



Arbeitsgruppe „Prozessdesign und Prozessmanagement“

ZUSAMMENFASSUNG TEIL 1 und 2

24. 02. 2016 und 27.06.2016, TU Wien

Learning: Possible! Diskussion über Wiener und internationale Beispiele von Sockelzonenmanagements als Impuls für neue Entwicklungsgebiete

Zu Beginn der Diskussion wurden vier unterschiedliche Modellbeispiele aus Wien und Zürich mit unterschiedlichen Ansätzen zum Sockelzonenmanagement vorgestellt.

Europaallee / Zürich

In der Lagerstraße (Projekt Europaallee/Zürich) wurde ein Immobilienunternehmen beauftragt ein Nutzungskonzept für die Ladenlokale der Erdgeschoßzone zu erstellen. Es wurde mit dem „Markt Lagerstraße“ ein Branding für die Straße entwickelt und soeben sind 30 kleinteilige (20-150m²) „Autorenhops“ und ca. 10 Gastrobetriebe auf 700m Straßenlänge im Entstehen. Die Auswahl der Mieter erfolgt über ein Bewerbungsverfahren. Die Mieten setzen sich aus einer Sockelmiete (Mindestmiete und Umsatzmiete) zusammen und liegen 20%-40% unter dem Marktwert. Dies macht die Quersubventionierung über die Nutzungen in den Obergeschoßen möglich. Die Mieten sind auf fünf Jahre befristet.

Kalkbreite

Als zweites Beispiel aus Zürich wurde die Genossenschaft Kalkbreite vorgestellt. Neben den äußerst innovativen Wohnformen und dem Nachhaltigkeitsaspekt ist das Projekt auch ein Vorzeigebispiel betreffend des Nutzungsmixes. Ein Drittel bis die Hälfte der Fläche ist Nicht-Wohnen. In der Erdgeschoßzone finden sich Cafes, Bars und Restaurants sowie quartiersbezogene Läden. Als großer Frequenzbringer spielt das Kino eine Rolle. In den ersten beiden Obergeschoßen sind Büros, Ateliers und die soziale Infrastruktur (Arztpraxen, Kindergarten) untergebracht. Die Arbeitsräume weisen alle eine unterschiedliche Körnigkeit auf. Es gibt auch in den Obergeschoßen kleine Arbeitsräume, denen über einem eigenen Namen und unterschiedlichen Grundrissen auch eine Identität gegeben wird.

Für die Ausschreibung wird eine Kommission eingesetzt für die Vermietung ist der Vorstand der Genossenschaft zuständig.

Die Gumpendorferstraße: eine aktive Straße

Als drittes Projekt wurde das Projekt „Die Gumpendorferstraße: eine aktive Straße“ vorgestellt. Ziel dieses Projektes war es die Gumpendorfer Straße zu beleben. Hier geht es um eine bestehende zweitrangige Geschäftsstraße im Altbauggebiet Wiens. Die Straße verläuft parallel zur Mariahilfer Straße, ist teilweise sehr eng und war durch den stehenden und fließenden Individualverkehr sowie einen hohen Anteil an Leerstand geprägt. Durch die Vernetzung der Geschäftsleute und lokalen Akteure vor Ort durch die GB*6 wurden gemeinsam Aktionen, Veranstaltungen und Aktivitäten



umgesetzt, um auf das Angebot in der Geschäftsstraße aufmerksam zu machen und auch den Leerstand zu vermitteln (Führungen, Straßenfeste, Freecards, Kunstprojekte...). Das Hauptaugenmerk des Projektes lag in der Vernetzung der Akteure und der Einrichtung einer lokalen Anlaufstelle. Schon allein durch die Vernetzung kamen Aktivitäten zustande, die die wirtschaftliche Belebung der Straße unterstützt hat.

AGORA Marktbiennale

Abschluss machte das Projekt „Agora Marktbiennale“. Das Projekt wurde von der GB 2/20 durchgeführt und hatte zum Ziel den Vorgartenmarkt, der unter hohem Leerstand und schlechtem Image litt, wieder zu beleben. Die Agora war ein leerstehender Marktstand, der jeweils für ein Monat für Kunst- und Kulturprojekte kostenlos zur Verfügung stand. Es bestand auch die Möglichkeit eigene Unternehmenskonzepte auszuprobieren (Beispiel Nähkaffee das später ein eigenes Lokal eröffnet hat). Die Agora war mit dem wechselnden Programm ein großer Frequenzbringer. Die Kuratierung der Projekte erfolgte durch die GB*2/20. Ein wichtiger Punkt war auch die Vernetzung der derzeitigen Marktständler untereinander und deren Erkenntnisgewinn, dass man gemeinsam mehr erreichen kann. Mittlerweile sind alle Marktstände voll und es hat sich ein qualitativer „BioCluster“ gebildet mit einem überregionalen Einzugsbereich.

Wie kann eine Geschäftsstraße in einem Neubaugebiet entwickelt werden?

Im Anschluss an die Projektbeispiele erfolgte die **Diskussion** über die Entwicklung einer Geschäftsstraße mit Identität.

Es wurde genannt, dass die Gemeinschaft und die Kooperation im Vordergrund der Entwicklung stehen müssen. Man müsste den Konkurrenzgedanken zwischen den einzelnen Bauträgern ausklammern, um gemeinsam mehr zu erreichen. Es braucht dazu eine Anlaufstelle oder eine Art Wirtschaftsgemeinschaft (auch mit anderen Nutzungen). Innerhalb der Gemeinschaft muss ein Ausgleich zwischen den Mieten geschaffen werden.

Kuratierung und Branding

Ein wesentlicher Punkt ist die Wertvorstellung. Es geht darum mit welchen Werten die Fläche vermietet werden soll. Dies ist dann über die Ausschreibung zu transportieren. Mit welchem Branding, mit welcher Idee wird gearbeitet? Es soll nicht bloß eine „Fläche“ vermietet werden. Der Spielraum liegt in der Qualifikation und im Ertrag. Bei den genannten Beispielen wurde bei der Flächenverwertung selbstbewusst agiert. Es gab Ausschreibungen und Kriterien, die eingehalten werden mussten. Umso besser die Qualität des Konzeptes, desto eher ist man bereit beim Mietpreis herunterzuschrauben. Durch die hohe Qualität der Lokale kommt es zu einer höheren Wohn- und Arbeitsqualität und dadurch zu einer Wertsteigerung im gesamten Gebiet. Die Ausdifferenzierung der Erdgeschoßlokale ist dabei sehr wichtig (Geschäftsgröße etc.). Ein innovatives Branding kann auch medial stark vermarktet werden.

Auch die Beispiele aus den Neubaugebieten in der Schweiz haben gezeigt, dass die Nachfrage stets größer als das Angebot war. Der Neubau in der Zentrumslage hat auch viele Vorteile gegenüber dem Altbestand (bauliche und rechtliche Situation) von dem man allerdings viel lernen kann.

Über die baulichen Strukturen im Neubaugebiet (Kleinteiligkeit) lässt sich viel erreichen aber es braucht dazu eine Begleitung für die Idee, Branding und Clustering etc. Mit der ersten Besiedelung und der ersten Vermietung ist es nicht getan. Man muss bei der Umsetzung einer Geschäftsstraße mehr aufbauen. Es benötigt einen Kurator. Wenn man das gemeinschaftlich durchsetzt, haben alle etwas davon.

Zentrale Steuerung- und Vernetzungsplattform

Am Beispiel des Hauptbahnhofes wurde nochmals die Notwendigkeit einer zentralen Steuerungsplattform hervorgehoben. Nach dem Bau der Shoppingmal im Hauptbahnhof standen in



der Umgebung fast doppelt so viele Lokale leer wie davor. Gerade bei der Gastronomie ist es entscheidend auf Qualität zu setzen und nicht den erstbesten Mieter zu nehmen. Über einen qualitätsvollen Gastrobetrieb kann ein überregionales Einzugsgebiet geschaffen werden. Es benötigt eine autonom agierende zentral steuernde Einrichtung mit relativ viel Handlungsspielraum. Derzeit gibt es schon Ansätze (wie Stadthäuser am Helmut Zilkpark). Jetzt wäre der richtige Zeitpunkt diese zu Ende zu denken und diese Ansätze, die innerhalb eines Gebäudes bereits passieren auch baufeldübergreifend zu entwickeln.

Wichtig wäre auch die BewohnerInnen in dem Prozess oder Projektteam einzubinden, da diese oft sehr genau wissen was ihnen fehlt. Ebenso wichtig ist eine Anlaufstelle für Personen, die gerade Räume suchen oder sich selbständig machen wollen.

Zwei Extreme sind die umgelegte Shoppingmal in der Seestadt Aspern und eine Besiedlung nach reinem „Good Will“. Es braucht einen Mittelweg. Ein „kleiner“ Shop (wie Orchideenshop zu dem über 100m² groß) wird nicht der große Frequenzbringer sein. Es braucht mehrere kleinere Lokale, die in Summe ein attraktives Angebot darstellen und zum Frequenzbringer werden. Aber es gibt auch außergewöhnliche Konzepte (wie die Austernpilzzucht in einem Keller in der Innstraße im 20. Bezirk) oder die Agora Marktbiennale, die alleinige Frequenzbringer werden können. Ein Beispiel wäre auch ein Restaurant, wo alle paar Wochen ein anderer Koch kocht.

Start-Up-Förderung

Ein spannender Ansatz wäre auch die Unterstützung von EPU's oder Handwerkerunternehmen, die ein Betriebskonzept vorlegen und ggf. bei der Umsetzung unterstützt werden (Tutoring und Mentoring). Schwierig sind die Investitionskosten am Anfang für kleinere Betriebe, der Baukostenanteil (150€/m²), stellt oft eine große Hürde dar. Es stellt sich die Frage, ob es hier Förderungen gibt wie zB die Geschäftsgebietsförderung, die es im Bestand gibt, um den neu ansiedelnden Betrieben eine Unterstützung zu bieten. Die Geschäftsgebietsförderung kann nur ein Verein beantragen. Gibt es Incentives für die Leistbarkeit? Bei sozialen Bauträgern herrscht das Kostendeckungsprinzip. In der Sargfabrik gibt es eine Kulturförderung über die Mieten.

Nachfrage nach kleinteiligen Strukturen

Der Erfolgsfaktor liegt in der Kleinteiligkeit (Autorenshops). Bei kleinteiligen Erdgeschoßlokalen besteht auch die Möglichkeit diese zu clustern. Außerdem würden die Mieter schneller ein Risiko eingehen, wenn die Mieten nicht so hoch sind. Natürlich möchte man zwei Jahre vorher schon einen Mieter finden, aber es ist eher unrealistisch ein kleines Unternehmen so lange zu binden. Beim Beispiel Lagerstraße werden die Mieter ein halbes Jahr bis ein Jahr vor der Eröffnung gesucht. Die Konzeptidee kann allerdings schon früh verbreitet werden um InteressentInnen anzuwerben. Der Ansiedlungsprozess kann dann auch medial groß erfolgen. Die Nachfrage nach Räumlichkeiten erfolgt erst nach Fertigstellung der Gebäude.

Die kleineren Einheiten könnten für den Bauträger eine wirtschaftliche Herausforderung bedeuten. Mietpreis pro m² in kleinem Geschäft höher. Eine Quersubventionierung über die unterschiedlichen Lokalmieter soll angedacht werden.

Es gibt viele Leute die einen kleinen Raum suchen zum Arbeiten oder als Praxis und zusätzlich einen Raum für Präsentationen und Veranstaltungen. Im Neubaugebiet könnte so eine Möglichkeit geschaffen werden. Es könnte sich ein Local Hub formieren. Die Nachfrage nach Räumlichkeiten ist sehr hoch. Räume für Alltagskultur und Sharing-Projekte boomen zurzeit.

Zwischennutzung

Das Problem in der Ansiedlung im Neubaugebiet besteht oft darin, dass die Betriebe und Geschäfte sich erst für ein Gebiet interessieren, wenn es bereits besiedelt ist und einen gewissen Kundenkreis bietet. Der Leerstand in den Erdgeschoßlokalen beispielsweise im Nordbahnviertel hat sich erst nach ein bis drei Jahren nach der Fertigstellung der Gebäude gefüllt. Diese Zeit kann durch kulturelle oder



sonstige Zwischennutzungen überbrückt werden, die zunächst nicht auf die Kaufkraft und die fertige Besiedlung eines Stadtteils angewiesen sind.

Links:

<http://www.europaallee.ch/>

<https://www.kalkbreite.net/>

<http://www.gbstern.at/projekte-und-aktivitaeten/stadtnutzen/die-gumpendorfer/>

http://www.gbstern.at/projekte-und-aktivitaeten/stadtnutzen/frischer-wind-am-vorgartenmarkt/?no_cache=1&sword_list%5B0%5D=vorgartenmarkt