourismussektor, als Geschäftsstandort oder als Wohnort darstellt, inwiefern bei der Identitätsbildung über Gestalt und Nutzung des öffentlichen Raums sich dort auch gesellschaftliche Probleme und Konflikte offen abbilden dürfen, wie „offen“ und „tolerant“ eine Stadt sich gibt und welches „Brandscape“ angestrebt wird. In diesem Sinn verlangt der Umgang mit dem öffentlichen Raum, dessen physische Gestaltung wie auch dessen soziales Design eine politische Positionierung, die in den seltensten Fällen nachvollziehbar getroffen oder kommuni-

ziert wird und in der Regel nur als Ergebnis einer Vielzahl getroffener Entscheidungen konstatiert werden kann.

Betrachtet man die Entwicklungen der öffentlichen Räume österreichischer Städte während der letzten Jahrzehnte, so war es in den 60er- und insbesondere 70er-Jahren das Entstehen erster Fußgängerzonen in Verbindung mit zahlreichen Platzneu- und –umgestaltungen, die dem öffentlichen Raum einen erhöhten Stellenwert zukommen ließen.

In den 80er-Jahren rückte das Thema Wohnumfeldgestaltung und damit verbundenen Wohnstandortaufwertungen durch In-Wert-Setzung angrenzender öffentlicher Flächen in den Vordergrund.

In den 90er-Jahren kam es zu einer verstärkten Diskussion öffentlicher Grünflächen und der Grüngestaltung innerstädtischer Bereiche.

Erst in den letzten Jahren kam einer integrativen Betrachtung des Themas öffentlicher Raum, nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Geschäftsflächenentwicklungen und damit einhergehender Leerstandsprobleme, einer zunehmenden Kommerzialisierung des öffentlichen Raums, zunehmender verkehrlicher Konfliktstellungen, Gentrifizierungstendenzen wie auch der Verödung örtlicher Innenstadtsituationen ein erhöhter Stellenwert zu.

Der öffentliche Raum wurde verstärkt zu einem „öffentlichen Thema“, worauf immer häufiger auch mit partizipativen Stadtentwicklungsprozessen reagiert wurde, die in einzelne Gestaltungsmaßnahmen wie auch bisweilen Leitbildern für den öffentlichen Raum mündeten.



## 6.2. Öffentlicher Raum in Bruck an der Mur

### Koloman Wallisch Platz

2006 wurde der Brucker Hauptplatz zur Landesausstellung neu gestaltet und stellt ohne Zweifel die kommunikative Mitte und – nicht zuletzt hinsichtlich seiner Größe – auch ein Alleinstellungsmerkmal der Stadt dar.

Der namensgebende Koloman Wallisch war ein sozialdemokratischer Arbeiterführer, der 1934 als Führer des Republikanischen Schutzbundes in Leoben standrechtlich hingerichtet wurde. Durch den Umstand, dass sich Bruck a.d. Mur in erster Linie als Dienstleistungs- und Handelsstadt sieht, stößt man in Bruck - abgesehen vom Namen des Platzes und einer Informationstafel kaum mehr auf lebendige Erinnerungen und „Zitate“ der Arbeiterkultur und -geschichte, die ohne Zweifel ein bestimmender Teil der Historie der Stadt wie auch der Region ist. Dies wird auch von – insbesondere älteren - befragten BruckerInnen teils bedauert.

Genutzt werden die räumlichen Potenziale des Hauptplatzes für zahlreiche Veranstaltungen (Konzerte, Feste, Märkte, Genuss-, Hochzeits-, Modemesse, Adventmarkt, Beach an der Mur, New Orleans meets Bruck, Murenschalk, Brucker Stadtfest, Fischmarkt on tour u.a.). Im Osten des Hauptplatzes etablierte sich eine Lokalzeile, die mit ihren Schanigärten in den Sommermonaten wesentlich das Platzleben und -bild bestimmt.

Auch die unter dem Platz liegende zweigeschossige Tiefgarage mit insgesamt 281 Parkplätzen stellt einen Frequenzbringer für den raumöffnenden Platzraum dar, der maßgeblich durch die rahmende Gebäudekulisse und historischen Denkmäler (Kornmesserhaus, Fabriziushaus, Rathaus, Salvatorapotheke, Eiserner Brunnen, Antauerhaus, Mariensäule) optisch-visuell akzentuiert wird.

Nicht erschlossen haben sich die Gründe, weswegen die Dachterrasse des Platzpavillons mit prominentem Ausblick auf den Platz und die umgebende Stadtkulisse aktuell nur fakultativ bespielt wird.

Für Kinder bieten der Gerätespielplatz im Südosten des Platzes und das Wasserspiel im Norden (während der Sommermonate) Spiel- und Aufenthaltsanreize.

Die vergleichsweise wenigen randlich situierten Sitzmöbel im Platzbereich werden als nicht-kommerzielle Aufenthaltsbereiche gut angenommen.

Die „Enzis“ als signethafte Platzmöbel (Sitz- und Liegemöbel) hingegen, die sich insbesondere an ein jüngeres Publikum wenden, werden nur in geringem Ausmaß bespielt und stehen „verloren und aneinandergeschaltet“ am Platz.



Dass der Platz nicht intensiver als öffentlicher Raum im eigentlichen Sinn bespielt wird, liegt nur bedingt an dem Umstand, dass hinsichtlich der Möblierung Verbesserungspotentiale gegeben sind, sondern in erster Linie an der hohen sozialen Kontrolle, also am „sozialen Design“ des Koloman Wallisch Platzes.

Wie vielfach beobachtet werden konnte und auch in Gesprächen mit Jugendlichen bestätigt wurde, sind die Verhaltensfreiheiten am Hauptplatz stark eingeschränkt. Obgleich der Brucker Hauptplatz – in Erinnerung an die Ereignisse des Jahres 1934 – durch seine Namensgebung „Demokratie und Toleranz“ einmahnen soll, wird die aktuelle Jugendkultur in ihren – für Erwachsene oft schwer nachvollziehbaren - exaltierten Ausprägungen im Zentrum Brucks nicht toleriert.

Verstärkt wird die manifeste geringe Verhaltenstoleranz durch das verordnete Alkoholverbot für die Brucker Innenstadt, das zu der häufig artikulierten Außenwahrnehmung jugendlicher BruckerInnen führt, in der Innenstadt „nicht erwünscht“ zu sein, sieht man von einzelnen Veranstaltungen wie etwa dem jährlichen „Murenschalk“ als 2-tägigem Gauklerfest in Bruck ab.

Empfehlungen:

- Verbesserung der (mobilen) Platzmöblierung in Hinblick auf die Aufhebung der Disproportionalität zwischen nicht-kommerzialisierten und kommerziellen Aufenthaltsbereichen im Hauptplatzbereich
- Einbeziehung der Bevölkerung hinsichtlich einer Aufwertung der Platzmöblierung, insbesondere der jugendlichen Bevölkerung Brucks
- Erweiterte Veranstaltungsangebote am Hauptplatz spezifisch auch für ein junges Publikum / Schaffung von „Veranstaltungsfenstern“, die von Jugendlichen aktiv mitbestimmt und –gestaltet werden können (etwa über Jugendbeirat, Jugendparlament o.a.)

### **Mittergasse**

Die „Fußgängerzone“ von Bruck zeichnet sich – trotz einzelner Leerstände im Nahbereich des Minoritenplatzes – als lebendige Einkaufsstraße mit einer vergleichsweise großen Angebotsvielfalt und begleitenden Gastronomieeinrichtungen mit in den Sommermonaten angelagerten Gastgärten aus.

Straßenbelag wie auch die Möblierung der Fußgängerzone sind mittlerweile „in die Jahre gekommen“ und sollten mittelfristig saniert werden.

Geschäftsausräumungen, Werbedreiecksständer und sonstige Freirauminfrastrukturen (Ausstellungstafeln u.a.) sind tendenziell bereits als „street cluttering“ anzusprechen, verstellen den Blick auf das Wesentliche und nehmen den öffentlichen Raum in einem Übermaß in Beschlag.

Empfehlungen:

- Tendenzielle Einschränkung der Inanspruchnahme des öffentlichen Raums durch Geschäftsausräumungen, Werbeständer u.a.
- Belagsneugestaltung unter Berücksichtigung der Kriterien Barrierefreiheit, Alltagsauglichkeit und Corporate Design
- Ziel sollte die Entwicklung eines leitbildgebenden, einheitlichen Corporate Designs für die Fußgängerbereiche der Brucker Innenstadt sein: einheitliche unverwechselbare Gestaltungssprache für alle Platz- und Fußwegoberflächen im Innenstadtbereich

- Nutzung frei zu spielender Flächen für die Aufstellung ergänzender Sitzmöbel (nicht-kommerzielle Aufenthaltsbereiche / Bereiche für Kurzeitenaufenthalt während des Einkaufs)
- Aktive Einbeziehung der örtlichen Geschäftsinhaber wie auch der Brucker Bevölkerung bei Relaunch der Fußgängerzonengestaltung



### Minoritenplatz

Der Minoritenplatz stellt einen städtischen Kleinplatz dar, der räumlich zwischen Wiener Tor und dem Beginn der Mittergasse vermittelt und in diesem Sinn als Entree zur Fußgängerzone fungiert. In seiner Gestaltungssprache ist der Platz mit der raumakzentuierenden Brunnenskulptur allerdings eigenständig.

Die Nutzungsintensität ist vergleichsweise gering, nicht zuletzt im Zusammenhang mit den zahlreichen umliegenden leer stehenden Geschäftslokalen.

Andererseits wird der Platz in der Außenwahrnehmung – auch durch jugendliche BruckerInnen – tendenziell positiv gesehen.



Es ist festzuhalten, dass der Platz hohes Nutzungspotenzial aufweist, das durch einen gestalterischen Re-launch – in Verbindung mit dem im Bereich Wiener Tor zu setzenden Maßnahmen bzw. einer gestalterischen Aufwertung der Mittergasse wie auch einer bewussteren Grünflächengestaltung gestärkt werden könnte.

In Hinblick auf die Grünflächengestaltung bietet es sich an, für den Gesamtbereich der öffentlichen Grünflächen in der Brucker Innenstadt ein Leitbild zu entwickeln, das der „Beliebigkeit“ der aktuellen Bepflanzungstypologien ein eigenständiges „Brucker Grünflächenprofil“ entgegenstellt. Neben einer bewussten Farb- und Formensprache sollte dabei das Ziel größtmöglicher Nachhaltigkeit (standortgerechte, heimische Artengarnituren mit minimiertem Pflege- und Bewässerungsbedarf) verfolgt werden.

### **Wiener Tor**

Das Wiener Tor stellt – auf dem Weg zwischen neu gestaltetem Bahnhof und Stadtzentrum das eigentliche „Tor zur Stadt“ dar. Die hier jedenfalls unbefriedigende gestalterische Situation wurde durch den Rückbau der Hochstraße prominent in den optischen Fokus gesetzt und verdeutlicht stadtgestalterischen Handlungsbedarf.

Auch die Verkehrssituation im Bereich des Wiener Tors erscheint noch suboptimal. 2 Schwerverletzte seit Fertigstellung der neuen Kreuzungs- und Straßengestaltung verdeutlichen dies.

Die Situation im Bereich des Wiener Tors stellt weniger eine reine Gestaltungsaufgabe dar, sondern bedarf einer grundsätzlichen städtebaulichen Reflexion.

Aufzuwerten ist auch die Fußgängerpromenade zwischen Bahnhofsbereich und Wiener Tor, die sich aktuell nur bedingt attraktiv darstellt (begleitende Grüngestaltung, Möblierungselemente u.a.).

### **Schloßbergplateau**

Das Schloßbergplateau stellt den prominentesten Aussichtspunkt auf die Brucker Altstadt dar, zeichnet sich in seinem Ambiente, geprägt durch historische Bausubstanz und einen markanten Altbaumbestand, durch besondere Attraktivität aus, bietet reizvolle Aufenthaltsnischen, hat aber durch die Sperre des Etzersteigs als kurzem, direkten Aufgang unmittelbaren Innenstadtbezug seine Funktion als gern frequentierter Aufenthaltsort von Jugendlichen verloren.

In Wert gesetzt wird der Ort aktuell durch fakultative Veranstaltungen und eine temporäre gastronomische Bespielung.

Auch wenn die Sperre des Etzersteigs eine Antwort der Stadtgemeinde auf evidente Vandalismus- wie auch Drogenprobleme war, ist über eine engere räumlich-funktionale Verknüpfung von Innenstadt und Schloßbergplateau wieder nachzudenken, um das Freiraumpotential des Ortes nicht zuletzt vor dem Hintergrund

des übergeordneten Ziels der Belebung der Brucker Innenstadt komplementär und adäquat nutzen zu können.

### **Brucker Stadtpassagen**

Das Stadtzentrum von Bruck an der Mur zeichnet sich durch hohe räumliche Durchlässigkeit, nicht zuletzt durch charaktergebende schmale Durchgänge und Passagen, aus, die bis dato nicht genutzte Potenziale zur gestalterischen In-Wert-Setzung erkennen lassen.

Vor dem Hintergrund des Ziels, Bruck als „Stadt der kurzen Wege“ und der „Flaniermeilen“ zu stärken, gilt es, auch die Passagen zwischen den einzelnen Straßenachsen aufzuwerten ( Fassaden- und Belagssanierungen, Vitrinen, akzentuierende Beleuchtung, künstlerische Interventionen u.a.).

### **Schiffländ**

Bruck an der Mur liegt zwar namensgebend am größten Fluss der Steiermark, die Stadt wendet sich aber (traditionell) tendenziell vom Fluss ab. Die Lage am Fluss wurde nur bedingt stadtplanerisch in Wert gesetzt. Eine attraktive Uferpromenade oder inszenierte Murblicke – abgesehen von der Situation in Verlängerung der Ringelschmiedgasse - fehlen.

Abgesehen von der wegweisenden, gastronomischen Bespielung des Baderhauses fehlen an der „Rückseite“ der Stadt aktuell auch die Nutzungs- und Besuchsanreize der Uferstraße.

Ohne Zweifel wurde das örtliche Potenzial seitens der Stadtverwaltung bereits als solches erkannt und wurden erste Gestaltungsschritte (Belagsgestaltung / Aufenthaltsbereich / Sitzmöbel) gesetzt.

Diese gilt es allerdings vor dem Hintergrund des Ziels, die aktuelle „Ungunstlage“ an der Mur schrittweise zu einer „Gunstlage“ zu machen, verstärkt fortzusetzen.

Empfehlungen:

- Herstellen eines engeren Flussraumbezugs zwischen Schiffländ und Mur:  
Orientierung attraktiver Aufenthaltsbereiche zum Wasser, Zugänge / Sitztreppenanlagen zum Wasser, Plattformen o.ä.
- Schaffung eines spezifisch auf die Bedürfnisse der Brucker Jugendlichen abgestimmten „Jugendtreffs“ im Bereich der Schiffländ (optional nahe Rampe vom Grazer Tor) auf Basis eines zu initiierenden Beteiligungsprojektes
- Erstellung eines langfristigen Leitbildes für den Bereich Schiffländ (Gebäude-/ Erdgeschoßzonen-nutzung in Verbindung mit anbindendem öffentlichem Raum)

## **Fehlendes Leitsystem**

Die Beschilderungen und Hinweistafeln im Stadtraum gehen teils in einem intensiven „street cluttering“ unter. Ein einheitliches, CI-gebendes Informations- und Leitsystem fehlt.

## **Übergeordnetes Leitbild**

Der öffentliche Raum in Bruck ist gesamthaft zu betrachten und als wesentlicher Träger städtischen Lebens im Rahmen eines übergeordneten, auf einem Nutzungsmodell basierenden, Rahmenkonzeptes – unter Einbeziehung der planungsbetroffenen Bevölkerung - schrittweise aufzuwerten.

In diesem Sinn sollten die zu setzenden Gestaltungsmaßnahmen in ein übergeordnetes, rahmengebendes und möglichst breit mit der planungsbetroffenen Bevölkerung akkordiertes Leitkonzept für den öffentlichen Raum eingebettet werden.

Als Best practice Beispiel für ein Leitbild für den öffentlichen Raum kann Wien dienen:

### **Wien: Leitbild für den öffentlichen Raum**

Auch wenn das Thema öffentlicher Raum im Zusammenhang mit einer Millionenstadt in größerer räumlicher Dimension diskutiert wird, lässt sich der Leitbildprozess als Planungsmuster auf Städte nahezu jeder Größe übertragen.

In den Jahren 2007 bis 2009 wurden –auf Basis fachlicher Konsultationen (Stand der Forschung und Wissenschaft) wie auch einer internationalen Best practice-Recherche am Sektor Stadtgestaltung - im Rahmen eines interdisziplinären Arbeitskreismodells, zu dem VertreterInnen aller tangierten Dienststellen des Magistrats der Stadt Wien eingeladen wurden, strategische Ziele wie auch konkrete Schlüsselmaßnahmen zur Stärkung der vielfältigen, möglichen Funktionen des öffentlichen Stadtraums entwickelt, publiziert sowie öffentlich diskutiert und reflektiert. Es wurden Folder, Fachpublikationen und Checklisten erstellt, die nicht nur den öffentlichen Raum zu einem breiten öffentlichen Diskussionsthema machten, sondern auch die konkreten Maßnahmenumsetzungen in den Wirkungsbereichen der unterschiedlichen Stadtakteure und Stakeholder begünstigen.

Prämissen des erstellten Leitbildes sind folgende zentrale Positionierungen:

- Der öffentliche Raum ist ein wesentlicher Bestandteil der räumlichen wie sozialen städtischen Struktur und bedarf der gleichen Aufmerksamkeit und der gleichen planerischen Verantwortung wie die bebauten Räume.
- Der öffentliche Raum ist ein wesentlicher Baustein für eine nachhaltige Stadtentwicklung.

- Im öffentlichen Raum überlagern sich die vielfältigen Nutzungsansprüche einer dynamischen städtischen Gesellschaft.
- Ziel der Stadtplanung und Stadtgestaltung ist es, eine Balance zwischen diesen Interessen zu ermöglichen.
- Der öffentliche Raum ist Raum für Interaktion und zum Verweilen, er bedient öffentliche Interessen ebenso wie individuelle und kommerzielle Bedürfnisse.
- Seine Qualität und Ausformung ist bestimmend für die Lebensqualität in der Stadt und für die Attraktivität des Standorts. So wird der Wert von Immobilien auch wesentlich von der Qualität der öffentlichen Räume beeinflusst.

Untergeordnet wurden die erstellten strategischen Maßnahmenziele unter anderem folgenden Zielen:

- Der öffentliche Raum muss grundsätzlich zugänglich bleiben. Daher müssen alle stabilen und längerfristigen Interventionen am Nutzen für das Gemeinwesen ausgerichtet sein. Gleichzeitig soll der öffentliche Raum für temporäre individuelle Nutzungen verfügbar sein.
- Öffentliche Räume brauchen Funktionsvielfalt, Vernetzungen, fußläufige Erreichbarkeit, Aufenthaltsqualität, ökologische Qualitäten und ausreichende Größen.
- Der öffentliche Raum muss fachübergreifend und in all seinen Aspekten gleichwertig gestaltet und bewirtschaftet werden.
- Der öffentliche Raum soll zukünftig in der Politik, bei BauträgerInnen und in der Bevölkerung höhere Wertschätzung erfahren.

Durch die inhaltliche Breite der Diskussionen und die Einbeziehung von FachexpertInnen aus unterschiedlichen Disziplinen, von PolitikerInnen und VertreterInnen der planungsbetroffenen Bevölkerung umfasst das erstellte Leitbild konkrete Anweisungen zum Umgang mit Fragen des gender mainstreamings genauso wie Mindeststandards und Qualitätsverbesserungen für FußgängerInnen, Maßnahmen zur Entschärfung von Angsträumen und Gefahrenstellen im öffentlichen Raum oder etwa der Förderung von räumlichen Schwerpunktprogrammen (Kultur, Jugend, Bildung etc.) im öffentlichen Raum.

(vgl. hierzu STADTENTWICKLUNG WIEN, 2009)



In Orientierung am Best practice Beispiel aus Wien lassen sich folgende Empfehlungen für den Prozess der Aufwertung des Öffentlichen Raums in Bruck an der Mur ableiten:

- Da sich im öffentlichen Raum das Stadtleben in seiner Vielfalt und Variabilität abbildet, muss eine Auseinandersetzung mit eben diesem, mit sozialen Prozessen, artikulierten und nicht-artikulierten Bedürfnissen der unterschiedlichen NutzerInnengruppen wie auch laufender gesellschaftlicher Entwicklungen und Trends an den Anfang jeder Diskussion gestellt werden.
- Es ist eine Positionierung der Stadt erforderlich, die möglichst breit zu diskutieren und nach Möglichkeit zu akkordieren ist, wobei der Umgang mit dem öffentlichen Raum und dessen Gestaltung über den Wirkungs- und Verantwortungsbereich der Stadtverwaltung hinauszugehen hat. Umgang und Gestaltung des öffentlichen Raums sind als „öffentliches Anliegen“ mit nach Möglichkeit gemeinsam getragener Verantwortung zu definieren.
- Die Entscheidungen hinsichtlich konkreter Interventionen in den öffentlichen Raum, einer Platzgestaltung, neuer Möblierungselemente oder der kulturellen Besspielung des Hauptplatzes sollten erst am Ende des o.a. Diskussionsprozesses stehen und nach Möglichkeit Ergebnis eines partizipativen Prozesses sein.

Module einer Leibidentwicklung für den öffentlichen Raum sollten jedenfalls ein:

- Raubeobachtung und Situationsanalyse  
Ausgangspunkt jeglicher Maßnahmensetzungen im öffentlichen Raum muss eine umfassende Analyse sowohl der physischen Rahmenbedingungen, als auch der Raumnutzungen unter besonderer Beachtung der (möglichen) Ansprüche der unterschiedlichen Bevölkerungsgruppen sein. Es sind darauf aufbauend Stärken-Schwächen-Profile der betrachteten Räume und gegebener räumlicher Potenziale zu erstellen.
- Fachübergreifende Leitbilderstellung  
Basis weiterführender Gestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum sollte ein umfassendes Leitbild sein, das fachübergreifend das Thema behandelt, also dessen angestrebte Funktionen gleichwie gestalterische und sozialräumliche Maßnahmenziele umfasst. Dieses Leitbild ist zur Diskussion zu stellen und sollte möglichst breit akkordiert werden.

- Einbindung der Planungsbetroffenen

Zentrale Bedeutung kommt der Einbindung der planungsbetroffenen Bevölkerung in die Diskussionen über den öffentlichen Raum zu. Die Beteiligungsformate sollen nach Möglichkeit so gewählt werden, dass VertreterInnen aller relevanten Bevölkerungsgruppen und sozialen Milieus angesprochen werden können.

- Stadtgestaltung als laufender Prozess

Die Gestaltung des öffentlichen Raums stellt vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Entwicklungen und sich stetig ändernder Lebensstile und Freizeiterwartung einen laufenden Prozess dar, erfordert stetes Reagieren und ist nicht als abgeschlossene Planungsaufgabe zu sehen.



## 7 Handlungsfeld Jugendkultur

### 7.1. Nonkonforme Jugendkultur

Die Phase der Jugend ist in erster Linie geprägt von Selbstfindung, die am Übergang vom Kindes- zum Erwachsenenalter von jedem Menschen zu leisten ist. Es kommt dabei zur notwendigen „Ablösung“ von den Eltern. Prägende Strukturen aus dem Kindesalter werden aufgegeben zugunsten individueller Entfaltung. Es ist häufig eine schwierige Positionsbestimmung, in deren Zusammenhang die Zugehörigkeit zu soziokulturellen und ethnischen Gruppen, aber auch die materiellen Voraussetzungen wesentliche Rahmenbedingungen darstellen. Der rasche gesellschaftliche Wandel, ökonomische Entwicklungen wie auch ein unsteter Arbeitsmarkt geben dabei in der Regel wenig Halt und Orientierung. Die Sozialisation in den Schulen wird von dem Wandel zur Informationsgesellschaft und dem Anspruch, den vielfältigen Anforderungen des Arbeitsmarktes gerecht zu werden, stark geprägt. *„Räume für Entfaltung sozialer Kompetenz gehen in diesem Spannungsfeld oft verloren“* (vgl. HABERMANN-NIESSE, 2010).

Ein Teil der Jugendlichen hat das Bestreben, diesen Selbstfindungsprozess und diese Lebensphase verstärkt auch im öffentlichen Raum auszuleben, während für einen Teil der Jugendlichen er von einem bewussten Rückzug ins häusliche Umfeld begleitet ist (vgl. hierzu SHELL DEUTSCHLAND HOLDING, 2006).

Entscheidend ist dabei auch die durch Herkunft, Lebensstil, Geschlecht, ethnische, soziokulturelle und bildungsbezogene Differenzierungen bestimmte Milieuzugehörigkeit. Die Unterschiedlichkeiten dieser Milieus bedingen auch ebenso vielfältige Anforderungen und Erwartungen an das städtische Umfeld und die anzubietenden Freiräume.

Erhöhte Bedeutung bekamen dabei in den letzten Jahrzehnten die Konsummuster.

*„Zu den außerhäuslichen Konsumwelten gehören Kinos, Diskotheken, Musikläden, Malls von Kaufhausflächen, Kneipen, Jugendzentren, Videotheken und Spielhallen. Diese Orte können eigenständig ohne familiäre Einbindung genutzt werden und sind deshalb für Jugendliche besonders attraktiv. Hier bieten sich Freiräume für den Kontakt zu Gleichaltrigen und viele Möglichkeiten zur Selbstdarstellung. Damit wird der städtische öffentliche und halböffentliche Raum auch zu einem Ort der Selbstentfaltung und Emanzipation“* (HABERMANN-NIESSE, 2010).

Fehlen diese besonderen Anlaufstellen in einer Innenstadt und finden sich auch im öffentlichen Raum, auf den Plätzen und Parks einer Stadt, nicht geeignete Bespielungs- und Inszenierungsorte oder steht dem aus-

gelebten bewussten „Anderssein“ der Jugendlichen ein Klima der Intoleranz und Restriktionen gegenüber, geht die Jugendkultur dort verloren, wird ausgewichen an andere Orte der Umgebung, in Nachbargemeinden und nächst liegende Städte.

Dieses Phänomen des Abwanderns der Jugendkultur aus zahlreichen Stadtkernbereichen vor dem Hintergrund einer nicht gegebenen Toleranz gegenüber einem nonkonformen Ausleben von Jugendkulturen ist mittlerweile ein in Österreich weit verbreitetes, zu beobachtendes Muster. Jugendliche als aktive StadtnutzerInnen und „Stadtsurfer“, die sich in der Stadt treffen, im öffentlichen Raum „chillen“, herumlungern, konsumieren und einkaufen gehen, fallen in der Regel auf, genauso wie deren Fehlen rasch zum Bild einer nicht lebendigen Stadt führen kann.

Der Umstand, dass Jugendliche in Stadträumen nicht von allen PassantInnen und AnwohnerInnen gerne gesehen werden und sich zwangsläufig Konfliktsituationen ergeben, führt häufig zu Überreaktionen der Stadtverwaltungen, etwa in Form des Schließens von Jugendtreffpunkten und –zentren in der Innenstadt, zu verstärkter Kontrolle und Maßregelungen oder zum Verbot des Alkoholkonsums in ausgewählten Platz- und Innenstadtbereichen.

Dahinter steckt in der Regel nicht der Wunsch eines jugendfreien Stadtzentrums, sondern die Illusion, dadurch ein angepasstes, „konformes“ Verhalten der Jugendlichen im öffentlichen Raum erzwingen zu können. Dass dabei das Wesen der Jugendphase als Selbstfindungsprozess, in dessen Rahmen die „Nonkonformität“ einen integrativen, unverzichtbaren Entwicklungsschritt darstellt, negiert wird, wird dabei zu- meist entweder verdrängt oder nicht erkannt und vor allem nicht in seiner sozialen Dimension Wert geschätzt.

Nimmt man die häufig proklamierten Ziele der Jugend- und Familienfreundlichkeit ernst und will man der tendenziellen „Überalterung“ zahlreicher Innenstadtbereiche österreichischer Städte etwas entgegen setzen, heißt es, sich der Jugendkultur in ihren vielfältigen, sich stetig wandelnden Facetten zu stellen und ihr die entsprechenden Räume zur Artikulation zu bieten, wobei es dabei gilt, die Verantwortung für öffentliche Räume und die Gestaltung von Jugendeinrichtungen in einem hohen Maß an die Jugendlichen selbst zu delegieren, ohne ihnen dabei die notwendige Unterstützung ihres Engagements zu verweigern. Hinsichtlich der Ermöglichung von Jugendkultur im öffentlichen Raum stellt die Partizipation der Betroffenen nicht nur eine Option, sondern eine Notwendigkeit dar.

## 7.2. Jugend in Bruck an der Mur

Nach der Landeshauptstadt Graz war Bruck an der Mur die zweite steirische Stadt, die einen eigenen Stadtjugendrat ins Leben rief, in dem die Jugendlichen über ihre Vorstellungen und ihre Ideen diskutieren konnten. Aus einer der Zukunftswerkstätten entstand das Projekt „Factory 2010“, ein Jugendtreffpunkt, der im Dezember 1996 eröffnet wurde. Es wurden sucht- und gewaltpräventive Projekte entwickelt, zwei bis dreimal jährlich eine eigene Jugendzeitung veröffentlicht und Reisen zu Partnerstädten in Frankreich und Deutschland unternommen. 1998 wurde Bruck an der Mur als kinder- und jugendfreundlichste Gemeinde der Steiermark ausgezeichnet.

2001 war die mediale Resonanz groß, als Bruck an der Mur begann, im Rahmen des Projektes „teens open space“ sog. „soziale Vorrangflächen“ gemeinsam mit Brucker Jugendlichen in zahlreichen Workshops zu definieren und ein konkretes „jugendaffines“ Freiraumleitbild zu formulieren. Ergebnis waren konkrete Maßnahmen, die einer lebendigen Freiraumkultur dienten, etwa die Errichtung einer Terrasse am Schlossbergplateau, die Schaffung von Aufenthaltsmöglichkeiten am Murspitz, ein Street-Soccer Platz auf der Murinsel oder die Errichtung eines Pavillons als Jugendtreff im Stadtpark.

Im November 2003 heißt es noch im Newsletter 23 der FH Joanneum zum Thema Studieren in Kapfenberg: *„Und im benachbarten Bruck an der Mur lädt eine regelrechte Fortgehmeile zur Kühlung des „Saturday Night Fevers“ ein“.*

Mittlerweile findet sich im Stadtentwicklungskonzept der Stadtgemeinde Bruck an der Mur unter den zentralen Zielsetzungen noch die „Schaffung von Freiräumen für die Jugend“, während die Jugendkultur sich in der Schulstadt kaum mehr im Innenstadtbereich manifestiert.

Mit der sukzessiven Ausdünnung der Einkaufsmöglichkeiten in der Brucker Innenstadt wanderten insbesondere jene Läden, die sich etwa am Modesektor primär an den Bedürfnissen von Jugendlichen orientierten, in die Einkaufszentren der benachbarten Städte Leoben und Kapfenberg ab und es entwickelte sich dort eine lebendige „junge“ Lokalszene.

Verstärkt wurde diese Abwanderung der Jugendlichen aus der Innenstadt zudem durch ein „Alkoholverbot auf öffentlichen Plätzen“ über ortspolizeiliche Verordnung mit einem Geltungsbereich, der den gesamten

Innenstadtbereich abdeckt, und durch eine hohe soziale Kontrolle, mit der auf massive Konfliktsituationen und Drogenmissbrauch im öffentlichen Raum reagiert wurde.

Obwohl mit den gesetzten Maßnahmen nicht das völlige Verdrängen von Jugendkultur im Innenstadtbereich intendiert, sondern nur das Lösen vorhandener Konflikte versucht wurde, sind die Folgen augenscheinlich drastisch. Die Außenwahrnehmung der Stadt durch die jugendliche Bevölkerung ist zu einem Großteil kritisch bis negativ und sie fühlen sich weder willkommen noch in ihren Anliegen ernst genommen.

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Neupositionierung der ehemaligen Handelsstadt Bruck an der Mur soll nun die Innenstadt verstärkt als attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort, der sich auch durch Familienfreundlichkeit auszeichnet, beworben werden.

Dabei gilt es nicht zuletzt auch der Jugendkultur im Rahmen einer belebten Innenstadt den entsprechenden Stellenwert einzuräumen. Schrittweise soll über die neu bestellte Jugendbeauftragte wieder der „direkte Draht“ zu den Jugendlichen gesucht werden, als Basis für die Entwicklung und Umsetzung konkreter Projekte, wobei verstärkt dabei die Möglichkeiten neuer sozialer Medien genutzt werden sollen und bereits eine Facebook-Gruppe „Platz der Jugend Bruck Mur“ begründet wurde.

Auch eine Neugestaltung des Jugendzentrums „Factory“ - gemeinsam mit den Jugendlichen - ist im Gange. Allerdings können aufgrund der peripheren Lage des Jugendzentrums derzeit fast nur Kinder und Jugendliche der umliegenden Wohnquartiere angesprochen werden.

Erfolgsprojekte wie der „Checkpoint Jugendwarterraum“ am Bahnhof Bruck/Mur, der Kindern und Jugendlichen im Alter von 6 bis 25 Jahren zur Verfügung steht, wo neben der Erledigung von Aufgaben gespielt, geplaudert, gesurft oder gebastelt werden kann und bei diversen Problemen auch Beratung, Information und Unterstützung geboten wird, wird fortgeführt.

In einem Gespräch mit regional tätigen Streetworkern wurden unter anderem folgende Einschätzungen in Bezug auf die Bedürfnisse Jugendlicher In Bruck angesprochen:

- Jugendliche sind in Bruck an der Mur nicht erwünscht, höchstens geduldet (Alkoholverbot, Ausgehzeiten verschärft etc.).
- Man muss Jugendlichen in Bruck verstärkt signalisieren, dass sie hier erwünscht sind.
- Partizipation von Jugendlichen ist aktuell kein Thema der Stadtgemeinde, wäre aber jedenfalls notwendig.



- Es besteht keine eigentliche Jugendarbeit in Bruck.  
(Anm.: Das Gespräch wurde noch vor der Bestellung der engagierten, neuen Jugendbeauftragten Aysha Khosravi der Stadtgemeinde Bruck geführt.)
- Es sind nur „brave“ Jugendliche gefragt; unangepasste Jugendliche sind keine Zielgruppe.
- Es fehlen geeignete kulturelle Angebote (Musikangebote, Filmangebote u.a.).
- Es fehlen in der Stadt geeignete Wohlfühloasen für Jugendliche.
- Der Brucker Hauptplatz bietet keine Nischen für Jugendliche; alle Aufenthaltsbereiche sind zu prominent einsehbar.
- Auch am Bahnhofsvorplatz (potenzieller Treff- und Aufenthaltsbereich) werden Jugendliche bzw. Jugendkultur nicht geduldet.
- Funktionierende Schulsozialarbeit in Neuer Mittelschule
- Aktuelle Lage des Jugendzentrums ist eine „Katastrophe“; das Jugendzentrum „versteckt sich im Keller“. (Anm.: Jugendzentrum in Kapfenberg ist viel präsenter und daher auch stets gut frequentiert.)
- Regionale Kooperation zwischen Jugendmanagerin und Jugendbeauftragter der Gemeinde.
- Es braucht einen Zusammenschluss und eine enge Kooperation all jener, die mit der Brucker Jugend zu tun haben.





### 7.3. Best Practice Beispiele am Sektor Jugendkultur

Es ist kaum möglich, den Erwartungen und Bedürfnissen von Jugendlichen in ihren unterschiedlichen, sich stetig wandelnden Milieus ohne deren aktive Einbeziehung und Partizipation gerecht zu werden. In zahlreichen, internationalen Modellvorhaben konnte gezeigt werden, dass Jugendliche in der Regel in einem hohen Maß bereit sind, Mitverantwortung für öffentliche Räume zu übernehmen.

Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang, dass zahlreiche Beispiele zeigen, dass über Initiative und Engagement von Jugendlichen auch stadträumliche Verbesserungen zustande kommen können, die nicht nur den Jugendlichen selbst, sondern auch – generationenübergreifend – den AnwohnerInnen zugutekommen und in diesem Sinn Mehrwert für die ganze Stadtgesellschaft generieren.

#### Jugendarbeit in der Stadtgemeinde Wörgl

Die Stadtgemeinde Wörgl setzt im Zusammenhang mit aktiver Jugendarbeit Standards, in dem sie sich über eine Vielzahl an Plattformen den Anliegen von Kindern und Jugendlichen widmet. Über den gemeinsamen Dachverein komm!unity wird das Jugendzentrum „zone - jugend freiraum wörgl“ geführt, werden unter dem Titel „achterbahn – mobile jugendarbeit“ die Anliegen von Jugendlichen vor Ort unterstützt, wird unter dem Titel „infoeck“ eine Plattform für jugendrelevante Informationen bereit gestellt und wird unter anderem unter dem Namen „I-MOTION“ ein Jugendfreizeitangebot mit sozialem Mehrwert geboten. Jugendliche ab 12 Jahre können bei I-Motion sinnvolle Tätigkeiten (Besuchsdienste im Seniorenheim, Mithilfe in der Stadtbücherei, in Kindergärten, im Recyclinghof u.a.) verrichten und erhalten dafür Zeitwertkarten. Auch Privatpersonen haben die Möglichkeit, Zeitguthaben zu kaufen, um Jugendliche damit fürs Schneeschaukeln, Rasenmähen, Babysitten, Botengänge/Einkäufe, Hilfe bei Hausaufgaben oder ähnliches belohnen zu können. Die gesammelten Zeitwertkarten werden in Gutscheine für Eintrittskarten ins Schwimmbad, Skigebiet oder Fitnesscenter, für Kinokarten, Bekleidung oder Kulturveranstaltungen umgetauscht. I-Motion schafft dadurch Gemeinschaft, belebt Nachbarschaftskontakte und unterstützt soziale Einrichtungen in Wörgl. I-MOTION ist in einem Arbeitskreis der Lokalen-Agenda-21 in der Projektgruppe „Komplementärwährung“ im Jahr 2004/2005 entstanden.

Ergänzt werden die Angebote an Jugendliche durch die Einrichtung des Jugendbeirats Wörgl durch die Stadtgemeinde selbst. Jugendliche wirken dabei aktiv an der Gestaltung des öffentlichen Raumes mit. Sie werden dabei aufgefordert, selbst zu agieren und konkrete Themen vorzugeben. Anhand der praktischen

Umsetzung werden sie mit den Strukturen der Gemeinde, den politischen Gremien und der Verwaltung vertraut. Sie erhalten in diesem Rahmen auch ein Budget für die direkte Umsetzung von Mikroprojekten.

### **Schwerpunkte der Offenen Jugendarbeit Götzis**

Die Offene Jugendarbeit Götzis bietet Räume für Begegnungen, Erlebnis- und Erfahrungsräume, soziale Lernfelder und konkrete Lebenshilfe. Die Arbeit basiert auf freiwilliger Teilnahme, Flexibilität, verläuft ohne Leistungsdruck und orientiert sich an den Interessen und Bedürfnissen der Jugendlichen. Den Jugendlichen stehen Räume zur Verfügung, an denen sie angenommen werden, wie sie sind.

Im Folgenden werden die wesentlichen Säulen der Offenen Jugendarbeit in Götzis angesprochen:

#### Jugendtreff "Chilli Chill"

Der Jugendtreff "Chilli Chill" befindet sich im Zentrum von Götzis. Der Treff wurde von Jugendlichen gestaltet und kürzlich renoviert. Im und um den Treff gilt allgemeines Alkohol-, Rauch- und Gewaltverbot. Es ist immer mindestens ein/e JugendarbeiterIn anwesend.

Der Jugendtreff ist regelmäßig am Nachmittag und Abend geöffnet.

Der Jugendtreff ist ein Ort der Begegnung und bietet ein attraktives Freizeitangebot. Alle Mädchen und Jungen ab 11 Jahren sind herzlich willkommen. Im Offenen Betrieb können sie Musik hören, diverse Spiele spielen, sich mit Freunden treffen, mit JugendarbeiterInnen reden oder einfach nur chillen und abhängen. Zusätzlich stehen noch 3 Computer mit Internetzugang zur Verfügung.

#### Mobile Jugendarbeit

Bei der mobilen Jugendarbeit geht es darum, dass die JugendarbeiterInnen dort sind, wo sich die Jugendlichen aufhalten. Das sind z.B. Schulhöfe, Spielplätze, Einkaufspassagen, Wohnanlagen etc. Die mobile Jugendarbeit ist ganzjährig "draußen" unterwegs, kennt die Jugendlichen und ihre Plätze sowie die Gewohnheiten und damit verbundenen Konflikte.

Mobile JugendarbeiterInnen sind VermittlerInnen bei Konflikten. Sie klären auf, betrachten die Gesamtsituation und suchen gemeinsam mit den Betroffenen konstruktive Lösungen, um gegenseitiges Verständnis und Toleranz zu schaffen. Dabei richtet der/ die mobile JugendarbeiterIn das Augenmerk auf die Potenziale und Ressourcen der Einzelnen und Cliquen.

### Schulsozialarbeit

Die Schulsozialarbeit „amKumma“ ist in der Offenen Jugendarbeit Götzis angesiedelt und dort fest integriert. Sie ist die Schnittstelle zwischen dem inner- und außerschulischen Bereich. Angesprochen werden in erster Linie SchülerInnen, sowie Eltern und Lehrer.

Das lösungsorientierte Angebot der Schulsozialarbeit dient zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Kindern und Jugendlichen im Gemeinwesen. Das niederschwellige Angebot reicht von einer kurzen Auskunft zwischen Tür und Angel, einer Beratung zu einem konkreten Anliegen bis hin zu einer längerfristigen Begleitung. In maßgeschneiderten Klasseninterventionen werden gruppendynamische Konflikte abgefangen bevor sie eskalieren.

### Projekte

Es werden regelmäßig Projekte und Workshops zu Jugendthemen initiiert und unterstützt, wie z.B. Mitbestimmung, Gesundheit, Konfliktbewältigung, Rauman eignung oder sinnvolle Freizeitgestaltung. Die Wahl des Themas richtet sich nach den Wünschen und Ideen der Jugendlichen sowie aktuellen gesellschaftlichen Diskussionen.

### Info - Beratung

Die Offene Jugendarbeit informiert, berät, begleitet und unterstützt Jugendliche in ihrer Phase des Erwachsenwerdens und bei Themen, die sie beschäftigen. Dies geschieht im Offenen Betrieb oder gezielt in einem Beratungstermin. Beratungsgründe sind vielfältig und sehr unterschiedlich. Unter anderem: Probleme mit den Eltern, Schwierigkeiten in der Schule, Jobsuche, Orientierungslosigkeit, Straffälligkeit etc.

Eine Beratung findet auf freiwilliger Basis statt. Bei Bedarf werden die Jugendlichen an professionelle Beratungsstellen weitergeleitet. Die JugendarbeiterInnen unterliegen dabei der Schweigepflicht.

## 7.4. Empfehlungen

Aufgrund der geführten Gespräche kann festgehalten werden, dass die Jugendlichen grundsätzlich gerne in Bruck leben.

Es besteht eine vergleichsweise hohe Bindung an die Gemeinde und Region. Vor allem die Schönheit der Umgebung (Natur, Ruhe, Sicherheit, gute Luft, Berge), das Arbeitsplatzangebot, die gute überregionale Verkehrsanbindung und vor allem auch die sozialen Netzwerke (Familie, FreundInnen) werden als sehr positiv wahrgenommen.

Für die meisten der Jugendlichen wäre die optimale Region „eine Mischung aus Stadt und Land“, sprich all die Vorteile, die das Leben in einer ländlicheren Region mit sich bringt, kombiniert mit den Vorteilen der Stadt (Straßenbahn, Lokale, Freizeitmöglichkeiten, Vielfalt, Ausbildungen, Berufschancen).

Die im Folgenden aufgelisteten Punkte stellen Empfehlungen für die Jugendanliegen in Bruck an der Mur dar, die einerseits Ergebnis der Analysen sind, sich andererseits aber auch im Rahmen der zahlreichen Gespräche als breiter Konsens zwischen Jugendlichen und mit der Jugendarbeit Betroffenen herauskristallisiert haben.

- Jugendbeauftragte: aktive Unterstützung und Einbindung in die unterschiedlichsten Verwaltungsebenen, Stärken der gemeindeinternen Kommunikation und Kooperation, auch mit den Schulen
- Zusammenarbeit mit Jugendmanagerin der Region Obersteiermark Ost und weiteren Jugendbeauftragten von umliegenden Gemeinden zum Erfahrungsaustausch  
(vgl. hierzu Studie des Instituts für Jugendkulturforschung: Jugend in der Obersteiermark Ost, 2014)
- Verlegung der Jugendzentrums in einen zentral gelegenen Leerstand in der Innenstadt  
(Anm.: Optimal wäre ein Gassen- und Kellerlokal), Einbeziehen der Jugendlichen bei allfälligen Renovierungsarbeiten
- Regelmäßige Sprechstunde des Bürgermeisters im Jugendzentrum
- Kinder- und Jugendgemeinderat: Aktives Einbeziehen von Jugendlichen in die Gemeindeentwicklung und -planung, Überlassen von Verantwortung, Bereitschaft zu partizipativer Gemeindepolitik mit zeitgemäßen Kommunikationsstrukturen, Risikobereitschaft seitens der Gemeindeverwaltung im Zuges eines partizipativen Vorgehens
- Erarbeiten eines zielgruppenspezifischen Kulturangebots mit den Jugendlichen

- Vernetzung und Zusammenarbeit der verschiedenen Jugendeinrichtungen, Schulen und Plattformen, auch im regionalen Kontext (Kapfenberg, Leoben)
- Vertrauensbildende Maßnahmen (Motivation und Integration ins Gemeindeleben statt Restriktion): Lockerung der normativen Vorgaben betreffend Alkoholverbot in der Innenstadt und Ausgehzeiten
- Verlegung der öffentlichen Bücherei bzw. einer Außenstelle ins Stadtzentrum (Leerstandsbelegung), Ausweitung der Öffnungszeiten und Erweiterung des Dienstleistungsangebotes (z.B. Lesecafé)
- Partizipative Umgestaltung von Orten als bedeutende Räume („Wohlfühloasen“) für Jugendliche:
  - Attraktivierung der Wegstrecken vom Bahnhof zu den Schulen
  - Erneuerung / Erweiterung Youth Corner im Stadtpark
  - Jugendschwerpunkt am Minoritenplatz und seiner Umgebung
  - Etablieren einer Jugendlounge o.ä. am Schlossberg
  - Schaffung von Aufenthaltsbereichen am Murufer / Schiffländ
  - Entwickeln identitätsstiftender Jugendmöbel für den Stadtraum
  - Einrichten von WLAN an mit den Jugendlichen ausgewählten Orten
- Indoor-Aufenthaltsräume (Leerstandsbelegung) am Nachmittag als Ergänzung zum schulischen Angebot (Sprachkurse, Musik und Tanzen, Kreativkurse)
- Versuch der Etablierung von generationenübergreifenden Dialogplattformen (z.B. Generationencafé, Lese- und Ausbildungspate, Geschichtenwerkstatt, Schreibinsel)
- Alternative Mobilitätsangebote für Jugendliche am Wochenende und in den Abendstunden (flexible und leistbare Taxis, App Busradar, Ausweiten Nightline etc.)

Neben den auf Kinder- und Jugendanliegen abgestimmten Empfehlungen gilt es aber als Grundvoraussetzung für eine nachhaltige Gemeindentwicklung, den bereits begonnen Prozess der Wohnraumbeschaffung für Familien in der Innenstadt zu intensivieren und ein kinder- und jugend- bzw. familienfreundliches Wohn- und Arbeitsklima in Bruck zu schaffen. Ein weiterer bedeutender Aspekt dabei ist das Abdecken der vielfältigen Ansprüche am Bildungssektor, der neben dem Wohnraumangebot einen wesentlichen potentiellen Pullfaktor für den Verbleib bzw. Zuzug von Familien und jungen Menschen darstellt.

## 8 Handlungsfeld Wohnen

### 8.1. Herausforderungen an Städtebau und Architektur - Bausubstanz in historischen Innenstädten

Die zunehmende Verödung von kleinen und mittelgroßen Innenstadtzentren verlangt auch nach neuen Strategien auf den Fachgebieten von Städtebau und Architektur. Im Vordergrund müssen Überlegungen zu den Themen Minimaldichte, zukünftige Entwicklungspotenziale, Um- und Neunutzungen von Bestandsstrukturen und Fragen des Öffentlichen Raumes stehen.

#### Wie viel Dichte braucht die Stadt?

Während für die großen Städte und Ballungsräume ein weiteres Wachstum und eine damit einhergehende Verdichtung bis Ende des 21. Jahrhunderts prognostiziert werden, stehen wir in Österreich vor der Tatsache, dass klein- und mittelgroße Städte außerhalb von wirtschaftlich starken Regionen seit Jahrzehnten von Schrumpfungprozessen betroffen sind.

Für diese Städte stellt sich also nicht die Frage nach einer noch verträglichen „Maximaldichte“, sondern die Frage nach einer „Minimaldichte“, die für das gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Überleben der Städte notwendig ist. Statt wie bisher vorwiegend in Wachstumsprozessen zu denken und zu planen, müssen wir zukünftig lernen, uns mit dem Phänomen des Schrumpfens auseinanderzusetzen. Auf politischer, raumplanerischer, städtebaulicher und architektonischer Ebene sind daher Strategien für ein Schrumpfen von „außen nach innen“ zu entwickeln.

Den teilweise unkontrollierten monofunktionalen Expansionsprozessen der Stadtentwicklungen der letzten Jahrzehnte sind nun Konzepte des Rückbaus und der Rekonzentration und innerstädtischen Verdichtung entgegenzusetzen. Eine positive „Kultur des Schrumpfens“ ist zu entwickeln.

Dieser „Kultur des Schrumpfens“ liegt hier aber keine historisch rücklaufende oder gar romantische Vorstellung zugrunde, sondern im Gegenteil, die immer rasanteren und tiefgreifenderen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen verlangen nach einer Neuformulierung des gewohnten Stadtbegriffes. Die Herausforderungen werden vor allem in der Um- und Neunutzung von bestehenden Gebäudeinfrastrukturen bzw. im langfristigen Rückbau monofunktionaler Stadtperipherien liegen.

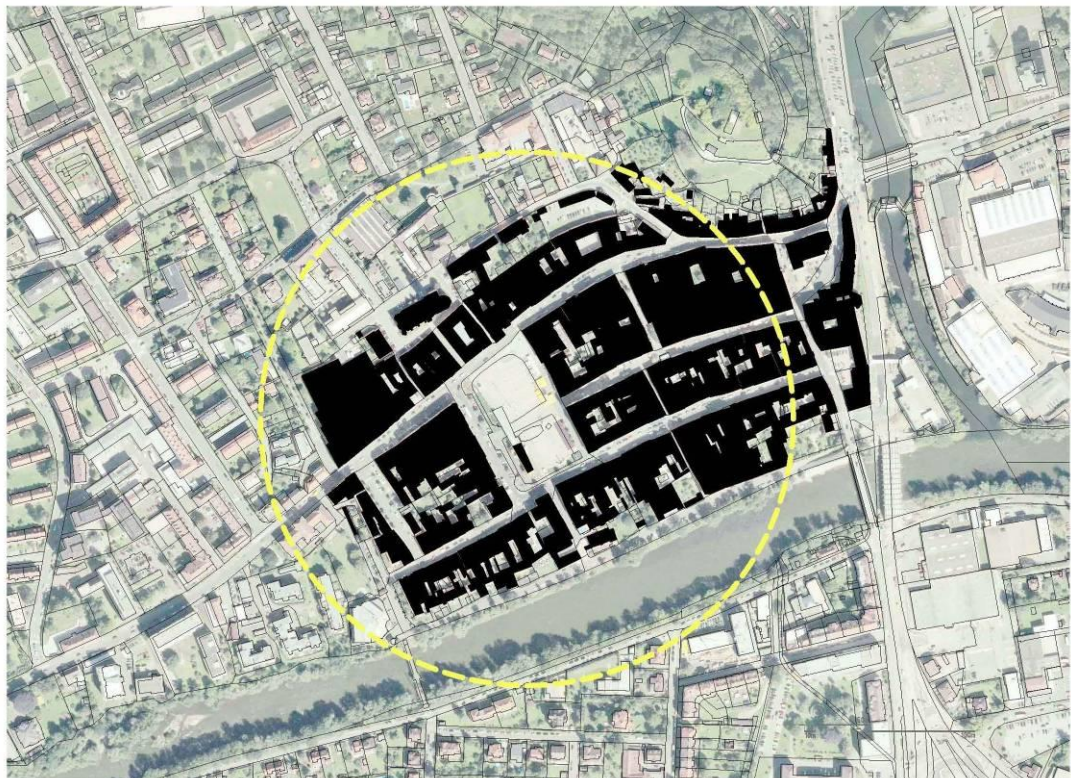


Städtebaulichen Betrachtungen von historischen Innenstädten zeigen, dass einzelne Teilbereiche und Straßenzüge aufgrund ihrer Lage, Topografie, vorhandenen Baustruktur und ihrer geschichtlichen Entwicklung unterschiedliche Potenziale für künftige Nutzungsschwerpunkte – Clusterbildungen – aufweisen.

### Die drei Pilotgemeinden im Strukturvergleich

Die drei untersuchten Innenstädte (Bad Radkersburg, Hartberg, Bruck an der Mur) verfügen alle über städtebauliche Grundstrukturen ähnlicher Größe, die weitgehend dem mittelalterlichen Stadtmodell entsprechen. Teilweise sind die ehemaligen Befestigungsanlagen noch erhalten bzw. ersichtlich. Klare Hierarchien von Haupt- und Nebenstraßen sowie die Ausbildung von Zentren in Form von Hauptplätzen sind bis heute gegeben. Die ehemaligen Hauptzugänge zur Stadt (Stadt Tore) sind ebenfalls in Lage und Funktion weitgehend erhalten geblieben.

Während in Bad Radkersburg die Grundtypologien der straßenständigen Hofhäuser (geschlossene Straßenschluchten mit Durchfahrten und dahinter liegenden Wirtschaftshöfen) weitgehend erhalten sind, ist aus dem Strukturvergleich klar ablesbar, dass in Bruck an der Mur ein großer Teil der Innenhöfe zumindest erdgeschossig verbaut und zu Einkaufspassagen bzw. Gewerbeflächen umfunktioniert wurden. Aufgrund der zunehmenden Abwanderung von mittelgroßen und größeren Einzelhandels- und Gewerbebetrieben sind in Bruck an der Mur gerade diese verbauten Erdgeschoßzonen vor allem in den B-Lagen zunehmend von Leerstand betroffen.



### **Innenstadt als Ort des Wohnens**

In allen drei untersuchten Pilotstädten ist ein allgemeiner Trend zur verstärkten Nachfrage nach Innenstadtwohnungen zu verzeichnen. Einerseits zieht es jüngere, karriere- und freizeitorientierte Bevölkerungsgruppen, andererseits aber auch ältere Menschen, vermehrt in die Stadtzentren. Hauptmotivation für beide Gruppen sind sowohl die Nähe zum Arbeitsplatz, das Angebot an Infrastruktur und Kultur, verstärkte Sozialkontakte aber auch der mögliche Verzicht auf das eigene Auto.

Für alle drei Städte gilt die Aufgabe, die Zentren als Orte des Wohnens zu stärken. Durch ein erweitertes Angebot unterschiedlichster Wohnformen sollen die Zielgruppen zukünftig erweitert werden.

### **Stärken & Qualitäten innerstädtischen Wohnraums**

- kurze Wege / Fußläufigkeit / übersichtliche Größe der Innenstadt
- gute Infrastruktur: Nahversorger, Handel, Dienstleister, Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, kulturelles Angebot (ist in den untersuchten Innenstädten nach wie vor gegeben)
- identitätsstiftendes historisches Ambiente
- starke Charakteristika des „Quartiers“ Innenstadt
- rasche Integration von neuen Stadtbewohnern möglich
- Qualität des öffentlichen Raumes (Straßen, Plätze, Parkanlagen)
- starke Differenzierung von öffentlichen, halböffentlichen und privaten Räumen
- 1A- und 1B-Lagen in unmittelbarer Nachbarschaft
- Angebot eines heterogenen Wohnraumangebotes für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen (Diversität)

### **Schwächen innerstädtischen Wohnraums**

- oftmals unzureichendes Stellplatzangebot in Zentrumsnähe
- teilweise unzureichendes Angebot an privaten Freiflächen
- erhöhtes Konfliktpotenzial durch Überschneidung von unterschiedlichen Nutzergruppen
- oftmals fehlendes Wohnraum- und Freiflächenangebot für Familien

### **Revitalisierung historischer Bausubstanz – Ortsbild- und Denkmalschutz**

Ortsbildschutz und Denkmalschutz sind maßgebliche Instrumentarien zur Erhaltung unserer historisch wertvollen Innenstädte und Baudenkmäler und sind daher von öffentlichem Interesse. Aufgrund der oftmals hohen Auflagen aus Ortsbildschutz und Denkmalschutz und der daraus zu erwartenden höheren Kosten lassen sich viele private ImmobilienbesitzerInnen von der Revitalisierung ihrer Immobilien abschrecken. Die



Grenze zwischen der Erhaltung von Ortsbildern und Baudenkmälern und der Schaffung von zeitgemäßem Wohn- und Arbeitsraum zur Belebung der Innenstädte ist eine sensible Gratwanderung und verlangt von allen Beteiligten erhöhte Sensibilität. Hier gilt es die vorgeschriebenen Auflagen gegenüber einem drohenden bzw. schon vorhandenem Leerstand und dessen Auswirkungen auf die Bausubstanz und das gesamte Quartier Innenstadt genauestens abzuwägen. Auf jeden Fall kann die Verpflichtung zum Erhalt wertvoller Bausubstanz nicht zur Gänze auf die privaten ImmobilienbesitzerInnen abgewälzt werden.

### **Stärken & Qualitäten historischer Bausubstanz**

- geschichtliche und bauliche Besonderheiten der historischen Bausubstanz
- hohe Identifikation der Bewohner mit ihrer Wohnsituation bzw. mit ihrem Wohnumfeld
- hohes Umnutzungs- und Umbaupotenzial aufgrund der großen Flächen-, Raum- und Massenreserven vor allem in den Ober- und Dachgeschoßen
- Qualitäten der Raumübergänge (von öffentlich zu privat)
- Erdgeschoßzonen für Wohnnutzungen teilweise geeignet (Hofhäuser und Wohnstraßencharakter der Nebenstraßen)
- Private Freibereiche sind teilweise durch Hofhäuser-Typologien gegeben

### **Schwächen & Risiken historischer Bausubstanz**

- oftmals schlechter Zustand der Bausubstanz
- hohe Auflagen durch Ortsbildschutz und Denkmalschutz
- hoher Revitalisierungsaufwand
- Gebäudezuschnitte oftmals problematisch (große Gebäudetiefen und die daraus resultierende Belichtungsproblematik, kleinteilige Raumstrukturen vor allem in den Erdgeschoßzonen)
- Barrierefreiheit (Einbau Lift) oftmals schwer bis gar nicht möglich
- Die Untersuchungen der Leerstandsflächen (sowohl in den Erdgeschoßen als auch in den Obergeschoßen) in den drei Pilotgemeinden haben ergeben, dass diese sich größtenteils in Privatbesitz befinden.

### **Folgende hemmende Faktoren betreffend der Revitalisierung von in Privatbesitz befindlichen Innenstadtimmobilien konnten festgestellt werden:**

- überalterte Eigentümerstrukturen und die daraus resultierende fehlende Investitionsbereitschaft
- oftmals ungeklärte Erbfolge bzw. fehlende Erbfolge
- fehlender Ortsbezug der ImmobilienbesitzerInnen bzw. der ErbInnen

- unrealistische Immobilienwerteinschätzung der BesitzerInnen
- fehlendes Bewusstsein betreffend der Auswirkungen von Leerstandsproblematik auf das gesamte Quartier Innenstadt
- fehlendes Wissen betreffend eine nachhaltigen Schädigung der Bausubstanz durch langjährigen Leerstand
- unzureichender Informationsstand der ImmobilienbesitzerInnen betreffend möglicher Förderungen
- hoher bürokratischer Aufwand bei der Abwicklung der Förderungsansuchen bzw. der Förderungsabrechnungen
- fehlende Projektentwicklungsstudien als Entscheidungsgrundlage für möglichen künftige Entwicklungen von Innenstadtimmobilen (Nutzungsstudien, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Finanzierungspläne, Umsetzung in Bauabschnitten)

#### **Förderungen Land Steiermark für Revitalisierungsbauvorhaben (Stand 05/2014)**

Aufgrund von Gesprächen mit den Gemeindebauämtern, BauträgerInnen, privaten InvestorInnen und ImmobilienmaklerInnen hat sich ergeben, dass sich die aktuellen Förderungsmodelle für Revitalisierungsbauvorhaben in den einzelnen Stadtgemeinden und Regionen wirtschaftlich sehr unterschiedlich darstellen. Der Hauptgrund dafür ist, dass sich die Errichtungskosten für innerstädtische Revitalisierungen steiermarkweit sehr ähnlich verhalten, der zu erwartende Mietzins nach Ablauf der Förderungszeiträume jedoch regional stark divergiert. Während sich im Grazer Raum innerstädtische Revitalisierungen mit den aktuellen Fördermodellen nach wie vor als wirtschaftlich attraktiv erweisen, wird die wirtschaftliche Darstellbarkeit solcher Bauvorhaben in Städten wie Bruck an der Mur oder Hartberg schon deutlich schwieriger. Aus Gesprächen mit BesitzerInnen von Innenstadtimmobilen hat sich weiters ergeben, dass der hohe bürokratische Aufwand im Zuge der Förderansuchen, Förderungsabwicklung und Abrechnung sich eher hemmend auf die Investitionsbereitschaft vieler HausbesitzerInnen auswirkt.

## 8.2. Empfehlungen

### Empfehlungen zur Schaffung innerstädtischen Wohnraums

- Mietwohnungen unterschiedlicher Größen und Standards (Diversität)
- geförderte Mietwohnungen vor allem für Familien: aufgrund der günstigen Mieten wird geförderter Wohnraum auch in Städten, die von Bevölkerungsrückgang betroffen sind, nachgefragt
- betreubares und betreutes Wohnen: möglichst zentrumsnahe mit guter Anbindung an die öffentliche Infrastruktur. Weiters werden so innerstädtische Arbeitsplätze am Betreuungssektor geschaffen.
- Wohnen und Arbeiten: Wohnateliers, Kombination von Wohnraum mit Kanzleien, Praxen, kleineren Büro- bzw. Gewerbeflächen. Speziell die Gruppe der stetig steigenden Einpersonenernehmen könnte so verstärkt in den Zentren angesiedelt werden
- Eigentum / Anlegermodelle
- Alterswohnsitze, die vorab als Zweitwohnsitze genutzt werden können

Zur Stärkung der Innenstädte muss zukünftiger neuer Wohnraum vorrangig in der bestehenden Bausubstanz geschaffen werden. Generell müssen die Stadtentwicklungskonzepte darauf abzielen, der Schaffung von neuem Wohnraum in Bestandsgebäuden gegenüber der Errichtung von Neubauten außerhalb der Zentren den Vorzug zu geben. Durch die Stärkung der Zentren als Wohnumfeld wird gleichzeitig die Versorgungsinfrastruktur des täglichen Bedarfs gestützt.

### Empfehlungen zur Revitalisierung und Umnutzungen von Bestandsgebäuden

- Revitalisierung bestehender Bausubstanz zu Wohnzwecken
- Umbau von leer stehenden Gewerbe- und Handelsflächen in B-Lagen zu Wohnungen bzw. Einrichtungen der sozialen Infrastruktur (soweit als möglich)
- Rückbau der teilweise vollflächigen erdgeschossigen Hofbebauungen bzw. Hofeinbauten
- Revitalisierung der Höfe zu halböffentlichen und privaten Freiräumen
- Schaffung von Stellplatzangeboten für AnrainerInnen in den Randzonen der Innenstädte
- Die bestehenden Fördermodelle sind in bestimmten Fällen leider nicht ausreichend und sollten unbedingt durch gezielte Sonder- bzw. Einzelförderprogramme verstärkt unterstützt werden.

Um eine flächendeckende Innenstadtentwicklung gewährleisten zu können, sollten vereinfachte Projektentwicklungsstudien für alle Leerstandsobjekte durchgeführt werden. Diese Studien sollten die Erstellung von Bestandsplänen, eine - falls notwendig - Bauforschung, Nutzungsvorschläge mit den entsprechenden Förderungsmöglichkeiten und einfache Wirtschaftlichkeitsberechnungen beinhalten. Eine eigene Förderungsschiene zur Unterstützung der LiegenschaftseigentümerInnen für solche Studien sollte dringender angedacht werden.

- Eine Flexibilisierung der Vorgaben von Ortsbildschutz und Denkmalschutz betreffend der barrierefreien Gestaltung von Gebäuden, sowie der Gestaltung von strassenseitig abgewandten Gebäudeteilen wie Innenhöfe, Fassaden und Dachflächen könnten vorhandene Raumpotentiale deutlich stärken. Etwaige Erleichterungen solcher Vorgaben müssen für jeden Anlaßfall gesondert untersucht werden.
- Die Umsetzung solcher Bauvorhaben sollte immer in enger Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden und unter Beiziehung einschlägig erfahrener PlanerInnen und Fachleute durchgeführt werden.
- Bei besonders schwierigen bzw. größeren Revitalisierungen ist die Durchführung eines Architekturwettbewerbes mit einer vorherigen qualitativ hochstehenden Projektentwicklung dringend anzuraten.

## **Empfehlungen zum Fördersystem im Sinne der Revitalisierung**

### **Allgemeine Empfehlungen**

- Anpassung der Basisförderung / m<sup>2</sup> hinsichtlich regionaler Mietzinsniveaus bzw. Einführung von zusätzlichen Bonuspunkten für strukturschwache Regionen
- generelle Vereinfachung der Förderungsabwicklung bzw. Unterstützung und Beratung der FörderwerberInnen auf Gemeindeebene (z.B. durch ein professionelle Leerstandsmanagement)
- zusätzliche Förderungen für objektbezogene Projektentwicklungen

### **Spezielle Empfehlungen**

- „Sanierungsoffensive zur Belebung von Ortskernen“ / Stand 08/2013 ist eine Sonderförderung betreffend Gebäudeankäufen von Objekten in Ortskernen durch die Gemeinden.
- Entwicklung von einfachen PPP-Modellen mit Baurechtsverträgen, um auch PrivatinvestorInnen vermehrt miteinzubeziehen

### „Umfassende Sanierung“

- Flexibilisierung der Musskriterien hinsichtlich Mindestanzahl der Wohnungen und Wohnungsgrößen
- Flexibilisierung betreffend des Alters der behördlichen Baubewilligung
- Flexibilisierung betreffend der Nutzungen: Miteinbeziehungen von Büro- und Geschäftsflächen, wenn sie im unmittelbaren Verband zur Wohnung stehen bzw. von den MieterInnen gemeinsam genutzt werden > Wohnen und Arbeiten

(Weiterführende Quelle: Amt der Steiermärkischen Landesregierung / Abteilung Energie und Wohnbau)

## 9 Handlungsfeld Mobilität und Verkehr

### 9.1. Problemlage & Herausforderung

Das Thema Mobilität und Verkehr ist eine große Herausforderung für die Innenstädte: Einerseits ist eine optimale Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln (auch mit dem KFZ und ein entsprechendes Stellplatzangebot) Voraussetzung für die Überlebensfähigkeit der Innenstädte. Andererseits leiden viele Innenstädte aber auch stark an einer Übererschließung für den KFZ-Verkehr mit starken Verkehrsbelastungen und einer Störung der Wohn- und Aufenthaltsqualität durch diese Belastung, großen Flächenbedarf für Parkplätze und überwiegend an den Anforderungen des Autoverkehrs orientierte Gestaltung der Straßen. Lösungsansätze bewegen sich im Spannungsfeld zwischen angestrebter guter Erreichbarkeit der Innenstädte, der gewünschten Wohn- und Aufenthaltsqualität sowie städtebaulich angepasster Straßenraumgestaltung.

### 9.2. Generelle Ziele und Maßnahmen

#### Ziele Mobilität und Verkehr

- Langfristiges Erreichen einer nachhaltigen Mobilitätsentwicklung (ausgewogenes Verhältnis zwischen sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Gesichtspunkten)
- Förderung des Fußgänger-, Fahrrad- und öffentlichen Verkehrs
- Optimale Erreichbarkeit der Innenstadt für alle Verkehrsmittel – Stärkung der Wirtschaft über Erreichbarkeit
- Sicherung der Erreichbarkeit für alle Bevölkerungsgruppen

#### Empfehlungen

- Zukunftssicherheit durch optimale Verkehrserschließung für alle Verkehrsträger:  
Die zukünftige Verkehrsentwicklung ist heute wesentlich schwieriger abzuschätzen als in den vergangenen Jahrzehnten, die von einer wachsenden Wirtschaft, zunehmendem Wohlstand der Mehrheit der Bevölkerung und relativ billig verfügbaren fossilen Energieträgern geprägt waren. Zur Zukunftssicherung soll die Verkehrserschließung der Innenstädte nicht nur (bzw. nicht vorwiegend) auf den KFZ-Verkehr ausgerichtet sein. Optimale Erreichbarkeit mit mehreren Verkehrsträgern unterstützt diese Zukunftssicherheit.

- Soziales Verkehrssystem Innenstadt

Ermöglichen von Mobilität in der und in die Innenstadt für alle Bevölkerungsgruppen, nicht nur für Besitzer von KFZ.

Dazu zählen die Erschließung für mobilitätseingeschränkte Personen aller Altersgruppen, Gender-Aspekte und eine Berücksichtigung von allen sozialen Gruppen etc.

- Einfache Sonderlösungen für Veranstaltungen
- Lieferservice der Geschäfte für größere Einkäufe

### 9.3. Fußgänger und Fahrradverkehr

Die Innenstadt soll für FußgängerInnen und RadfahrerInnen optimal erreichbar sein. Dazu sind sichere und komfortable Routen anzubieten, die auch die städtebaulichen Qualitäten berücksichtigen und Aufenthaltsbereiche und Flanierzonen schaffen. In engen Innenstadtsituationen soll neben den bekannten Lösungen wie Geh- und Radwegen, Fußgängerzonen etc. auch stärker ein sicheres „Miteinander“ der VerkehrsteilnehmerInnen verfolgt werden, z.B. durch die Einrichtung von Begegnungszonen.

- Durchgehendes Radroutennetz

Es soll ein durchgehendes Netz an Radrouten und Radwegen realisiert werden, um die Innenstadt optimal für den Fahrradverkehr zu erschließen.

- Leitsystem Radverkehr (städtischer Werktagsverkehr und Anbindung touristischer Radrouten), Tourismusinfo für Radtouristen
- Radabstellplätze Alltagsverkehr  
Das Anbieten von Radabstellplätzen bietet eine Qualitätssteigerung für den Fahrradverkehr. Dabei sind unterschiedliche Anforderungen für kurze Abstellmöglichkeiten (KundInnen, KurzbesucherInnen) sowie für Langzeitabstellplätze (Beschäftigte, BewohnerInnen) zu berücksichtigen.
- Radabstellplätze für Radtouristen mit Gepäck (absperreboxen).
- Radservicestationen (Werkzeug, Luftdruck, Schlauchomat etc.), mit Wartung durch Fahrradhandel. z.B. bei zentralem Punkt (touristisch und für Werktagsverkehr erreichbar und nutzbar) oder optional in leer stehendem Erdgeschoßlokal
- Einfache Lademöglichkeit für E-Bikes an zentralen Punkten der Innenstadt
- Bike and Ride Stellplätze am Bahnhof, an wichtigen Haltestellen des Busverkehrs bzw. prominenten Innenstadttorten

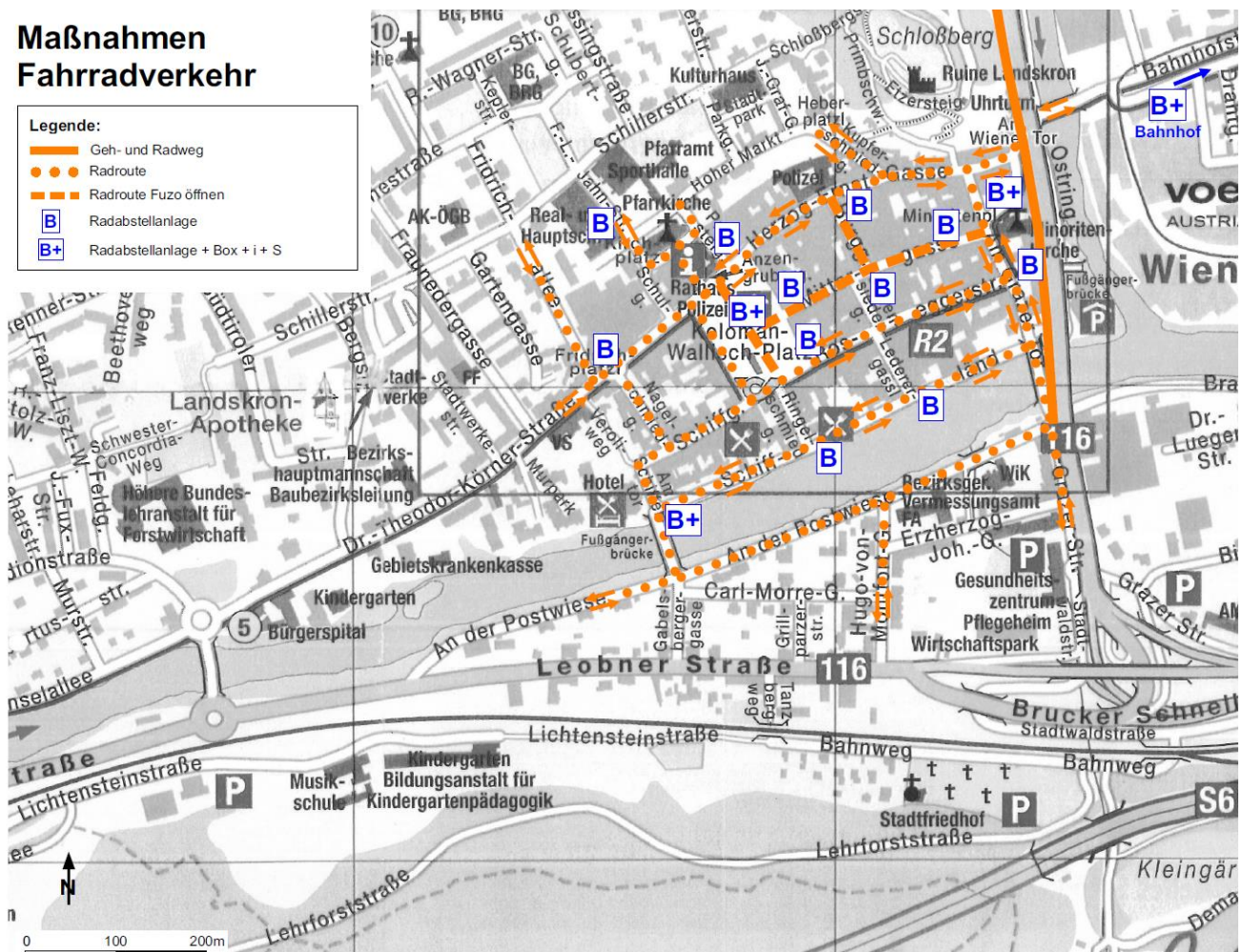


- Anbieten von Fahrradservice  
Information über die Betriebe in der Nähe und Öffnungszeiten; die Information soll im Bereich des Leitsystems und der Tourismusinfo und bei Radservicestationen vorhanden sein.
- Attraktive Fußgänger-Anbindung der Innenstadt an periphere Stadtbereiche und Parkplätze/-garagen sowie zum Bahnhof
- Verbesserung Attraktivität Fußgängerbereiche Innenstadt (Oberfläche, Breite, städtebaulich angepasste Gestaltung, Aufenthaltsqualität), z.B. Begegnungszone, Gestaltung etc. (vgl. hierzu auch Kap. 6 Handlungsfeld Öffentlicher Raum und Stadtgestaltung)
- Durch Hochgarage an Grazer Straße und der Tiefgarage unter dem Hauptplatz beste Voraussetzungen für Bevorrangung von FußgeherInnen und RadfahrerInnen im Innenstadtbereich

## Maßnahmen Fahrradverkehr

### Legende:

- Geh- und Radweg
- Radroute
- Radroute Fuzo öffnen
- B Radabstellanlage
- B+ Radabstellanlage + Box + i + s



- Aufgrund ihrer Kompaktheit und hohen räumlichen Durchlässigkeit stellt Bruck an der Mur grundsätzlich eine „Stadt der kurzen Wege“ dar.



- Aufwertung der Innenstadtgassen zu „Flaniermeilen“ unter Einbeziehung der gestalterisch aufzuwertenden Innenstadtpassagen u.a.

## 9.4. Motorisierter Individualverkehr

- Städtebaulich angepasste Gestaltung

In Abstimmung mit der angestrebten Form der Verkehrsorganisation sollen die innerstädtischen Straßen in einer städtebaulich angepassten Form gestaltet sein. Für innerstädtische Straßen ohne starke Funktion für den KFZ-Durchgangsverkehr wird eine Gestaltung empfohlen, die das Gemeinsame der Verkehrsteilnehmer und die Mischnutzung der Flächen durch FußgängerInnen, RadfahrerInnen und KFZs verfolgt.

Beispiele: Begegnungszone, Fußgängerzone

Begleitend zu den baulichen Maßnahmen sind die erforderlichen verkehrsorganisatorischen Maßnahmen zu treffen.

- Verkehrsorganisation mit dem Ziel einer weiter gehenden Verkehrsberuhigung der Innenstadt  
Ziel: Vermeidung von starkem KFZ-Durchgangsverkehr durch das Zentrum

- Leit- und Informationssystem für den KFZ-Verkehr

Realisierung eines einheitlichen hierarchischen Leitsystems / Beschilderungssystems

z.B. wie in der Stadt Graz für 2003. Integration aller erforderlichen Verkehrsziele (Landesziele, Autobahn, Tourismus, Hotels etc.) in einem gemeinsamen System / Beschilderungsträgersystem

- Parkraumkonzept, Parkraummanagement und Parkraumbewirtschaftung

Die bestehenden Regelungen sollen überarbeitet werden mit dem Ziel, eine bessere Straßenraumgestaltung (Verringerung der Stellplatzanzahl in den Innenstadtstraßen) und Attraktivierung der Flächen für FußgängerInnen und für die Aufenthaltsqualität zu ermöglichen.

- Konzepte für den Lieferverkehr, City-Logistik

Die Innenstadt soll für den Lieferverkehr gut erreichbar sein. Eine Möglichkeit ist die Verfolgung von City-Logistik Systemen, in denen von lokalen Güter-Verteilzentren die Innenstadt mit umweltfreundlichen Fahrzeugen erschlossen wird (kleinere Fahrzeuge, z.B. mit Elektroantrieb etc.).

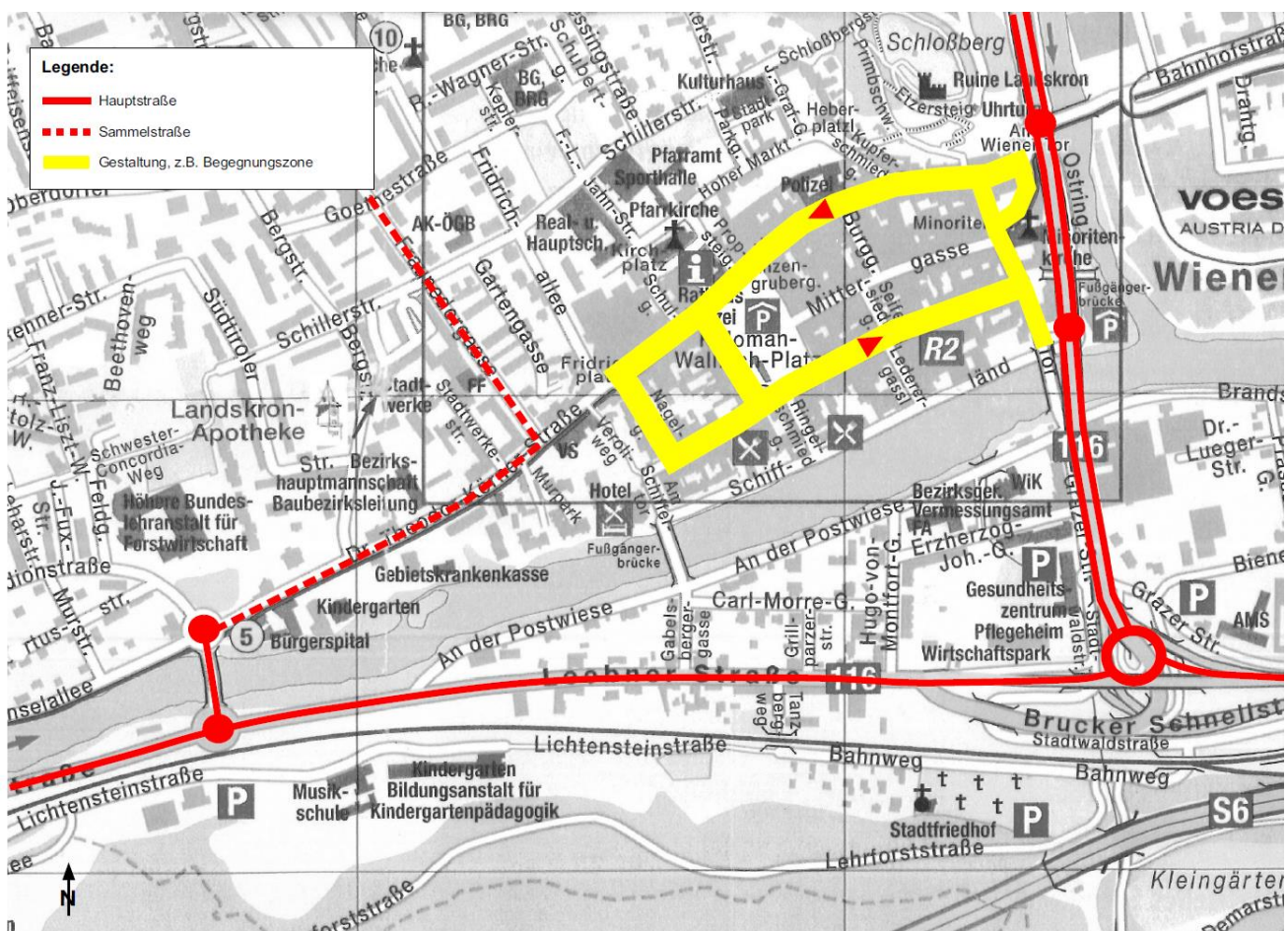
- Lieferservice der Geschäfte für größere Einkäufe

Für Kunden soll ein Lieferservice durch die Geschäfte angeboten werden, damit auch größere Einkäufe zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem ÖV erledigt werden können. Es kann eine geeignete Reaktion auf die zunehmende Überalterung der Gesellschaft (und damit auch der Kunden) sein.

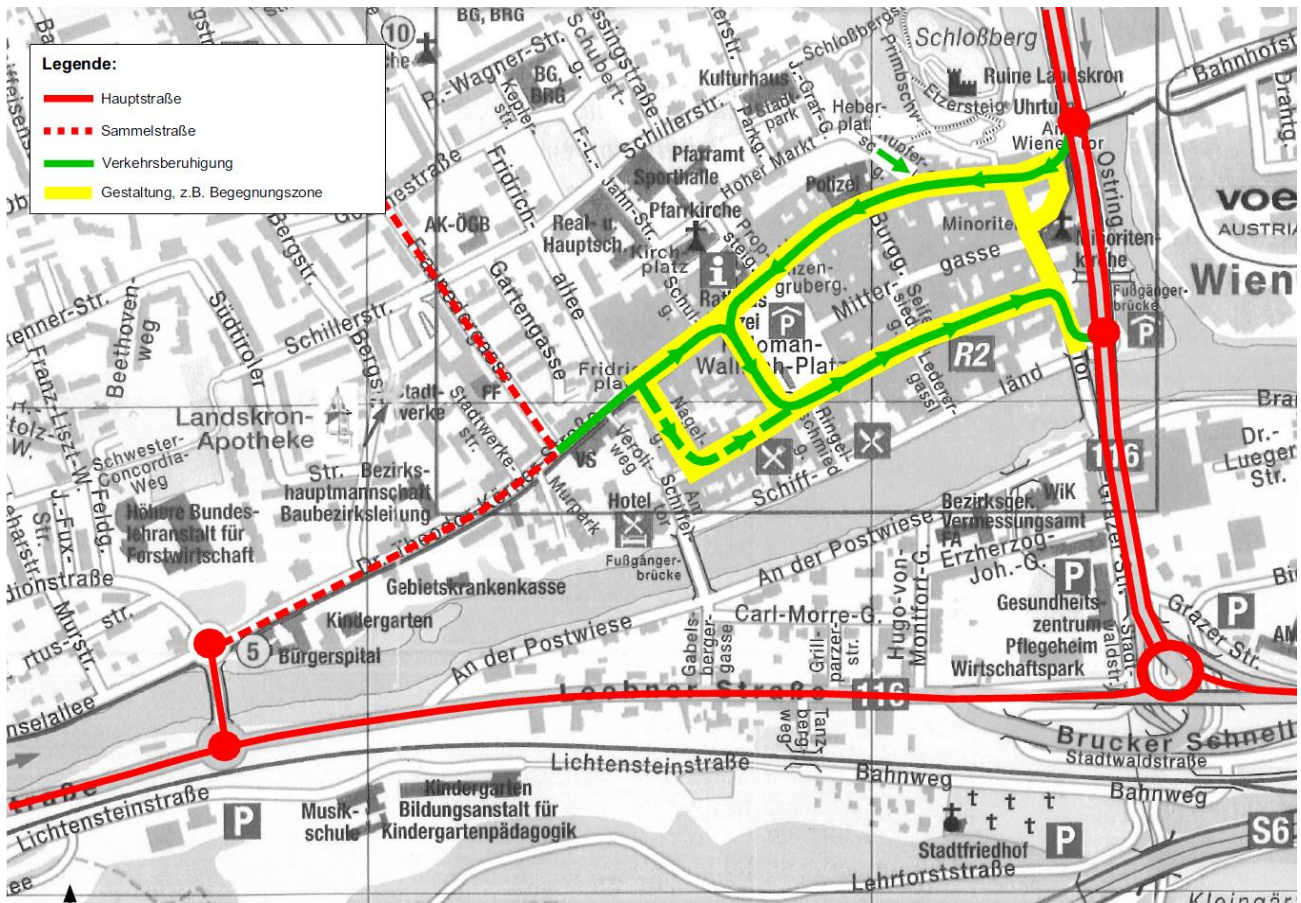
- Elektromobilität

Die Elektromobilität ist eine der möglichen Entwicklungen für die nächsten Jahrzehnte. Bisher ist allerdings die tatsächliche Benutzung der E-Mobilität gegenüber den Prognosen stark zurückgeblieben. Für die nächsten Jahre wird ein Beobachten der tatsächlichen Entwicklungen zu empfehlen sein. Bei größeren Umbauarbeiten und Garagenbauten sollen z.B. Leerverrohrungen für mögliche Ladestationen vorgesehen werden.

Variante: Bestehende Verkehrsführung / Gestaltungsmaßnahmen im Straßenraum / evtl. Begegnungszone



Variante: Verringerung Durchgangsverkehr bei Änderung der Verkehrsorganisation



## 9.5. Öffentlicher Verkehr

Ein attraktiver öffentlicher Verkehr soll einen wesentlichen Teil des Verkehrsangebotes und der Verkehrsnachfrage bilden.

- Aufrechterhaltung und Optimierung des Angebots für den öffentlichen Verkehr  
 Insbesondere seitens der Brucker SchülerInnen wurde wiederholt auf schlechte Busverbindungen abseits der bestehenden Haupttrouten im Gemeindegebiet hingewiesen.  
 Weitere Verbesserungen am Sektor des regionalen Verkehrsverbunds (Kapfenberg – Bruck – Leoben) unter besonderer Berücksichtigung der Ansprüche älterer Menschen wie auch Jugendlicher, Optimierung der Tarifgestaltung u.a.



## 10 Handlungsfeld Gastronomie, Beherbergung, Tourismus

Die gastronomische Infrastruktur ist vergleichsweise unspezifisch und stellt aus regionaler Sicht kein Alleinstellungsmerkmal Bruck an der Murs dar.

Während sich in der Umgebung Brucks verschiedene „kulinarische“ Zielpunkte finden, weist die Stadt selbst diesbezüglich bis dato kein erkennbares Profil auf bzw. wird weder auf kulinarische Alleinstellungsmerkmale, noch auf erkennbare „Regionalität“, bestenfalls auf eine „italophile“ Note gesetzt.

Die Stärkung lokaler Gastronomiebetriebe durch ein verbindendes, gelebtes Motto (z.B. regionale Produkte / Speiseangebote, Slow food o.ä.) bei entsprechender Qualität in Küche und Service sowie gemeinsame Marketingmaßnahmen sind als mögliche strategische Ziel anzusprechen. Unternehmerische Initiativen wie etwa im ehemaligen Baderhaus an der Schiffländ sind seitens der Gemeinde nach Maßgabe der Möglichkeiten zu fördern und zu unterstützen.

Die Beherbergungsangebote stellen - abgesehen vom Hotel Landskron als einsamen Leitbetrieb, der sich in erster Linie an Geschäftskunden wendet - ein wesentliches Manko Brucks dar.

Der Anspruch einer Seminar-/Kongressstadt (Bespielung Kulturhaus) kann dadurch nicht eingelöst werden. Auch der boomende Radtourismus kann dadurch nur bedingt touristisch genutzt werden.

Diesbezüglich weiterführende Strategien sind allerdings in einem regionalen Kontext zu suchen. Ein erster Schritt hierzu sollte jedenfalls eine Zusammenlegung der Tourismusverbände von Bruck an der Mur und Kapfenberg und optional auch des Tourismusverbands von Leoben sein, um gemeinsam regionale Potentiale, Synergien und Stärken in gemeindeübergreifender Kooperation bestmöglich nutzen und bewerben zu können.

Hinzuweisen ist auch darauf, dass sich Bruck an der Mur aktuell in erster Linie als kurzer „Zwischenstopp“ (z.B. für RadtouristInnen u.a) anbietet und von außen auch so wahrgenommen wird.

Die Angebotspalette an örtlichen Attraktionen und „zu erzählenden Geschichten“ würde allerdings auch die Bewerbung Brucks für Tagesausflüge bzw. für mehrtägige Aufenthalte – unter Einbeziehung der sonstigen Sport- und Freizeitangebote wie auch der Zielpunkte und Attraktionen der unmittelbaren Umgebung – begründen.

# 11 Handlungsfeld Kunst und Kultur

## 11.1. Kultur als Standortfaktor

*Es ist unbestritten: Kultur spielt als Standortfaktor für Städte eine wichtige Rolle.*

(Vgl. Schmölzer, "Creative Austria – a case study", 2002).

Dabei gilt es zunächst einmal zu klären, welchen Kulturbegriff man dieser Feststellung zu Grunde legen will. Denn Kultur als Standortfaktor bedeutet ja nicht nur das Vorhandensein von kulturellen Einrichtungen oder Veranstaltungen am betreffenden Ort. Ohne hier die weit gefächerte Debatte des modernen Kulturbegriffes an dieser Stelle weiter vertiefen zu wollen, (vgl. Ort: „Kulturbegriffe und Kulturtheorien“, 2008) soll an dieser Stelle daher ein pragmatischer Ansatz dazu gewählt werden:

Das kulturelle Klima einer Stadt und damit ihrer Ausstrahlung auf die BewohnerInnen und BesucherInnen wird von einer Vielzahl an Faktoren bestimmt. Neben den klassischen Kulturangeboten im engeren Sinn, also dem Veranstaltungs-, Museums- oder Ausstellungsangebot oder aber dem Vorhandensein von Kulturdenkmälern und beachtenswerten Kulturgütern, spielen in diesem Kontext Faktoren wie die gelebte Baukultur des Ortes, Raumgestaltung, Architektur aber auch die Qualität der die Stadt umgebenden Kulturlandschaft eine mindestens genauso wichtige Rolle.

Als Beispiele sind zu nennen, das Vorhandensein vielfältiger und differenzierter (sub-)kultureller Milieus mit ihren unterschiedlichen lebendigen Begegnungsorten und dort gepflegten offenen oder auch weniger offenen Kommunikations- und Verhaltensformen bis hin zu kultur- oder kreativwirtschaftsnahen Ausbildungseinrichtungen und in der Kreativwirtschaft oder als Kulturschaffende tätigen Personen, die vor Ort leben. Kultur ist in diesem Sinn ein umfassendes konstituierendes Element von Urbanität.

Wenn man von Kultur als Faktor für Standortentwicklung spricht, werden dabei häufig zwei doch sehr unterschiedliche Handlungsfelder miteinander vermischt: Nämlich einerseits Kulturentwicklung als Standortfaktor für die BewohnerInnen der betreffenden Stadt und andererseits Kultur als Standortentwicklungsfaktor im Tourismus. Diese beiden Segmente hängen zwar sehr eng miteinander zusammen, werden aber von sehr unterschiedlichen Erfolgsfaktoren bestimmt und beeinflusst. (Wobei zu klären wäre, von welchen Erfolgsparametern man in diesem Zusammenhang ausgeht.)

Während im Tourismus bereits das Vorhandensein besonderer Kulturgüter (z.B. Hallstatt) oder auch von isolierten Leuchtturmprojekten (vgl. Brohn et. al. „Pampaparadiese?“ Kultur als Standortfaktor: Strategien der Regionalentwicklung“, 2011) über längere Zeit oder, wie bei manchen in den vergangenen Jahren ambi-

tioniert angegangenen kulturellen Leitprojekten zu beobachten, auch nur für einige Jahre, einen ausschlaggebenden Faktor bilden kann, spielen für die Bevölkerung selbst andere begleitende Faktoren eine wichtige Rolle. In diesem Kontext sind auch eine Reihe von institutionellen und nicht zuletzt Finanzierungsfragen ausschlaggebend.

### **Kulturelle Leistungsträger in Klein- und Mittelstädten**

Anders als in größeren Städten reichen in Klein- und Mittelstädten die finanziellen Mittel in diesen Städten selbst in der Regel kaum aus, um auch größere, professionell arbeitende und mit Personal besetzte Kultureinrichtungen zu errichten, erhalten, mit einem attraktiven Programm zu betreiben und zu vermarkten.

Kultureinrichtungen, die in solchen Städten auch überregional erfolgreich wirken können, sind daher in der Regel von externer Unterstützung, in Österreich insbesondere durch die Bundesländer, oder vom günstigen, aber nicht strategisch planbaren, Zusammentreffen sonstiger begünstigender Faktoren wie starker privater MäzenInnen oder engagiert arbeitender und auch überregional oder international renommierter Einzelpersonen abhängig.

Die Kulturpolitik der österreichischen Bundesländer in Bezug auf die Finanzierung und Erhaltung von auch mit Personal ausreichend professionell besetzten und mit Programmbudget ausgestatteten Kultureinrichtungen auch in kleineren und mittleren Städten unterscheidet sich dabei sehr deutlich.

In jenen Bundesländern, die über dominante historisch verankerte Landeshauptstädte nahe oder über der 100.000 Einwohnergrenze verfügen, (Steiermark/Graz, Oberösterreich/Linz, Salzburg/Salzburg, Kärnten/Klagenfurt, Tirol/Innsbruck) konzentrieren sich die mit einem größeren Personalstab besetzten Kultureinrichtungen auf die jeweilige Landeshauptstadt.

Davon unterscheidet sich die Situation in Niederösterreich und (mit Einschränkungen) auch von Vorarlberg und des Burgenlandes deutlich. Gerade in Niederösterreich hat man die Kulturpolitik und die Förderung und Etablierung von Kultur – oft in Kombination mit tertiären Bildungseinrichtungen – gezielt als Standortentwicklungsinstrument für Mittelstädte genutzt und auch auf Ebene der Landespolitik sowohl im Bereich der Kulturbudgets als auch in anderen Budgetbereichen entsprechende Mittel dafür eingesetzt. Und man wird diese Mittel wohl auch dauerhaft weiterhin einsetzen müssen, wenn diese Vielzahl von in den vergangenen Jahren in Niederösterreich neu geschaffenen Institutionen, Häusern, Festivals etc. langfristig am Laufen gehalten werden sollen.

### **Creative Class als Bewohner von Klein- und Mittelstädten**

Ein offenes kulturelles Klima und ein für die meist höher gebildete „Creative Class“ attraktives Umfeld können wichtige Impulse geben, um dem demografischen Wandel in den zunehmend „überalternden“ Klein- und Mittelstädten entgegenzuwirken.

Städte wie Ottensheim in Oberösterreich forcieren schon seit einigen Jahren gezielt die Schaffung von Rahmenbedingungen, die für junge Kreative attraktiv sind. Dass diese Strategie überhaupt erfolgversprechend verfolgt werden kann, hängt aber eben auch mit der geografischen Lage von Ottensheim zusammen. Solche Ansätze sind aber sicher nicht auf jede Klein- und Mittelstadt übertragbar. Erfolgversprechend sind derartige Strategien wohl nur dort, wo für diese jungen Kreativen auch die rasche Erreichbarkeit eines größeren urbanen Raumes gewährleistet ist und die vorhandene Baukultur und gegebenenfalls Landschaftskultur der Umgebung auf solche Zielgruppen interessant wirken können.

Auch die Ansiedlung von Bildungseinrichtungen im tertiären Bildungsbereich (Fachhochschulen, Universitäten, Privatuniversitäten) fällt in diesen strategischen Maßnahmenbereich. Und auch hier gilt wiederum: Derartige Strategien werden nur dann langfristig nachhaltigen Einfluss auf die Durchmischung der Gesamtwohnbevölkerung mit Hauptwohnsitz am betreffenden Ort haben, wenn auch die sonstigen Rahmenbedingungen dafür gegeben sind, dass sich Young Creatives länger oder sogar dauerhaft am betreffenden Ort niederlassen. Der massive Widerstand, beispielsweise, der Studierenden und Lehrenden der Kreativstudiengänge der Fachhochschule Joanneum gegen eine Verlagerung von Graz nach Kapfenberg hat gezeigt, dass derartige Konzeptansätze nicht überall umsetzbar sind und wohl nur dann wirklich Sinn machen, wenn auch andere Faktoren erfüllt sind, die für diese Milieugruppe Bedeutung haben. Und dazu zählen neben der auch spontan im Alltagsradius befindlichen rasch erreichbaren Großstadt auch andere Lebensqualitätsfaktoren vor Ort, wie die Architekturqualität und schon vorhandene Baukultur des betreffenden Ortes, eine zumindest schon in Ansätzen vorhandene lebendige offene Szene mit entsprechenden Treffpunkten und Lokalen und ebenfalls bedeutend, die Qualität und der Reiz der umgebenden Landschaft mit ihren Freizeitmöglichkeiten.



Auf eine urban vernetzte und vom Kultur- oder Kreativwirtschaftssektor auch ihren Lebensunterhalt bestreitende „Creative Class“ als treibenden Strukturwandelfaktor einer Klein- und Mittelstadt zu setzen, macht realistisch nur dort Sinn, wo auch die sonstigen nötigen Rahmenbedingungen (Lebensqualität, Baukultur, moderne Architektur, vorhandener Kern einer lokalen Szene mit seinen Begegnungsorten, offenes innovatives Kommunikationsklima, aber insbesondere die unmittelbare Nähe zu urbanen Zentren) dafür gegeben sind.

Im Sinne einer Kulturentwicklung vor Ort von unten, die dazu beitragen soll die in der Region selbst aufgewachsene und lebende jüngere Bevölkerung an ihre eigene Stadt auch aus kulturellen Motiven zu binden, spielen aber andere Faktoren eine Rolle. Hier ist das Kulturangebot in erster Linie Anlass für soziale Begegnung. Und wenn Klein- und Mittelstädte wollen, dass diese Begegnung auch in ihren Ortskernen stattfindet, dann gilt es insbesondere Möglichkeiten zu schaffen und anzuregen, die auch diese Veranstaltungsorte und Lokale dort ansiedelt.

Eine wichtige Rolle kann Kulturarbeit in Klein- und Mittelstädten aber insbesondere bei den die Bevölkerung des Ortes aktivierenden partizipativen Konzepten und bei der Bespielung von Leerständen etc. spielen. (Vgl. 4.2.7.2 Herausforderung Bevölkerungsrückgang: Rostfest in Eisenerz).

### **Kultur als Standortfaktor im Tourismus**

Im Tourismus sind die Rahmenbedingungen deutlich anders. Einerseits können bereits vorhandene Kulturgüter per se ausreichende Incomingimpulse bieten, wenn auch sonstige begünstigende Faktoren zutreffen. (Beispiel: Weltkulturerbe Hallstatt mit seiner Lage im Salzkammergut). Hier ist der Kulturbesuch in erster Linie ein ergänzendes Zusatzangebot für bereits in der Region befindliche ErholungsurlauberInnen.

Zentralorte von traditionellen Erholungs- oder Sommerurlaubsregionen können auch mit kleineren Kulturangeboten erfolgreich BesucherInnen generieren, wenn insbesondere auch die sonstige baukulturelle Substanz und die Attraktivität der Lage des Ortes sowie das begleitende gastronomische Angebot eine entsprechende Basisqualität haben (Beispiele: St. Gilgen, Bad Ischl etc.).

Bei Erholungs- und SommerurlauberInnen und auch bei KurzurlauberInnen ist eine hohe Bereitschaft gegeben, im Zuge des Urlaubes auch kulturelle Angebote wahrzunehmen. Anders verhält es sich bei Tourismussektoren wie Wintersport- oder Thermenurlauben. Hier sind die UrlauberInnen deutlich auf das jewei-

lige Kernangebot fokussiert und die Bereitschaft, darüber hinaus auch andere – zum Beispiel kulturelle Angebote – im Rahmen des Urlaubs wahrzunehmen, ist deutlich geringer.

Für klar definierte kurze Festivalzeiträume funktionieren auch festival- und eventbasierende Angebote als Incomingfaktor für unterschiedliche Zielgruppen. Von E-Musik über Theater bis zu Mehrsparten- oder Nischenfestivals. Insbesondere aber im Segment von TagesbesucherInnen oder KurzurlauberInnen, die ein oder zwei Nächte vor Ort bleiben. Solche kulturellen Maßnahmen können neben den unmittelbaren Effekten im Veranstaltungszeitraum vor allem auch zur Bekanntheit dieser Orte beitragen. Inwieweit sie aber über die Festivalzeiträume hinausgehend Wirkung im Tourismus entfalten, hängt sehr stark auch von den sonstigen gegebenen Rahmenbedingungen ab. Ein Ort, der unabhängig von seinem Kulturangebot in der Sommersaison bereits eine touristische Grundfrequenz aufweist, hat hier vollkommen andere Rahmenbedingungen als andere Orte.

In jüngeren popkulturaffinen Zielgruppen ist zwar bei zeitlich begrenzten Großveranstaltungen eine hohe Mobilitätsbereitschaft gegeben; dennoch eignen sich solche Veranstaltungstypologien aber kaum für Innenstädte, sondern brauchen große freie Veranstaltungsareale und bringen den Städten selbst in der Regel auch keine nennenswerte lokale Wertschöpfung.

Museums- oder Ausstellungsangebote brauchen, um in Klein- oder Mittelstädten auch über mehrere Jahre hinweg erfolgreich wirken zu können, aber auch die geeigneten strukturellen Rahmenbedingungen. Die Stadt Leoben investiert seit einigen Jahren in ein Konzept einer jährlich stattfindenden Großausstellung, weil dort auch Ausstellungsflächen entsprechender Größe vorhanden sind und generiert damit eine größere Anzahl an TagesbesucherInnen. Das Konzept hat zur Bekanntheit Leobens und sicher auch zur Identifikation der BewohnerInnen mit der eigenen Stadt positiv beigetragen.

## 11.2. Kulturstandort Bruck an der Mur

Eine „bürgerliche“ Stadt wie Bruck a.d. Mur würde eine vielfältige Kunstszene erwarten lassen, kleine Galerien, Antiquitätenhändler u.a. Im Stadtbild manifestiert sich diese allerdings kaum bzw. findet man diese in versteckten Hinterhöfen.

Ein großzügiges, modernisiertes Kongress- und Veranstaltungszentrum mit 3 beispielbaren Sälen (Kapazität des Stadtsaals bis 700 Personen) bietet vielfältige Bespielungsmöglichkeiten, geht aber in seiner Programmierung an den Interessen eines jüngeren Publikums tendenziell vorbei und kämpft mit hohen Infrastruktur- und Erhaltungskosten.

Das Schlossbergplateau stellt aufgrund der besonderen Lagegunst, des historischen Ambientes und der landschaftlichen Einbindung einen besonderen, allerdings nur selten bespielten Veranstaltungsort Brucks (Open-Air-Bühne) dar.

Betrachtet man das Veranstaltungsangebot in Bruck im Jahreslauf, so findet zwar eine Vielzahl an Veranstaltungen sowohl an öffentlichen Aufführungsorten, als auch in mehreren Musiklokalen statt, konkrete Schwerpunktsetzungen bzw. ein ablesbares kulturelles Profil ist nicht ablesbar, am ehesten noch bei den kooperierenden Musiklokalen.

Eine verbesserte Abstimmung der Kulturangebote auf regionaler Ebene unter Einbeziehung bzw. Berücksichtigung der Veranstaltungsschwerpunkte in Kapfenberg und Leoben unter Einbeziehung von Tourismusverband, Citymanagement, aber insbesondere auch der lokalen Veranstalter und Initiativen sollte einen Weg darstellen, zu einem abgestimmten, erkennbaren Veranstaltungsprofil zu finden, das nach Möglichkeit auch die besonderen Interessen Jugendlicher berücksichtigt.

Das Brucker Kulturhaus ist in diesem Zusammenhang nicht als örtlicher, sondern als regionaler Veranstaltungsort verstärkt zu bewerben und zu bespielen.

## 12 Handlungsfeld Positionierung und Marketing

### 12.1. Neupositionierung als Aufgabe

Bruck an der Mur hat seine traditionelle Rolle als Handelsstadt im Zentrum der Stadtachse Kapfenberg – Bruck – Leoben unzweifelhaft verloren, präsentiert sich als moderne Dienstleistungsstadt, bemüht sich ein attraktiver Wohnstandort zu sein, ist eine Schul- und Bildungsstadt, eine Sportstadt und ist ein regionales Verwaltungszentrum.

Bruck an der Mur fungiert des Weiteren als Verkehrsknotenpunkt mit direkter, kurzer Anbindung an die Landeshauptstadt Graz, ist Landeskrankenhausstandort und liegt am Zusammenfluss der beiden wichtigsten Flüsse der Steiermark.

Vor diesem Hintergrund hat sich Bruck an der Mur nach außen neu zu positionieren, hat ein Profil abseits der historischen Handelstradition zu entwickeln und sich sowohl nach Innen gegenüber der Bevölkerung, als auch nach außen am Tourismussektor zu definieren.

Dieser Prozess ist ohne Zweifel schwierig, nicht durch wohlgemeinte Ratschläge von außen zu ersetzen und muss durch die Stadtpolitik gemeinsam mit den wesentlichen Interessensträgern der Stadt getragen werden.

### 12.2. Generelle Empfehlungen zum Stadtmarketing

Ohne dass die folgenden Empfehlungen den noch ausstehenden Prozess der Neupositionierung der Stadt Bruck an der Mur ersetzen können, stellen sie strategische Bausteine auf der Ebene operativer Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen dar, die die Ausbildung eines eigenständigen Stadtprofils unterstützen können.

- **Erzählbare Geschichten vor den Vorhang holen:**

Wenn man die Gemeindezeitungen, Tourismusprospekte oder Homepages von kleinen und mittleren Städten durchblättert und durchsurft, dann sind sie zumeist (immer noch) voll von den immer gleich aufbereiteten Bildern, Beiträgen und Beitragsformaten:

In der Gemeindezeitung: Jubeltexte, die Neuinvestitionen selbst beweihräuchern. Die üblichen Bürgermeisterfotos: Bürgermeister eröffnet. Bürgermeister gratuliert. Bürgermeister begrüßt. Sowie technokratische amtliche Mitteilungen.

In den Tourismuswerbeträgern: Geschönte ästhetisierte Werbebilder, wahlweise mit oder ohne Fotomodells, die dann meistens auch noch mit dem betreffenden Ort genau gar nichts zu tun haben. Meist beliebig auf x-beliebige andere Orte problemlos übertragbar. Die dazugehörigen Texte ebenfalls.

Kaum etwas davon authentisch. Kaum etwas erzählbar. Nichts, was die Menschen tatsächlich interessiert. Man vergisst fast überall auf das Anekdotische. Dabei ist es gerade das, worüber die Menschen gerne reden. Denn es sind die Anekdoten, die man erzählen kann, die einen Menschen als Insider von etwas ausweisen. Und jeder glänzt in seiner Peer-Group gerne als Insider. Als jemand, der dazu gehört.

- **Strategie der Personalisierung der Innenstadt**

Wo sind die Beiträge, die einzelne Menschen der betreffenden Stadt in den Mittelpunkt stellen und interessant machen? Die Geschichte der Seniorchefin des Eisenwarenladens, die den ersten Fernseher im Ort gehabt hat und zu der immer alle Fernsehen gekommen sind. Die Geschichte des jungen Wirts, der 2 Jahre mit dem Fahrrad quer durch Asien bis nach Wladiwostok gefahren ist, bevor er wieder in seinen Heimatort zurückgekommen ist und sein Lokal aufgemacht hat. Die Geschichte des Biobauern, der jeden Freitag am Markt sein Brot verkauft, der früher eigentlich Leadgitarrist in der Band von – sagen wir - Wolfgang Ambros war, das Rockgeschäft dann aber an den Nagel gehängt hat etc., etc. Wer solche Geschichten erzählen kann, der ist einer, der dazu gehört.

- **Authentische Testimonials gezielt einbinden**

Es gibt viele Menschen, die aus kleinen oder mittleren Städten stammen und die später in dem einen oder anderen Bereich Karriere machen und zu Bekanntheit gelangen. Oft sind sie ihrem Heimatort auch emotional stark verbunden und lassen sich auch ohne gesonderte Kosten dafür gewinnen, als Testimonials zur Verfügung zu stehen.

- **Den Kontakt zu den Menschen halten, die aus der Stadt weggezogen sind**

Kleine und mittlere Städte in regionalen Randlagen sind stark von der Abwanderung vor allem jüngerer und höher qualifizierter Bewohner in die großen Ballungszentren betroffen, in denen sie eher für sie geeignete Bildungs- oder Beschäftigungschancen vorfinden. Trotzdem haben die meisten von ihnen – zumindest in der Anfangszeit nach ihrem Wegzug – eine emotionale Beziehung zu ih-

rem bisherigen Heimatort. Diese nimmt in dem Maße ab, in dem sich auch die bisherigen sozialen Kontakte am früheren Heimatort verlieren. Gleichzeitig sind diese Menschen aber wichtige Multiplikatoren und Kommunikatoren im Bezug auf ihre bisherige Heimatstadt. Es macht daher Sinn, Strategien zu entwickeln, wie diese Personengruppe der Weggezogenen auch mittelfristig Kontakt mit ihrem Ort halten können. Sei es durch jährliche Feste, andere soziale Ereignisse, durch Treffpunkts oder Veranstaltungsangebote für die aus einer gemeinsamen Generation stammenden des Ortes rund um die traditionellen Familienfeste zu Weihnachten oder Ostern, bei denen man traditionellerweise nach Hause kommt, durch Plattformen auf Facebook, Stammtische in den Städten etc.

- **Bilder im Kopf erzeugen**

Gemeint ist damit nicht das ästhetisch „perfekte Foto“ von etwas, was ist. Oder schlimmer: Was inszeniert ist, aber gar nicht echt. Sondern Bilder, die im Kopf entstehen, weil diese Bilder eben nicht nur Abbild sind, sondern eben auch eine Geschichte erzählen.

Da gibt es die Bilder, die einem eigentlich nichts zu sagen haben: Der Hauptplatz. Die Kirche. Der Brunnen. Das Kongresszentrum, das Hotel, das Gasthaus. Wahlweise von außen oder innen. Innen immer hübsch drapiert. Außen natürlich im stimmungsvollen Morgen- oder Abendlicht. Und dann gibt es Menschen wie Karl Zotter, die sich Schokolade über den Kopf schütten. Wieso steht der Wirt, der mit dem Fahrrad durch Asien gefahren ist, auf dem Foto des Tourismusprospektes oder der Gemeindehomepage nicht mit seinem alten Fahrrad vor seinem Gasthaus?

- **Das Gefühl einer belebten Stadt erzeugen: Grundfrequenzen ohne Konsumzwang schaffen und die Aufenthaltsdauer der Personen im öffentlichen Raum verlängern**

Ein Ort, in dem keine Menschen sind, wirkt tot. Und wo kein Leben ist, da will man auch schnell wieder weg. Und bleibt so noch kürzer. Eine psychologische Abwärtsspirale. Die öffentlichen Räume in den Ortskernen kleiner und mittlerer Städte bieten kaum Räume, in denen man sich ohne Konsumzwang länger aufhalten kann oder will. Meist wird der öffentliche Raum nur schnell durchschritten, um von A (z.B. Parkplatz des Autos) nach B (z.B. Ort des Einkaufs oder der Erledigung) zu gelangen. Das dauert in der Regel weniger als eine Minute. Wenn nun aber ohnehin nur mehr wenig Personenfrequenz vorhanden ist und diese dann meist auch noch nur in kürzest nötiger Zeit diesen öffentlichen Raum benutzt, dann wird der Eindruck der Leere noch weiter verstärkt.

Dabei gäbe es eine Reihe von Bevölkerungsgruppen, die über ausreichend Zeit verfügen und auch den sozialen Kontakt suchen, um den öffentlichen Raum zu bevölkern um damit zu einem lebendi-

gen Stadtbild beizutragen, die aber nicht ausschließlich konsumieren wollen, oder sich das auch gar nicht leisten können. Schüler, Jugendliche, Pensionisten, Beschäftigungslose, in Karenz befindliche etc..

Die Schaffung von wirklich einladenden Aufenthalts- und Begegnungsorten, an denen man sich auch gerne und länger aufhält, ist daher nicht nur aus sozialer sondern auch aus marketingstrategischer Sicht eine der wichtigsten Nachdenk- und Entwicklungsaufgaben für praktisch jeden der betroffenen Orte.

- **Anlässe zur Benutzung des öffentlichen Raumes schaffen und zur Nutzung des öffentlichen Raumes aktiv auffordern**

Aufenthalt im öffentlichen Raum ist aber nicht nur eine Frage der Stadtmöblierung. Es ist vielmehr eine Frage des Anlasses. Das müssen nicht immer Events im klassischen Sinn wie Bühnenveranstaltungen oder Adventmärkte sein. Möglichkeiten gibt es viele: Urban Gardening Kisten für Anrainer, Senioren, Kindergartenkinder etc. Gemeinsame Kochfeste im öffentlichen Raum, Bocchia-, Eisstock oder sonstige Hobbyturniere, Flohmärkte etc. Oft reicht es aber auch, wenn man beispielsweise an einem bestimmten Tag einfach aktiv zur Nutzung des öffentlichen Raumes auffordert. Jeder stellt seinen Sessel vor die Tür. Schulklassen werden ermuntert, ihren Unterricht an Projektunterrichtstagen auf den Hauptplatz zu verlegen, etc.

- **Alle kommunikativ wirksamen Kräfte einer Stadt in eine gemeinsame Richtung bündeln**

Die Aktivierung aller potenziellen Kommunikatoren einer Stadt braucht auf einer Metaebene eine gemeinsame, von allen getragene, übergelagerte Strategie: Grundlage dafür bilden Leitbild- und Markenpositionierungsprozesse. In vielen Orten liegen Konzepte dafür bereits vor. Trotzdem bleiben ihre Auswirkungen auf die tatsächlich gesendeten Botschaften der betreffenden Stadt nicht selten kaum wahrnehmbar. Die Ursachen dafür sind vielschichtig: Oft werden solche Markenpositionierungsprozesse zunächst aus dem Tourismussektor heraus entwickelt und von den unmittelbar in diesem Sektor tätigen Leistungsträgern getragen. Die Herausforderung besteht dann in weiterer Folge oft darin, dass diese Positionierungskonzepte auch auf die anderen Bereiche einer Stadt übertragen und gelebt werden. Vom Handel bis zu den kulturellen Leistungsträgern. Idealerweise sollten alle relevanten Stakeholder einer Stadt bereits von Beginn an in einen derartigen Positionierungsprozess miteingebunden sein, damit sie ihn in weiterer Folge auch bereit sind, aktiv mitzutragen.



Es kann – gerade in kleineren Städten - an den fehlenden Personalressourcen liegen, die die Umsetzung derartiger Markenpositionierungsprozesse und die tatsächlich gelebte operative Marketingpraxis vorantreiben, steuern, mit konkreten Umsetzungsideen ausfüllen, operativ organisieren und in seiner Umsetzungskonsequenz und Qualität auch überwachen.

**Was heisst „Kräfte in eine gemeinsame Richtung bündeln“ in der Marketingarbeit daher konkret?:**

- Es braucht Markenkernwerte, die von allen getragen und gelebt und in die eigene Marketing- und Kommunikationsarbeit übertragen werden können. Und die sich auch auf die konkreten Kommunikationsbotschaften übertragen lassen.
- Voraussetzung dafür ist aber zuerst noch, dass diese Kernwerte auch tatsächlich von allen gekannt und verstanden werden. Bereits an diesem Punkt bleiben viele Marketingpositionierungskonzepte stecken und damit totes Papier. Das lässt sich leicht überprüfen: Man braucht nur den Wirt am Hauptplatz oder den Inhaber eines Geschäftes in der Innenstadt zu fragen, ob er/sie diese Markenkernwerte denn kennt und auch benennen könne. Denn umsetzen wird auch der Wirt am Hauptplatz diese Kernwerte nur dann können - beispielsweise in der Zusammenstellung seines Tagesmenüs und im Wording, das er dafür auf seiner Tagesmenükarte wählt - wenn er diese Kernwerte zuerst einmal überhaupt kennt.
- Es braucht eine konsequente Übertragung dieser Markenkernwerte auf die Kommunikationsbotschaften, Angebote und Bilderwelten aller wichtigen Leistungsträger einer Stadt.

## 13 Exkurs: Sicht der Kinder

Im Rahmen eines Aktionstags am 23. Mai 2014 wurden etwa 120 SchülerInnen im Alter zwischen 10 und 14 Jahren des örtlichen Gymnasiums und der Neuen Mittelschule im Rahmen moderierter Workshops zu ihren persönlichen Wünschen zu Stadt, Stadtleben und Stadtentwicklung gefragt.

Im Folgenden werden die am häufigsten genannten Wünsche, Anregungen und Kritikpunkte bzw. jene Wortmeldungen, die die meiste Zustimmung unter den MitschülerInnen fanden, kurz gefasst wiedergegeben:

- *Bruck ist eine „graue Stadt“ und muss "bunter" werden.*
- *Zu wenige Grünflächen und Parks im Stadtbereich*
- *Fehlender Schatten am Hauptplatz – Bäume über Tiefgarage fehlen.*
- *Dem Hauptplatz fehlt ein „Wahrzeichen“.*
- *Zu wenige Sitzmöglichkeiten im öffentlichen Raum (Hauptplatz): bessere Verteilung, bequemere Sitze, weiche Couch, bessere Reinigung*
- *„Enzis“ am Hauptplatz sind unbequem.*
- *WLAN und Steckdosen am Hauptplatz fehlen.*
- *Zu wenige Trinkbrunnen im öffentlichen Raum*
- *Aufwertung, Attraktivierung Volksbankpassage*
- *Leerstand: mehr "IN-Geschäfte" gefordert: Bekleidung, Kosmetik, Schuhe*
- *Straßen und Fußwege sind in schlechtem Zustand: Schlaglöcher, uneinheitlicher Belag u.a.*
- *Mehr Events in der Innenstadt auch für Kinder und Jugendliche*
- *Keine adäquaten Programmangebote im Kino für Kinder*
- *Größere Verhaltensfreiheiten für Kinder in der Stadt*
- *Zu viel Verkehr in der Innenstadt*
- *Ungenügende Abgrenzung des Hauptplatzes zu umliegenden Verkehrsflächen*
- *Bruck soll eine „Radstadt“ werden: Citybike-Standorte, konsequente Schneeräumung der Radwege im Winter usw.*
- *Es gibt zu wenig Busverbindungen nach Oberaich.*

- *Bruck an der Mur muss „spielgerechter“ werden: Spannendere Gerätespielplätze, mehr Spielmöglichkeiten am Hauptplatz und auch an anderen Orten der Stadt, verbesserte Möglichkeiten zum Mountainbiken, Halfpipe im Stadtzentrum, öffentliche Volleyball- und Streetballplätze, Verlängerung von „beach on the Mur“ usw.*
- *Spielplatz in der Paulahofsiedlung wurde vom Bürgermeister versprochen, aber noch nicht umgesetzt*
- *Freibad ist dringend aufzuwerten (bessere Rutsche, Sprungmöglichkeiten, größere Wasserflächen, verbesserter Sportbereich u.a.)*
- *Geschlossene Minigolfanlage sollte wieder eröffnet werden.*
- *Schlechte Infrastruktur im Schulumfeld (Greißler, Supermarkt, Buffet)*
- *Unbefriedigende Schulhofsituation*

Das überraschendste Ergebnis der Workshops war, dass der Großteil der SchülerInnen – teils auch ohne dementsprechende Nachfrage – bekundete, aktiv für seine Anliegen auch eintreten zu wollen und an Beteiligungsprozessen oder einem Jugendparlament mitwirken zu wollen.



## 14 Literaturquellen

AMT DER STEIERMÄRKISCHEN LANDESREGIERUNG, Steirische Statistiken, Heft 7/2013.

AMT DER STEIERMÄRKISCHEN LANDESREGIERUNG, Steirische Statistiken, Heft 8/2013.

BACHINGER, K. et al.: Fünfter Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht. Schwerpunkt Kreativwirtschaft als regionaler Faktor. Wien: creativ wirtschaft austria, 2013, Online unter: [http://www.creativwirtschaft.at/document/5KWB-web\\_2.pdf](http://www.creativwirtschaft.at/document/5KWB-web_2.pdf).

BAUM Detlef: Die Stadt in der Sozialen Arbeit. 2007.

BROHN, Doris, Andrea Ehlert, Svea Svenson, Elena Schneidmüller: „Pampaparadiese?“ Kultur als Standortfaktor: Strategien der Regionalentwicklung“, Berlin / Wolfenbüttel 2011.

BRUCK-OBERAICH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG GmbH, G. Leitner: Parkraumuntersuchung Stadtgemeinde Bruck an der Mur, Fachbereich Bau und Betriebe, 2013.

BRUCK-OBERAICH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG GmbH, G. Leitner: Zusammenfassung und Kritik der Standortstudie Obersteiermark Ost 2013+ des IWS an der WKO Stmk, 2013.

BRUCK-OBERAICH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG GmbH, G. Leitner: Analyse der Nächtigungsstatistik der Stadt Bruck an der Mur, 2013.

BRUCK-OBERAICH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG GmbH, G. Leitner: Gastronomie Infrastruktur Bruck an der Mur, 2013.

BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG (BMVBS) (Hrsg.): Händler machen Stadt. Engagement des Einzelhandels für attraktive Stadtzentren. Berlin 2013.

BÜRO FÜR ZUKUNFTSFRAGEN: Auto-Mobilität im Wandel, Online unter: [http://www.f-21.de/downloads/f21\\_snapshot\\_auto-mobilitaet.pdf](http://www.f-21.de/downloads/f21_snapshot_auto-mobilitaet.pdf) (Stand 01.05.2014).

CENTRE FOR STRATEGY & EVALUATION SERVICES: Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development - Evidence from the Structural Funds. 2010.

CIMA ÖSTERREICH GmbH: Standortmarketing Bad Radkersburg-Radkersburg-Umgebung, Teil 1 „Struktur-analyse“, 2002.

CIMA ÖSTERREICH GmbH: Standortmarketing Bad Radkersburg-Radkersburg-Umgebung, Leitbild und Maßnahmenhandbuch, 2002.

CIMA ÖSTERREICH GmbH: Die neue Kernstrategie des Brucker Einzelhandels (Präsentation)

CIMA ÖSTERREICH GmbH: Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturuntersuchung, Detailbericht Bruck an der Mur, Kurzversion, 2004.

CIMA ÖSTERREICH GmbH: Stadtkernimpulsprogramm Bruck an der Mur, Überblick – Einzelhandelsstruktur in Bruck an der Mur April 2006, 2009.

CIMA Österreich GmbH: Stadtkernimpulsprogramm Bruck an der Mur, Maßnahmenhandbuch, 2009.

CIMA ÖSTERREICH GmbH: Die Brucker City-Service Agenda, 2010.

DER STANDARD: Wohnsymposium „ALLEIN ODER IN DER WG“, 18.10.2012.

FIDLSCHUSTER Luis: Gesellschaftliche Vielfalt. In: Ausblicke 1/09.

GMK ADVERTISING: Festzeit an der Mur „Fesche Katze trifft tollen Hecht“, 2005.

HABERMANN-NIESSE Klaus, 2010 (Hrsg.): Jugend macht Stadt: junge Impulse für die Stadtentwicklung; ein Projekt im Forschungsprogramm "Experimenteller Wohnungs- und Städtebau" (ExWoSt) des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR).

HUET Bernard, 1999, Vortrag im Rahmen des 3. Internationalen Frankfurter Städtebaudiskurses „Der öffentliche Raum“, Veranstalterin: Deutsches Architektur Museum - Frankfurt/Main, 26.2.1999.

INNENMINISTERIUM DES LANDES SCHLESWIG HOLSTEIN: Praxisbeispiele für Innenentwicklung;  
<http://www.schleswig-holstein.de>

INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTS- UND STANDORTENTWICKLUNG (IWS) DER WKO STMK: Standortstudie Obersteiermark Ost 2013+, Entwicklungsfelder unter dem Aspekt von Stadtfusionen, 2013.

KAINZ, Irmengard: Handel und Gewerbe bis 1792.

KLEINE ZEITUNG: Städte und "Speckgürtel", 20.01.2014.

KLEINREGIONEN BRUCK AN DER MUR, HARTBERG, BAD RADKERSBURG: Kleinregionsprofile der Kleinregionen Bruck an der Mur, Hartberg und Radkersburg.

KLEINREGIONEN BRUCK AN DER MUR, HARTBERG, BAD RADKERSBURG: Kleinregionale Entwicklungsprogramme der Kleinregionen Bruck an der Mur, Hartberg und Radkersburg.

KÜHN Kühn, Sabine WECK. S. 30. In: M. Bernt, H. Liebmann (Hrsg.), *Peripherisierung, Stigmatisierung, Abhängigkeit?* 2013.

LANDESHAUPTSTADT KLAGENFURT AM WÖRTHERSEE: Sonderförderungen zur Belebung leer stehender Geschäfte in der Innenstadt; <http://www.klagenfurt.at/klagenfurt-am-woerthersee/foerderungen.asp>; 04/2014.

LEITNER Günther: Situation und Flächenpotentiale „Historischer Stadtkern Bruck an der Mur“, Bruck Oberaich Wirtschaftsentwicklungs GmbH, Dezember 2013.

SCHUSTER Schuster: Nachhaltige Städte – Lebensräume der Zukunft. München 2012.

MINISTERIUM FÜR VERKEHR UND INFRASTRUKTUR BADEN-WÜRTTEMBERG: Förderprogramm "Flächen gewinnen durch Innenentwicklung"; <http://www2.mvi.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/68465/>; 04/2014.

NUSSMÜLLER, W. Pichler, R., und Rosegger, R.: Wohnungsmarkt in schrumpfenden Städten: „re-design Eisenerz“, Erstellung eines Maßnahmenkataloges zur Verbesserung der Wohnsituation in Eisenerz. Graz 2006.

OBERSTE BAUBEHÖRDE IM BAYRISCHEN STAATSMINISTERIUM DES INNERN: Handlungsfeld Städtebauförderung – Best Practice Beispiel Online unter: [https://www.stmi.bayern.de/assets/stmi/buw/bauthemen/obb\\_budw\\_iib-iic\\_best-practice-beispiele\\_2013-03-05.pdf](https://www.stmi.bayern.de/assets/stmi/buw/bauthemen/obb_budw_iib-iic_best-practice-beispiele_2013-03-05.pdf) (Stand 07.05.2014).

ORT, Claus-Michael: „Kulturbegriffe und Kulturtheorien“, In: Ansgar Nünning / Vera Nünning (Hrsg) Einführung in die Kulturwissenschaften: Theoretische Grundlagen – Ansätze – Perspektiven, Stuttgart 2008.

OÖ. ONLINE GmbH, „Alle gegen das Internet statt Einkaufszentrum gegen Innenstadt“; Online unter: <http://www.nachrichten.at/nachrichten/wirtschaft/Handel-Alle-gegen-das-Internet-statt-Einkaufszentrum-gegen-Innenstadt;art15,1123341> (Stand 10.02.2014).

PRICE, Cedric: The City as an Egg; Online unter: <http://bigthink.com/strange-maps/534-the-eggs-of-price-an-ovo-urban-analogy> (Stand 01.02.2014).

ROSEGGER Rainer et. al.: Energieeinsparung durch Siedlungskonzentration. Forschungsarbeit im Rahmen des Zukunftsfonds Steiermark, Graz 2011.

SCHMÖLZER, Hansjürgen: "Creative Austria – a case study" in: "Tourism and the Creative Economy, OECD Progress Report", Paris 2014; Richard Florida, "The rise of the creative class, and how it's transforming work leisure, community and everyday life", New York 2002.



SELLE, Klaus, 2003 (Hrsg.): Was ist los mit den öffentlichen Räumen? Analysen, Positionen, Konzepte. AGB Berichte Bd. 49. 2. erweiterte Auflage, Dortmund.

SHELL DEUTSCHLAND HOLDING: 15. Shell Jugendstudie. Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck, Fischer Taschenbuch Verlag, Bonn 2006.

STADT MELSUNGEN: Fonds zur Attraktivierung von Kernbereichen in der Innenstadt und den Stadtteilen von Melsungen, Förderrichtlinien;

<http://www.melsungen.de/Wirtschaft/Wirtschaftsf%C3%B6rderung.html>; Online unter: 01.04.2014).

STADTGEMEINDE HOLLABRUNN: Wirtschaftsförderungsaktion; Online unter:

<http://www.hollabrunn.gv.at/default.asp?kat=1161&ukat=1161&mkat=1130&op=1103> (Stand 01.04.2014).

STADTGEMEINDE MURAU: Innenstadtwirtschaftsförderung; Online unter:

<http://www.murau.steiermark.at/system/web/formular.aspx?bezirkonr=0&detailonr=220340341&menuonr=219469450> (Stand 01.04.2014).

STADT VILLACH, Finanzen und Wirtschaft: Strukturveränderungsförderung; Online unter:

<http://www.villach.at/inhalt/53491.asp> (Stand 01.04.2014).

STADTGEMEINDE BRUCK AN DER MUR, HARTBERG, BAD RADKERSBURG:

Flächenwidmungspläne und Stadt- bzw. örtliche Entwicklungskonzepte der Stadtgemeinden Bruck an der Mur, Hartberg und Bad Radkersburg.

STADT WIEN, LAND NIEDERÖSTERREICH: Stadt-Umland-Management; Online unter: <http://www.stadt-umland.at/> (Stand 01.04.2014).

STADTMARKETING BRUCK AN DER MUR: Übersicht Leerflächen Innenstadt Bruck an der Mur ([www.bruckandermur.at](http://www.bruckandermur.at)), 2013.

STADTENTWICKLUNG WIEN, 2009 (Hrsg.), Freiraum/Stadtraum/Wien - Der Weg zum Leitbild für den öffentlichen Raum, Vorsorge / Gestaltung / Management. Magistratsabteilung 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung, Werkstattbericht Nr. 98, Eigenverlag, Wien.

STADTMARKETING BRUCK AN DER MUR: Infoheft, 2002.

SCHUSTER, Wolfgang: Nachhaltige Städte – Lebensräume der Zukunft. München 2012.

VEREIN REGIONALMANAGEMENT NIEDERÖSTERREICH: News – Regionale Leitplanung Nordraum Wien; Online unter: <http://www.regionalmanagement-noe.at/service/news/regionale-leitplanung-nordraum-wien.html> (Stand 01.04.2014).



VERKEHRPLUS GmbH: Regionales Verkehrskonzept Obersteiermark-Ost, Politische Bez. Bruck/Mur, Leoben, Mürzzuschlag, 2007.

WEBER, Gerlind et al.: Schrumpfung die Achillesferse der (Raum)Planung; Wien, 2012.

WERBERGEMEINSCHAFT BRUCK AN DER MUR: Grundüberlegungen der Werbegemeinschaft Bruck an der Mur für Aktivitäten ab Fertigstellung des Hauptplatzes, bzw. ab Beginn der LA 2006, 2006.

WOHNBUND STEIERMARK, 2006

Arch. Werner Nussmüller, Dr. Robert Pichler, Mag. Rainer Rosegger

Wohnungsmarkt in schrumpfenden Städten: re-design Eisenerz, Erstellung eines Maßnahmenkatalogs zur Verbesserung der Wohnsituation in Eisenerz, Graz, Februar 2006