POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM



KAISER-JOSEF-VIERTEL

ERHEBUNG UND DOKUMENTATION DER QUALITÄTETN IM ÖFFENTLICHEN RAUM UND POTENZIALE FÜR EINE NEUGESTALTUNG





$Bearbeitung \,|\, Impressum$

Studie erarbeitet im Auftrag der



Stadt- und Verkehrsplanung

erarbeitet von

ATELIER FÜR ARCHITEKTUR THOMAS PILZ CHRISTOPH SCHWARZ Staatl. bef. u. beeidet. Ziviltechniker Glacisstraße 35, 8010 Graz www.aaps.at

Villach und Graz, im Dezember 2014

bearbeitet von Arch. DI Christoph Schwarz | schwarz@aaps.at | 0699 18102560 Arch. DI Mag. Thomas Pilz | pilz@aaps.at | 0699 18104570 DI Andreas Ellenfeld | ellenfeld@aaps.at



II.1.2.9. Verkehrsanbindung

II.1.2.10. Frequenzbringer Wohnnutzung

I. EINLEITUNG	
HINTERGRUND, AUFGABENSTELLUNG UND GRUNDLAGEN DIESER POTENZIALANALYSE	9
I.1. AUSGANGSLAGE	11
I.2. AUFGABENSTELLUNG	15
I.3. ARBEITSWEISE	18
I.4. GRUNDLAGEN	19
II. BESTANDSAUFNAHME – VILLACH UND DER ZUSTAND DER ALTSTADT ÜBERSICHT – ALLGEMEINER TEIL	21
II.1. ATTRAKTOREN, FREQUENZBRINGER IM GEBIET DER ALTSTADT	22
II.1.1. Übergeordnete, extern wirksame Attraktoren	22
II.1.1.1. Fachgeschäfte des Einzelhandels als Hauptattraktoren der Altstadt?	23
II.1.1.2. Der öffentliche Raum	25
II.1.1.3. Temporäre Attraktoren	26
II.1.2. Intern wirksame Attraktoren: Zielorte innerhalb der Innenstadt	29
II.1.2.1. Konsum Einzelhandel	29
II.1.2.2. Touristische Attraktoren	31
II.1.2.3. Gastronomie	33
II.1.2.4. Marktbetrieb	34
II.1.2.5. Kommunale Angebote und Dienstleistungen	37
II.1.2.6. Natur- und Grünraum	40
II.1.2.7. Kultur	43
II.1.2.8. Zentrale Orte mit spezifischen Qualitäten als Anziehungspunkte	43



45

47

Qualitätan im äffantlichen Daum und in der gehauten Cubstanzu	
Qualitäten im öffentlichen Raum und in der gebauten Substanz:	
Überblick über bedeutende Sequenzen innerhalb der Villacher Altstadt	
II.2.1. Drau – Hauptplatz – Rathausplatz	
Weißbriachgasse – Pfarrgasse – Oberer Kirchenplatz – Schanzgasse	5
II.2.2. Hans-Gasser-Platz – obere Widmanngasse – Schanzgasse – Oberer Kirchenplatz	5
II.2.3. 10. Oktober-Straße – 8Mai-Platz – Poststraße	5
II.2.4. Hans-Gasser-Platz	5
II.2.5. Bahnhofsvorplatz – Bahnhofstrasse – Drau	54
II.2.6. Marktplatz – Lederergasse - "Brückenplatz"	5
II.2.7. Marktplatz – Markhalle – Burgplatz	5
II.2.8. Widmanngasse Kaiser-Josef-Platz	5
II.2.9. Leitegasse Paracelsusgasse	6
II.2.10. Drauparkstraße Ringmauergasse	6
II.2.11. Anbindungen an den Hauptplatz: Karlgasse, Rathausgasse, Seilergasse	6
II.2.12. Fazit	6
II.3. STADTMARKETING: VERMITTLUNG DER VORHANDENEN QUALITÄTEN	7(
II.4. INNERSTÄDTISCHE KAUFKRAFT IM RÜCKZUG?	7:
II.4.1. Innenstadt versus Stadtrandlage	7:
II.4.2. Gesellschaftlicher Wandel eines geänderten Konsumverhaltens	7.

III. Requalifizierung – Ebenen der Belebung	77
Strategien,übergeordene Kriterein und Massnahmen	
III.1. RESULTIERENDE STRATEGIEN	78
III.2. ATTRAKTIVIERUNG DES LEBENSRAUMES INNENSTADT	79
II.2.1. Übergeordnete Strukturelle Aspekte – Maßnahmen der Stadtentwicklung	81
II.2.1.1. Innerstädtische Flächenpotenziale	81
II.2.1.2. Leerstand	82
II.2.1.2. Potenziale für den Wohnbau	84
II.2.1.3. Kommunale Angebote und Dienstleistungen	86
III.2.1.4. Nutzungsschwerpunkte durch Funktionsbündelung	86
III.2.1.5. Temporäre Konzepte - was kann abseits des Konsum stattfinden?	88
III.3. DER INNERSTÄDTISCHE ÖFFENTLICHER RAUM	89
III.3.1. Öffentlicher Raum als direkte kommunale Intervention	89
III.3.2. Öffentlicher Raum als "weicher" Standortfaktor	89
III.3.3. Öffentlichkeit als Prinzip der demokratischen Stadtgesellschaft	90
III.3.4. Neue Entwürfe, neue Strategien, ein neue Planungskultur	92
III.3.5. Aktivierung durch Umfeldaufwertung	93
III.3.6. innerstädtischer Grünraum	93
III.4. INNERSTÄDTISCHER EINZELHANDEL	
übergeordnete Kriterien, Möglichkeiten, konkrete Maßnahmen	96
III.4.1. Entwicklung weiterer Einzelhandelsstandorte	96
III.4.1.1. Innerstädtische Standorte als Center – Chancen und Risiken	98
III.4.1.2. Offener Centertypus	10
III.4.1.3. Geschlossener Centertypus	10
III.4.1.4. Selbstverwaltetes Innenstadt-Management	10



II.4.2. Stärkung der Konkurrenzfähigkeit des City-Shopping ausgehend vom Status Quo	10
III.4.2.1. Abgleich in Service und Angebot zu den Mitbewerbern	10
III.4.2.2. Öffnungszeiten	108
III.4.2.3. Kundeninformation + Service Station	108
III.4.2.4. Barrierefreiheit	109
III.4.2.5. Kinderbetreuung	10
III.4.2.6. Öffentliche Sanitäreinrichtungen	110
III.4.2.7. Gratis W-Lan Hotspots	11
III.4.2.8. Weitere Angebote	11
III.4.2.9. Parken und Anreise	11
II.5. VERBESSERUNGEN FÜR DIE LESBARKEIT DES VORHANDENEN ANGEBOTS	11
III.5.1. Stadtrundgänge und Führungen	11
III.5.2. Stadtteilmarketing	11
V. UNTERSUCHUNGSGEBIET	11
Nidmanngasse, Kaiser-Josef-Platz, Leitegasse, Paracelsusgasse	
V.1. EINBINDUNG INNERHALB DER ALTSTADT	11
IV.1.1. Wegenetz quer zur Drau	11
IV.1.1. Wegenetz parallel zur Drau	12
IV.1.3. Überlagerung und Schließung offensichtlicher Lücken im Wegenetz	12
V.2. SYSTEM DER ÖFFENTLICHEN RÄUME ERGÄNZENDE BAUSTEINE	12
V.3. MASSNAHMEN FÜR DEN ÖFFENTLICHEN RAUM	12
IV.3.1. Widmanngasse: Sequenzierung durch Plätze	13
IV.3.2. Platz Drauparkstrasse Widmanngasse	13
IV.3.3. Marienplatz: Widmanngasse Leitegasse	13
IV.3.4. Kaiser-Josef-Platz	13
IV.3.5. Strukturelle Maßnahmen: Brücke und Aufwertung Draupromenade	14
IV 3.6. Anbindung an den Hauptplatz: Karlgasse Rathausgasse Seilergasse	14
IV.3.7. Paracelsusplatz: Leitegasse Paracelsusgasse + Öffnung der Leinigengasse	14
IV.3.8. Burgplatz Burgpark untere Ringmauergasse Appendix Leitegasse	15
IV 3.9. Portal Drauparkstraße Requalifizierung der Ringmauergasse	15

۷. ۱	VERKEHRSORGANISATION	
/ERI	kehlichen Anbindungen, mögliche Szenarien, alternative Mobilitätskonzepte	15
/.1 .	BESTANDSSITUATION – ÜBERGREIFENDE BETRACHTUNG	16
	V.1.1. Übergeordnetes Verkehrskonzept	16
	V.1.1.1. Parkleitsystem	16
	V.1.1.2. BesucherInnenleitsystem	16
	V.1.1.3. Radverkehr und ÖPNV	16
	V.1.2. Parkplatzsituation auf und generierte Wegebeziehungen auf Basis akzeptierter Distanzen	16
/. 2 .	PROJEKTGEBIET IM DETAIL - VERKEHRLICHE ANBINDUNG DER WIDMANNGASSE	17
	V.2.1. ÖPNV	17
	V.2.2. MIV	17
	V.2.3. Radverkehr	17
	V.2.4. Fußverkehr	17
/.3.	SZENARIEN VARIANTEN DER VERKEHRSORGANISATION IN DER WIDMANNGASSE	17
	V.3.1. Transformation in eine Begegnungszone	17
	V.3.1.1. Belebung durch den Verkehr?	17
	V.3.1.2. Bauliche Konsequenzen und zu erwartende Veränderungen des Gebietscharakters	17
	V.3.2. Vergleichende Betrachtung weiterer Lösungsansätze	17
	V.3.2.1. Zeitlich gestaffelte Lösung: Öffnung für den Verkehr in einem definierten Zeitfenster	17
	V.3.4.2. Evaluierung: Bewertungskriterien für Erfolg Misserfolg	17

	_	••		
VI.	RE	Su	IM	EI

Abschliessende Betrachtungen zur vorgelegten Potenzialanalyse

VII. LITERATURLISTE

V.4. ALTERNATIVE MOBILITÄTSKONZEPTE

V.4.1. verschiedene Bausteine von Mobilität

in Hinblick auf eine Beibehaltung der Fußgängerzone

V.4.2. Verkehrliche Anbindung ohne eine Öffnung für den MIV



179

180

182

185

195

I. EINLEITUNG

HINTERGRUND, AUFGABENSTELLUNG UND GRUNDLAGEN DIESER POTENZIALANALYSE

I.1. AUSGANGSLAGE
I.2.AUFGABENSTELLUNG
I.3. ARBEITSWEISE
I.4. GRUNDLAGEN



Abb.1. Blick auf die Altstadt vom Kongresszentrum (Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Villach)

Zitat: Tourismusverband Villach, Villacher Altstadtspaziergang, Villach 2014, S.2

Zitat: CIMA-Studie, Teil 1, S.113

Daten: CIMA-Studie. Teil 1. S.39.S.43

Daten: Statistisches Jahrbuch Villach 2011, S68f., CIMA-Studie, Teil1, S.28

I.1. AUSGANGSLAGE

"Villach – eine bezaubernde Stadt mit 60.000 Einwohnern die zweitgrößte des Landes. Eine lebendige Stadt, dynamisch und modern. Und doch uralt, wenn es um seine Geschichte geht".

Diese Sätze liest der die geneigte BesucherIn zur Vorstellung der Stadt Villach im Rahmen der Tourismusbroschüre "Villacher Altstadtspaziergang".

Im Kern deckt sich diese Aussage mit der Einschätzung der Verfasser dieser Analyse. Villach profitiert stark von dem ansprechenden Bild seiner Altstadt. Durch die pittoreske Lage am Fluss im Zusammenspiel mit der alten Bausubstanz generiert Villach in der Rezeption ein "Flair", welches das "Bummeln", das Einkaufen und den Aufenthalt in der Innenstadt in "angenehme Atmosphäre" zu einem positiv bewerteten Erlebnis werden lässt. Neben der Bedeutung spezifischer Fachgeschäfte, werden gerade diese auf das Erscheinungsbild bezogenen Aspekte als Grund für einen Einkauf in der Innenstadt genannt. Entsprechend ist dieses Potenzial ein essentieller Baustein in der Vermarktung des "City-Shopping" in klarer Abgrenzung zu Mitbewerbern in der Peripherie.

Villach präsentiert sich im Vergleich zu Städten gleicher Größe als eine außerordentlich attraktive, nach wie vor überdurchschnittlich gut und breit aufgestellte Stadt. Dies gilt gleichermaßen für die Bereiche Shopping, Tourismus , Kultur und Wirtschaft. So betrug 2006 die Kaufkrafteigenbindungsquote 92% bei einer gleichzeitigen Einzelhandelszentralität von 216%, was als außerordentlich hoch einzuschätzen ist. De facto bleiben nicht nur die BewohnerInnen ihrer Stadt beim Einkauf treu: darüber hinaus hat sich Villach einen weitreichenden, regionalen Einzugsbereich über die Landesgrenzen Sloweniens und Italiens hinweg erschlossen. Den Verfassern liegen diesbezüglich keine aktuellen Daten zum Beleg vor, dennoch ist zu vermuten, dass durch die Fertigstellung des Shoppingcenters "Atrio" in seiner letzten Ausbaustufe von 38700m² Verkaufsfläche, hier im Rahmen des starken regionalen Konkurrenzdruckes eine Konsolidierung oder eventuell eine weitere Verbesserung dieser Kennwerte erzielt werden konnte.

Weiters ist Villach nach wie vor eine der Top 20 Tourismusdestinationen Österreichs. So konnten sich die jährlichen Nächtigungszahlen nach einem Einbruch in der Saison 2005 | 06 auf 530 Tausend bis 2009 | 10 wieder bei über 800 Tausend stabilisieren und verbuchte im Jahr 2006 rund 7% des Gesamtnächtigungstourismus in Kärnten für sich.



Daten: CIMA-Studie, Teil 1, S.124-129

Daten: CIMA-Studie, Teil 3, S.9 Statistisches Jahrbuch Villach 2014. S.17 Die vielen positiven Aspekte der Stadt spiegeln sich analog in den erhobenen Eigen- und Fremd-Imagewerten wieder: 73% der VillacherInnen bezeichnen ihre Stadt als attraktiv und lebenswert. Ein weiterer Schwerpunkt zeigt sich im Bereich Kultur und Event (12%). Das Bild der EinwohnerInnen aus dem Kärtner Einzugsgebiet ist hier differenzierter: 36% beurteilen Villach als attraktiv und lebenswert. Mit einem Anteil von 20% des Faktors "Einkaufsstadt" zeigt sich die regionale Bedeutung für den Einzelhandel. Weitere 15% sehen Villach als Kulturund Event-Stadt und weitere 11% bringen Villach mit dem Fasching in Verbindung. Auch in diesem Zusammenhang lässt sich unschwer ablesen, dass Villach einen starken Attraktor darstellt.

Auch in der Eigenbewertung der weichen Standortfaktoren durch die EinwohnerInnen profiliert sich Villach als ein überdurchschnittlich liebens- und lebenswerte Stadt, der bezogen auf seine Größe eine Vielzahl an Angeboten liefert. Während die Wohn- und Lebensqualität besonders gut beurteilt wurde (Note 1,6), liegen knapp dahinter die weiteren Kriterien Kultur- und Freizeitangebot, Shoppingangebot und Umweltqualität fast gleichauf: Note 2,0 bis 2,2. Dementsprechend erfreut sich Villach jährlich eines stetigen Bevölkerungswachstums bis auf 60,223 Einwohner im Jahre 2013.

Darüber hinaus wurden in letzten Jahren ein Vielzahl von Anstrengungen unternommen, um den Standort Villach zu stärken. Insbesondere wurden in der Altstadt seit Erstellung der CIMA-Studie schon einige wichtige Investitionen getätigt: mit der Projektierung und Errichtung des Kongresszentrums wurde das nordöstliche Drauufer mit einer neuen innerstädtischen Funktion besetzt. Gleichzeitig wurde mit der Realisierung der Drauterrassen auf Kritik reagiert, den Fluss stärker in das Altstadtbild einzubinden. Die sehr gelungene Neugestaltung des Rathausplatzes hat angrenzend an den Hauptplatz einen vitalen und großteils nicht-kommerzialisierten Aufenthaltsraum geschaffen, der sehr gut angenommen wird. Mit der Sanierung der Markthalle wurde ein Start für die Attraktivierung des potenziell starken Magneten Wochenmarkt gesetzt. Die Sanierung des Bahnhofvorplatzes und Errichtung der Begegnungszone in der Bahnhofsstrasse sind weitere Belege für eine aktive und experimentierfreudige Stadtführung. Mit den abgeschlossenen Wettbewerben für die Lederergasse und den Hans-Gasser-Platz warten weitere neuralgische Teile der Altstadt auf eine Aufwertung.

Trotz dieser an sich sehr positiven Grundtendenzen existieren in Teilbereichen der Altstadt, insbesondere der westlichen Altstadt, im Areal der unteren und mittleren Widmanngasse, des Kaiser-Josef-Platzes, sowie der Leitegasse und der Paracelsusgasse schwerere Rahmenbedingungen für die Vermietung von Immobilien und den Einzelhandel. Obwohl an diesen Orten auch überwiegend wertvolle historische Bausubstanz vorzufinden ist, sie ebenfalls Teil der Fußgängerzone sind, lässt sich ein Mangel an Belebung feststellten. In diesem Areal kulminiert der Leerstand und die verbliebenen Geschäfte sind oft von rückläufigen Umsätzen betroffen. Insbesondere im Vergleich mit den stark belebten (und entsprechend ökonomisch vitalen) Bereichen der Villacher Altstadt, wie der innerstädtischen Hauptachse (vom Bahnhof zum Rathaus), werden gegenwärtig abfallende Qualitäten offensichtlich. Um dem entgegenzuwirken ist eine Requalifizierung des Kaiser-Josef-Viertels von Nöten, um eine erneute Belebung in sozialer und wirtschaftlicher Sicht zu erreichen.



Abb.3. Übersichtsbild zur Lage des Untersuchungsgebietes im gesamten Stadtkontext (Quelle: http://gis.villach.at/)

I.2. AUFGABENSTELLUNG

Ausgehend von einer Initiative aus Immobilienbesitzern und Handelstriebenden wurde der Wunsch nach einer Öffnung der Fußgängerzone für den motorisierten Individualverkehr innerhalb der Widmanngasse vorgetragen, um auf diese Weise den negativen Entwicklungen, namentlich den Leerständen und den rückläufigen Umsätzen, in diesem Bereich entgegenzuwirken.

Um objektiv beurteilen zu können, ob die geforderte Maßnahme hierfür zielführend ist, geht die Potenzialanalyse der Frage nach, welche Entwicklungen zu diesem negativen Status Quo innerhalb der nordwestlichen Altstadt geführt haben können und ob es letztendlich ein Mangel an PKW-Verkehr und direkten Parkmöglichkeiten vor den Geschäften ist, welcher die maßgebliche Ursachen für die vorhandenen Leerstände und die rückläufigen Umsätze darstellt.

Hierzu wird ein weitgefächerter Kriterienkatalog herangezogen, der über eine rein räumlich-qualitative und verkehrstechnische Beurteilung hinausreicht: Es erfolgt eine übergeordnete Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklungen, vor allem im Wechselspiel der Innenstadt mit neuen Geschäftsansiedlungen in Stadtrandlage, sowie im Lichte neuer Kaufgewohnheiten. Darüber hinaus stellt die Studie die Beobachtungen und Erkenntnisse über Villach in den Kontext der aktuellen Stadtforschung über europäische Innenstadtlagen, um hierdurch einen weiteren Maßstab für die Bewertung der Situation in Villach aufzuzeigen.

So versucht sich diese Potenzialanalyse den Ursachen für eine geringe Belebung in den westlichen Lagen über eine ganzheitliche Betrachtung zu nähern. Aus diesem Grund werden gleichermaßen die bereits genannten, übergeordneten Kriterien, wie auch eine konkrete Analyse der Qualitäten im öffentlichen Raum und der gebauten Substanz in die Überlegungen einbezogen. Wie sich im Zuge der Studie zeigen wird, erwächst die Benachteiligung des Kaiser- Josef-Viertels aus einem kaleidoskopartigen Zusammenspiel verschiedenster Ursachen.



Abb.4. Lage des Untersuchungs- und Betrachtungsgebietes in Bezug auf das gewidmete Kerngebiet, die historische Altstadt (samt früher Stadterweiterungen) und die Fußgängerzone (Quelle: http://gis.villach.at/)

Infolgedessen ist eine rein singuläre Betrachtung des Untersuchungsgebietes, im Hinblick auf die von der Interessengruppe erwünschte Öffnung der Fußgängerzone für den Verkehr, aus Verfassersicht nicht sinnvoll. Dies scheint der komplexen Thematik nicht gerecht zu werden. Der ursprüngliche Zuschnitt des Untersuchungsgebietes war auf die konkrete Bearbeitung der Fragestellung, ob eine Öffnung für den Verkehr möglich oder sinnvoll sei, ausgelegt. In diesem Zusammenhang erweist es sich aus Sicht der Verfasser als zielführend, das Betrachtungsgebiet zu erweitern, um durch eine Untersuchung der externen Vernetzungsmöglichkeiten eine verbesserte Einbindung des Kaiser-Josef-Viertels in das Gesamtsystem Innenstadt zu erreichen. Neben einer internen Aufwertung sind ebenfalls die transitorischen Schnittstellen zu den angrenzenden Arealen von Bedeutung für die Generierung von zusätzlichen Frequenzen für das Gebiet.

Wesentlich ist für eine lebendige Altstadt die Bedeutung des öffentlichen Raums. Insbesondere in Villach mit seiner wertvollen historischen Bausubstanz stellt der öffentliche Raum ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal und somit einen wertvollen Standortfaktor dar. Eine qualitative Analyse des Raumgefüges soll die Frage beantworten, welche zusätzlichen Potenziale im öffentlichen Raum in sozialer, funktionaler, gestalterischer und verkehrstechnischer Hinsicht aufgezeigt werden können, um eine Aufwertung zu erzielen. Dahingehend werden in weiterer Folge Vorschläge für einen Maßnahmenkatalog erstellt. In diesem Zusammenhang wird auch überprüft, welche Auswirkungen eine partielle und gezielte Öffnung der Fußgängerzone für den Verkehr, im Sinne von Shared Space bzw. Begegnungszone, nach sich ziehen würde und weitere, alternative Mobilitätsszenarien in Hinblick auf die Beibehaltung der Fußgängerzone skizziert.

Die weitgefächerte Ursachenforschung, die dem Analyseteil zugrunde liegt, referenziert sich (zum Teil) auf Faktoren, die nur innerhalb eines langfristigen Zeithorizontes beeinflussbar sind. Auf diesem Feld möchten die Verfasser mit den vorliegenden Reflexionen Anregungen für Strategien liefern, wie sich Villachs Altstadt nachhaltig in Zukunft ausrichten könnte.

I.3. ARBEITSWEISE

Die Studie widmet sich zunächst der Bestandsaufnahme. Hierfür werden in einem allgemeinem Teil vorhandene sowie potenzielle Attraktoren und Frequenzbringer im Gebiet der Altstadt thematisiert und deren Bedeutung für das Gesamtsystem Innenstadt beschrieben. Vertiefend werden die Qualitäten im öffentlichen Raum und der gebauten Substanz für bedeutende Sequenzen innerhalb der Altstadt im Konkreten, sowie die Lage und Verknüpfung des Projektgebietes innerhalb des Gesamtgefüges der Innenstadt von Villach analysiert. Im Rahmen der Bestandsaufnahme werden ebenfalls die bereits gesetzten Maßnahmen des Stadtmarketings einbezogen. Das Kapitel schließt mit der übergeordneten Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklungen in Villach - sowohl in Bezug auf die Daten der vorliegenden Studien (CIMA 2006, Standort & Markt 2014), als auch in Bezug auf bereits stattfindende und für die Zukunft prognostizierte gesellschaftliche Gesamtentwicklungen.

Im darauf folgenden Kapitel werden mögliche Requalifizierungsstrategien zur Attraktivierung des Lebensraums Innenstadt als ganzheitliches System entwickelt, sowie die zentralen Kernbausteine öffentlicher Raum und Einzelhandel nochmals im Detail behandelt. An dieser Stelle findet sich ein kurzer Exkurs zum Thema "Innerstädtische Shoppingcenter". Dies ist ebenfalls als Anregung zu einer Diskussion über die geplante, zur Zeit noch ausstehende Umsetzung der "Draupassage" zu verstehen. Abschließend finden sich in diesem Kapitel informelle Vorschläge zur Verbesserung der Lesbarkeit des vorhandenen Angebots.

In weiterer Folge werden in Kapitel IV auf Basis der Analyse konkrete Vorschläge für Interventionen im Untersuchungsgebiet abgeleitet, auf das System der vorhanden und geplanten öffentlichen Räume referenziert und die Potenziale zur Schaffung spezifischer Orte grafisch dargestellt.

Das Kapitel Verkehrsorganisation nähert sich über eine übergreifende Betrachtung der gesamten Innenstadt im Zusammenhang mit möglichen Verbesserungsvorschlägen, der konkreten Analyse der verkehrlichen Anbindung der Widmanngasse für die unterschiedlichen Formen von Mobilität. Vor diesem Hintergrund werden verschiedene Möglichkeiten der Verkehrsorganisation umrissen, ein Kriterienkatalog zur Evaluierung aufgestellt und weitere Lösungen in Form alternativer Mobilitätskonzepte vorgestellt.

Im abschließenden Resümee werden die vorgeschlagenen Maßnahmen in Hinblick auf die Zeithorizonte ihrer Verwirklichung kategorisiert und Empfehlungen für eine gestaffelte Umsetzung ausgesprochen.

I.4. GRUNDLAGEN

Die Basis für die hier angestellten Überlegungen bilden untenstehend aufgeführte Quellen:

- CIMA-Studie 2006
- Statistisches Jahrbuch Villach 2011 und 2014
- planliche Unterlagen, der Geo-Datenbank Villach
- div. Unterlagen Villach-Stadtmarketing
- Pressespiegel "Innenstadt", Stadtrat Weidinger
- Ergebnisse der gemeinsamen Vorbesprechungen
- Ergebnisse der Architekturwettbewerbe Hans-Gasser-Platz und Lederergasse
- Ortsbegehungen mit Fotodokumentation
- informelle Anwohnergespräche
- diverse externe Studien und Fachliteratur (siehe Literaturliste)

II. BESTANDSAUFNAHME

VILLACH UND DER ZUSTAND DER ALTSTADT ÜBERSICHT – ALLGEMEINER TEIL

II.1. ATTRAKTOREN, FREQUENZBRINGER IM GEBIET DER ALTSTADT
II.2. ALTSTADTBILD – ÜBERBLICK ÜBER BEDEUTENDE SEQUENZEN
II.3. STADTMARKETING: VERMITTLUNG DER VORHANDENEN QUALITÄTEN
II.4. INNERSTÄDTISCHE KAUFKRAFT IM RÜCKZUG?

Zitat: CIMA-Studie, Teil 1, S.78

II.1. ATTRAKTOREN, FREQUENZBRINGER IM GEBIET DER ALTSTADT

In diesem Kapitel widmet sich die Potenzialanalyse zunächst den Attraktoren die Villachs Innenstadt zu einem Anziehungspunkt für BewohnerInnen und BesucherrInnen machen. Zuerst werden die auf übergeordneter Ebene wirksamen Atrraktoren beschrieben, die mit überregionaler Strahlkraft dafür sorgen, dass Menschen gezielt die Stadt aufsuchen, die als initialer Grund für einen Aufenthalt in Villachs Innenstadt dienen. In weiterer Folge werden die inneren Attraktoren betrachtet, die einerseits als Zielorte des täglichen Bedarfs dienen und so für eine Verteilung der BesucherInnen und BewohnerInnen innerhalb der Altstadt sorgen, beziehungsweise durch die Positionierung als spezifische Funktion in der Innenstadt, von sich aus Frequenzen für diesen Ort generieren können.

II.1.1. Übergeordnete, extern wirksame Attraktoren

Zum Teil wurden die übergeordneten, extern wirksamen Attraktoren bereits innerhalb der Einleitung angesprochen. Als scheinbar wichtigster Beweggrund wird zunächst das Vorhandensein spezieller Fachgeschäfte angeführt. Dies ist sicherlich ein wesentliches Qualitätsmerkmal des Villacher City-Shopping - auf die essentielle Bedeutung weist bereits auch die CIMA-Studie hin:

"Da sich Villach als "Einkaufsstadt", insbesondere für den Altstadtkern, in den nächsten Jahren gegenüber den starken Konkurrenzstandtorten klar und eindeutig abgrenzen muss, kann diese Einzelhandelsspezifische Positionierung nur über eine verstärkte Fachgeschäftedominanz und -kompetenz erreicht werden. Die handelsorientierte Standortpolitik der Stadt sollte daher zukünftig an dieser Leitlinie abgestimmt sein."

Zitat: Netzwerk Innenstadt NRW, Kurs Innenstadt NRW, Düsseldorf, April 2010, S. 11

Zitat: CIMA-Studie, Teil 1, S.113

II.1.1.1. Fachgeschäfte des Einzelhandels als Hauptattraktor der Altstadt?

Unbestritten ist, dass der Einzelhandel nach wie vor für die Zentralität und Urbanität von Innenstädten von großer Wichtigkeit ist. Für das ganzheitliche Erscheinungsbild aber, das Image in dem sich das Alleinstellungsmerkmal und die gelebte Wirklichkeit eines spezifischen Ortes manifestiert, geht es um "[...] die soziale Dichte als Voraussetzung für eine kulturell und ökonomisch produktive Urbanität, die Nutzungsmischung als prägendes Merkmal der Heterogenität und damit der Lebendigkeit von urbanen Strukturen sowie die urbane Gestalt als Maßstab für die Wirkung der gebauten Struktur."

Die Entsprechung dieser These ist im Grunde genommen auch in der CIMA-Studie ablesbar. Innerhalb der Reihung von Attraktoren für einen Innenstadtbesuch werden zwar erst an zweiter und dritter Stelle die Faktoren "Flair", "angenehme Atmosphäre" und "Bummeln" genannt, letztendlich aber beziehen sich diese drei Punkte eindeutig auf das einnehmende Erscheinungsbild der Altstadt und bilden im Endeffekt eine gemeinsame Schwerpunktgruppe, welche zusammengenommen den oben genannten, erst gereihten Beweggrund des Shopping überwiegt. So ist es in erster Linie ebendieses Erscheinungsbild, welches das große Kapital Villachs als Alleinstellungsmerkmal darstellt und das als Motivation für einen Besuch ausschlaggebend ist.









Zitat: Netzwerk Innenstadt NRW, Kurs Innenstadt NRW, Düsseldorf, April 2010, S. 14).

II.1.1.2.Der öffentliche Raum

Der öffentliche Raum ist die Bühne des öffentlichen Lebens, welche die vorhandenen Ensembles aus überwiegend historischer Bausubstanz überhaupt erst zugänglich und erlebbar macht und so letztendlich als integraler Bestandteil die gestalterische Gesamtwirkung bestenfalls verstärkt oder gegebenenfalls sogar schwächt und über Räume unterschiedlichen Charakters und Nutzungen ein nicht segregiertes, heterogenes Angebotsspektrum für alle Menschen erzeugt. Hier ist eine entsprechend qualitätvolle Gestaltung und sensible Programmierung von vorrangiger Bedeutung für die Attraktivität von Villachs Altstadt.

"Gerade im Umbau der Städte spiegelt sich die soziale Funktion des öffentlichen Raumes wider. Im Stadtraum zeigt sich Stadtleben. Der öffentliche Raum wird zur Visitenkarte und wenn diese nicht stimmt, verlassen die Bewohner den Raum. Der Spagat der Stadtplanung besteht darin, dass divergierende Vorstellungen unterschiedlicher Nutzer gleichzeitig an einem Ort zufriedengestellt werden müssen."

Herausragende Stärken ergeben sich in Villach dort, wo Synergien zwischen Gestalt und Funktion entstehen, wo angenehmes Aufenthaltsambiente auf ein spezielles charakteristisches Angebot trifft, welches oft ein soziales Anliegen von möglichen NutzerInnen abbildet. Als konkrete Beispiele für Villach sind dies auszugsweise:

- "Fachgeschäfte in angenehmer Atmosphäre" (City-Shopping)
- "Stadt im Licht" (Adventsmarkt)
- "der grüne Ruhepol abseits des geschäftigen Treibens" (Rosengarten)
- "der nicht kommerzialisierte Platz zum Verweilen innerhalb eines lebendigen Umfeldes" (Rathausplatz)
- "die bunte Gastro- und Kulturgasse im Herzen der Altstadt" (Lederergasse)

Abb.4. Rathausplatz: nicht-kommerzialisierter Raum (Bild: AAPS)

Abb.5. Stadt im Licht (Bild: Henry Welisch; villacheradvent.at)

Abb.6. Grüner Ruhepol Rosengarten (Bild: AAPS)

Abb.7. Shoppen mit Flair am Hauptplatz (Bild: AAPS)

[v.l.o. im Uhrzeigersinn]

II.1.1.3. Temporäre Attraktoren

Als weitere übergeordnete Attraktoren seien an dieser Stelle ebenfalls die großen renommierten Veranstaltungen genannt: Kirchtag, Fasching, oder auch die Themenmärkte zur Oster- und Adventszeit und eine Vielzahl kleinerer in der Altstadt stattfindender Events. Nur sind diese Ereignisse temporärer Natur und haben so keine nachhaltigen Auswirkungen auf den alltäglichen Gebrauch der Altstadt durch Ihre Bewohner. Allerdings dienen sie im Rahmen des Stadtmarketing als Instrument, um den überregionalen Bekanntheitsgrad der Stadt zu verbessern und um auf diese Weise potenziell die Besucherzahlen zu erhöhen.

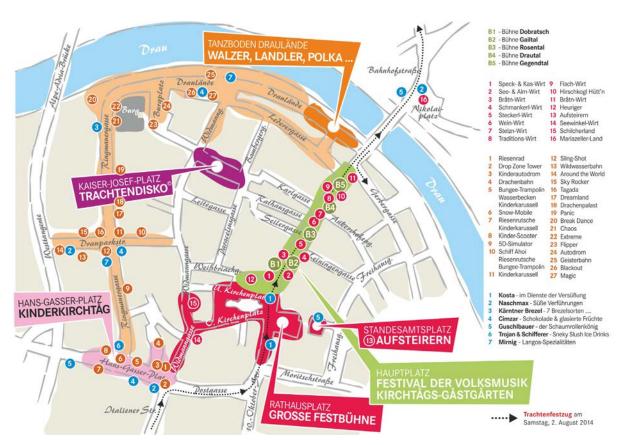


Abb.8. Großevent Kirchtag, Lageplan (Quelle: http://www.villacherkirchtag.at/)

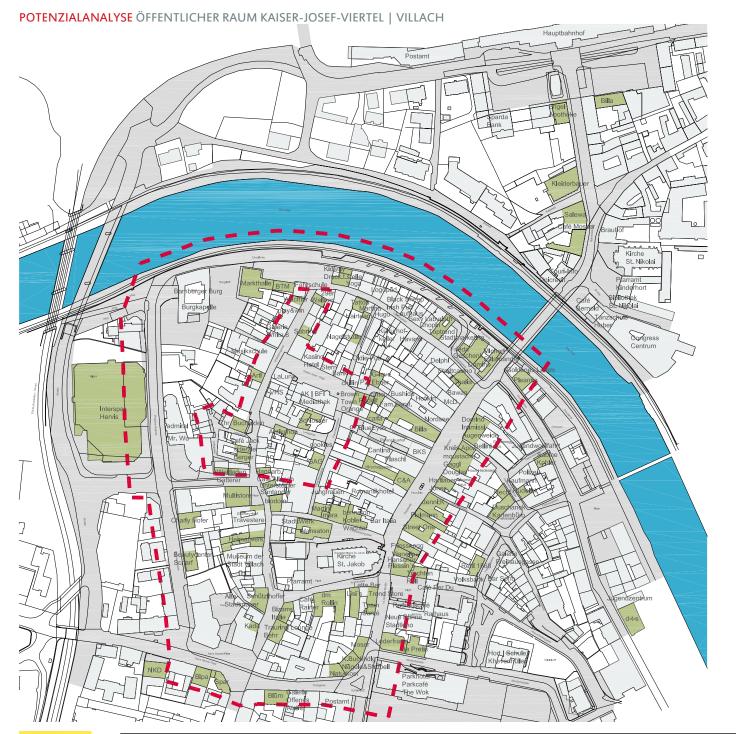
ATTRAKTOREN, FREQUENZBRINGER IM GEBIET DER ALTSTADT | BESTANDSAUFNAHME











Öffentlicher Raum

Gebäude

Einzelhandel

Abb.13. Verteilung Einzelhandel, Lageplan Datengrundlage stadtmarketing | cityshops (Quelle: AAPS)

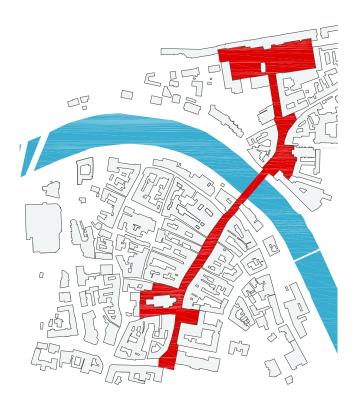


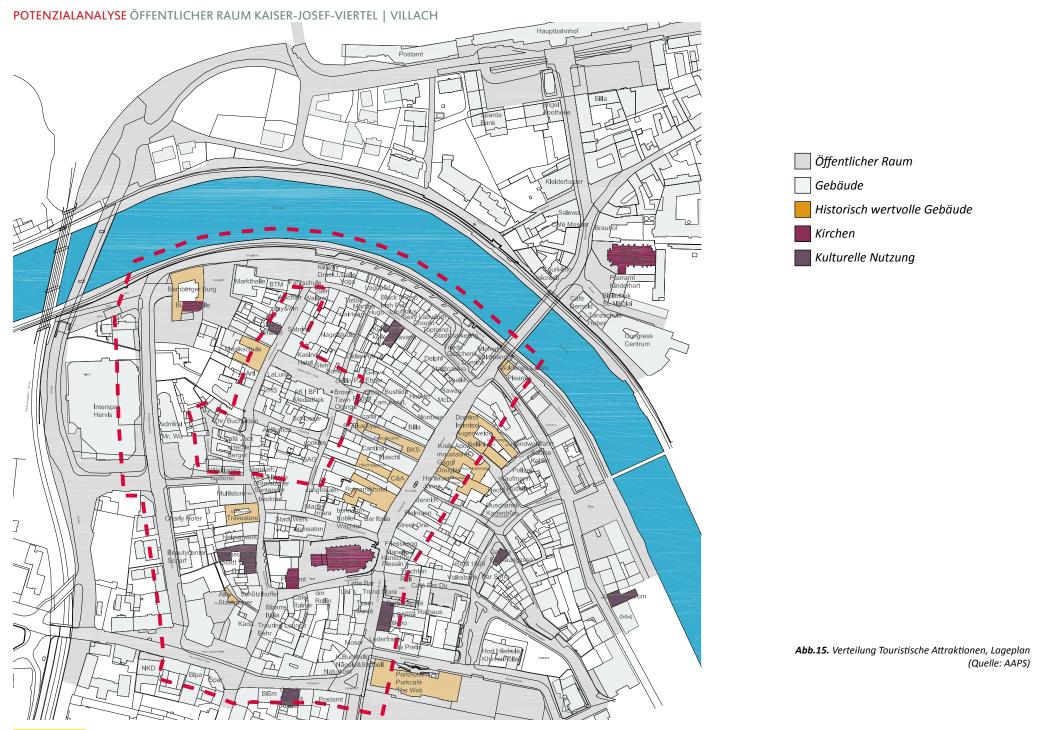
Abb.14. Städtische Hauptachse,Lageplan (Quelle: AAPS)

II.1.2. Intern wirksame Attraktoren: Zielorte und Frequenzbringer innerhalb der Innenstadt

Innerhalb der Altstadt wiederum existieren spezifische Orte und Funktionen, die aufgrund ihrer Qualitäten für unterschiedliche Nutzergruppen als Zieldestinationen des täglichen Gebrauchs dienen. Für das Funktionieren des Organismus Altstadt ist das Vorhandensein eines diversifizierten und komplementären Angebots von großer Bedeutung. Idealerweise werden durch die strategische Verteilung Bewegungsflüsse erzeugt, die zu einer umfassenden Verflechtung des gesamten Kerns führen.

II.1.2.1.Konsum | Einzelhandel

Der zentrale Ort der Altstadt, sowohl geografisch als auch in Bezug auf den Handel, ist die Achse Bahnhof – Drau – Hauptplatz – Rathausplatz und die angrenzenden guten Lagen mit ihren bereits oft inhabergeführten Fachgeschäften. Zu den klassischen, filialisierten Ankergeschäften etablierter Marken sind, zumindest im untergeordneten Maßstab, Interspar (Ringmauergasse), C&A (Hauptplatz) und Kleiderbauer (Bahnhofsstraße) zu zählen. Hier ist gegenwärtig ein hohes Maß an Zentralität gegeben, von der kaum eine Frequenzverteilung zu den nachgereihten Lagen erfolgt. Nicht zuletzt liegen auch zwei dieser drei "Magnete" an der städtischen Hauptachse. Als Aktivator für die westliche Altstadt könnte, bei einer weiteren Verbesserung der fußläufigen Anbindung, der Interspar dienen, der gleichzeitig das Hauptkontingent an Parkplätzen in diesem Bereich bereitstellt.

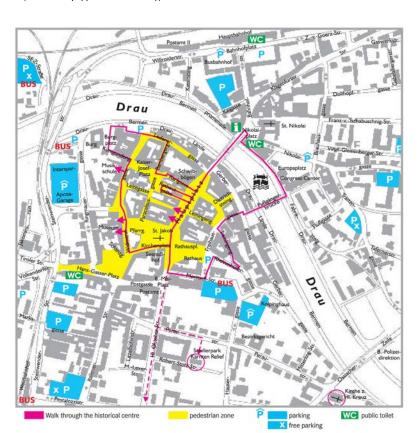


\illach :stadt

Abb.16.(links) Altstadtspaziergang TourismusInfo

(Quelle: Tourismusverband Villach) **Abb.17.** Altstadtspaziergang Stadt Villach

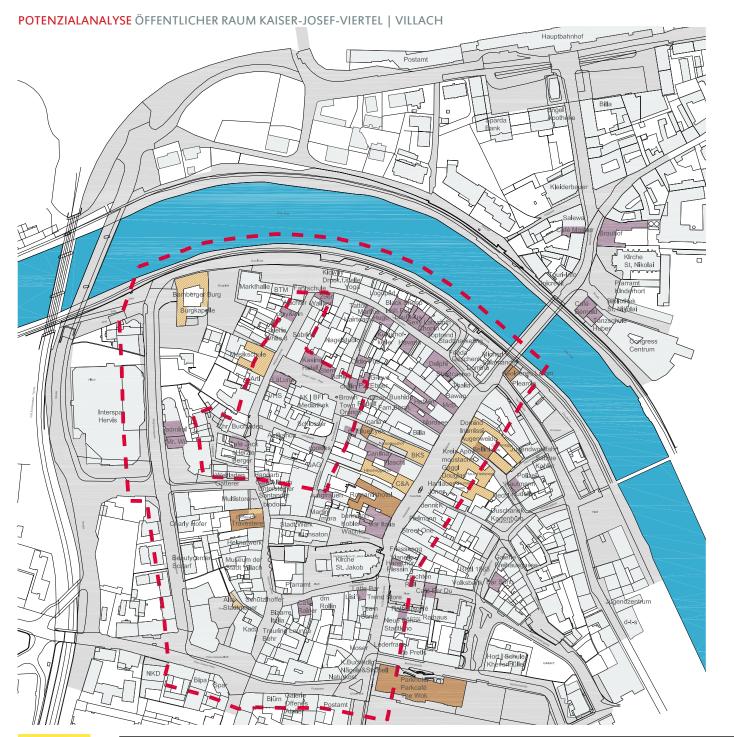
(Quelle: http://www.villach.at/)



II.1.2.2.Touristische Attraktoren

Das touristische Angebot der Altstadt umfasst eine Vielzahl an historischen Sehenswürdigkeiten, die durch den Altstadtspaziergang zu einem Rundgang zusammengefasst werden. Innerhalb dieser Route gibt es einen Schwerpunkt im westlichen Teil der Altstadt. Durch die Karlgasse führt der Rundweg über den Kaiser-Josef-Platz zu den historischen Bauten im Umfeld der Widmanngasse. Neben der Burg wird hier auf die Musikschule, das Stadtmuseum und den Eschey-Hof verwiesen. Angebunden durch die Schanzgasse befindet sich die alte Stadtmauer in unmittelbarer Nähe. Darüber hinaus wird der Rundgang über die Fußgängerbrücke beim Congress Center zur Uferpromenade geführt und so die Drau eingebunden. Von hier können Bootsfahrten bis nach Wernberg-Bad unternommen werden. Bemerkenswerterweise weist der Städtische Spaziergang die Widmanngasse nur optional aus und ist insgesamt mehr auf die Hauptlagen fokussiert.





Öffentlicher Raum

Gebäude

Gastronomie

Abb.18. Verteilung Gastronomie, Lageplan Datengrundlage stadtmarketing | citygastro (Quelle: AAPS)



Abb.19.+20. Leitspruch und Logo LokalHeroes (Quelle: http://www.stadtmarketing-villach.at/)



II.1.2.3.Gastronomie

Aus dem über die gesamte Innenstadt verteilten gastronomischen Angeboten sticht die Lederergasse mit ihrer "clusterartigen" Ansammlung von Bars als nächtlicher Frequenzbringer und wichtige Querverbindung besonders hervor. Eine wichtige Funktion zur Belebung des Kaiser-Josef-Platzes übernimmt das "Stern" mit seinem eher auf junges bis szeniges Publikum ausgerichteten Angebot. Auf die Marketingmaßnahme "LokalHeroes®" und über das transparente Angebot an Mittagsmenüs wird versucht auch innerhalb der Geschäftszeiten Konsumenten in der Innenstadt zu binden.

Hinsichtlich der Öffnungszeiten erging innerhalb der CIMA-Studie folgender Hinweis: "Für eine Tourismusstadt mit hoher Nächtigungszahl und TagesbesucherInnen-Aufkommen ist es doch verwunderlich, dass 60% der Altstadtgastronomiebetriebe am Sonntag geschlossen sind. Ähnlich wie bei den Einzelhandel-Öffnungszeiten besteht hier Handlungsbedarf." (CIMA-Studie, Teil 1, S.96)

Letztendlich ist die Gastronomie vor allem außerhalb der Ladenöffnungszeiten ein wichtiger Faktor für die Belebung der Innenstadt. Inwiefern diesbezüglich eine Nachbesserung erfolgt ist, wurde innerhalb dieser Analyse nicht erhoben.





Abb.21. Die Widmanngasse als Marktachse, Lageplan (Quelle: AAPS)

Frischemärkte

___ Gebäude

Marktachse

II.1.2.4. Marktbetrieb

Innerhalb der CIMA-Studie wurde auf die gegenwärtige "Renaissance der Märkte" und das Potenzial von "einheitlich beworbenen, aktiv gemanagten und designten Wochen-,. Bauern- und Frischemärkten als wichtige Magnete und Frequenzbringer für Innenstädte" unterstrichen. Ein Wochenmarkt sei ein wesentlicher Imagefaktor für eine Stadt (CIMA-Stude, Teil 1, S118). Allerdings stellt sich 2006 der Villacher Wochenmarkt als Einkaufsdestination für die Bevölkerung eher uninteressant und zu wenig attraktiv dar. Dementsprechend wurde hier starker Handlungsbedarf attestiert. Über eine weitere Requalifizierung könnte dieser Attraktor am Burgplatz am nordwestlichen Ende der Altsatdt zusätzlich gestärkt werden. Der Standort erscheint hinsichtlich der strategischen Verteilung von Attraktoren innerhalb der Altstadt und insbesondere im Rahmen einer Aufwertung der westlichen Gebiete durchaus sinnvoll.

Der ursprüngliche Standort des Biobauernmarktes am Hans-Gasser-Platz, der das bestehende Angebot ergänzt, macht darüber hinaus auch aus geschichtlicher Sicht Sinn: Die Widmanngasse, die zum ältesten Bestand in der Stadt zählt, ist das historische Marktzentrum Villachs. Die vor kurzem erfolgte Abwanderung des Biomarktes vom Hans-Gasser-Platz zum Parkhotel, und damit aus dem inneren Ring der Altstadt und der Fußgängerzone hinaus, ist was die strategische Nutzungsverteilung betrifft, negativ zu beurteilen.

Abb.22.+23. Wochenmarkt, Burgplatz (Quelle:http://www.villach.at/)
Abb.24.+25. Biomarkt, Hans-Gasser-Platz (Quelle: http://www.biovillach.at)

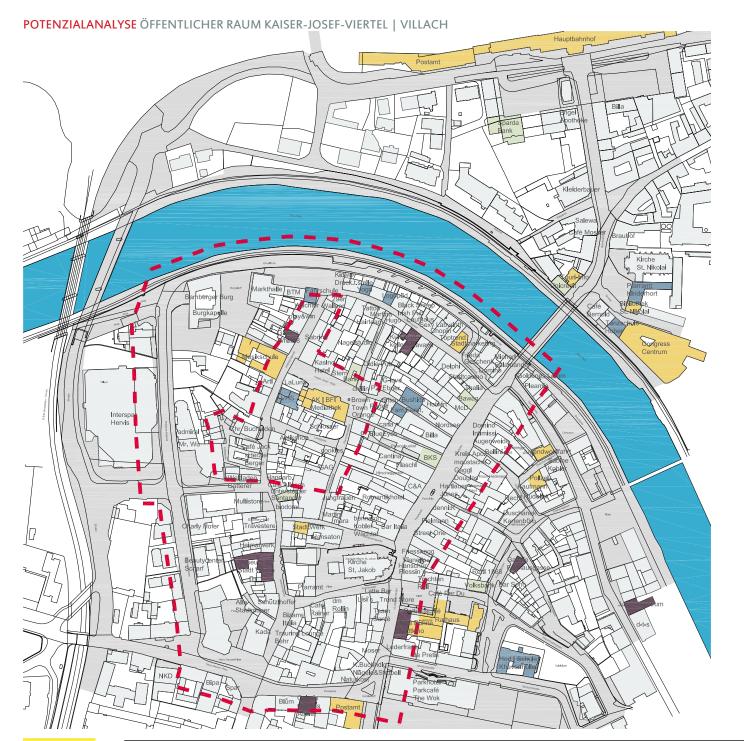
ATTRAKTOREN, FREQUENZBRINGER IM GEBIET DER ALTSTADT | BESTANDSAUFNAHME













Kulturelle Nutzung

Abb.26. Verteilung Öffentliche Nutzungen, Bildungseinrichtungen, Banken Datengrundlage stadtmarketing|citygastro (Quelle: AAPS)

II.1.2.5.Kommunale Angebote und Dienstleistungen

Als Zielorte eines städtischen Angebots dienen ebenfalls kommunale Angebote und Dienstleistungen. Behördenwege beim Magistrat führen entsprechend zum Rathaus an der innerstädtischen Hauptachse entlang, während z.B: die Bezirkshauptmannschaft bereits außerhalb der Altstadt, schon jenseits der Ossiacher Zeile angesiedelt ist und somit keine Frequenz für die Innenstadt generiert. Mit der Alpen-Adria-Mediathek, samt Berufsförderungsinstitut und Arbeiterkammer existiert ein weiterer zentraler Anlaufpunkt am Kaiser-Josef-Platz. Stirnseitig ist hier ebenfalls die Musikschule angesiedelt und ein paar Häuser weiter südlich ist eine Zweigstelle der Volkshochschule situiert. Eine weitere Bibliothek liegt am Nikolaiplatz. Zwar existiert in Villach, als Standort für höhere Bildungseinrichtungen, eine angesehene Fachhochhochschule, allerdings befindet sich diese weit außerhalb des Stadtkerns und kann so nicht zu einer natürlichen Frequenzsteigerung innerhalb der Altstadt beitragen.

Darüber hinaus besteht ein kommunales Angebot in Form von niederschwelligen Serviceleistungen, die über das Stadtgebiet verteilt sind, namentlich Kinderspielplätze, Trinkbrunnen, Öffentliche WCs, Gassimaten, etc. Auch diese leisten selbstverständlich, wenn auch im Kleinen, einen Beitrag zur Attraktivierung der Innenstadt. Eine geringe Versorgungsdichte dieser Funktionen kann sich in BesucherInnenunzufriedenheit niederschlagen. Insbesondere für Familien mit Kindern oder auch Jugendliche und ältere Menschen ist ein Mangel an die spezifisch auf diese NutzerInnengruppen zugeschnitten Angebote festzustellen: So gibt es nur wenige nicht-kommerzielle Sitzgelegenheiten und Spielgelegenheiten im zentralen Bereich.

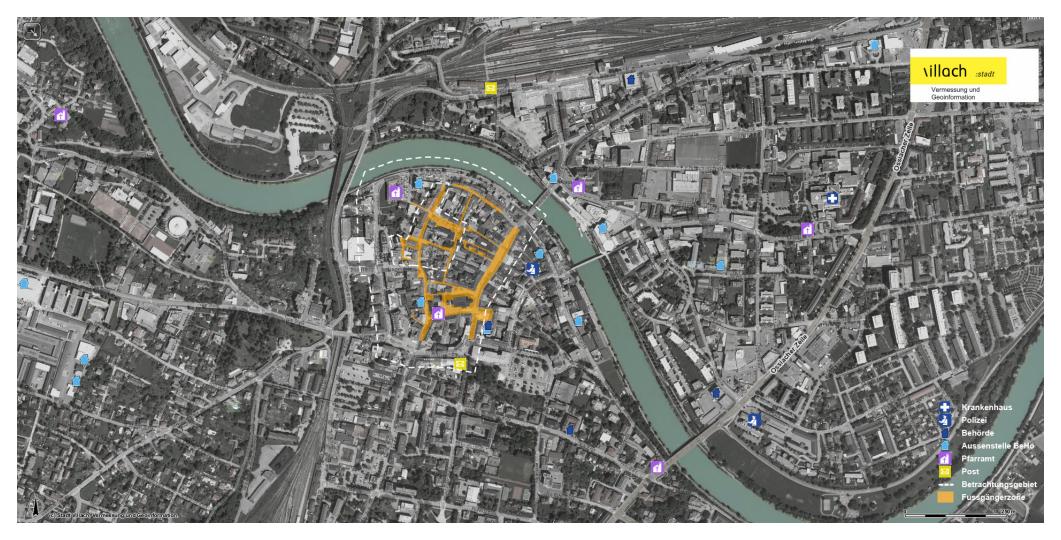


Abb.27. Verteilung Behörden und vergleichbare Institutionen Datengrundlage http:||gis.villach.at| (Quelle: AAPS)

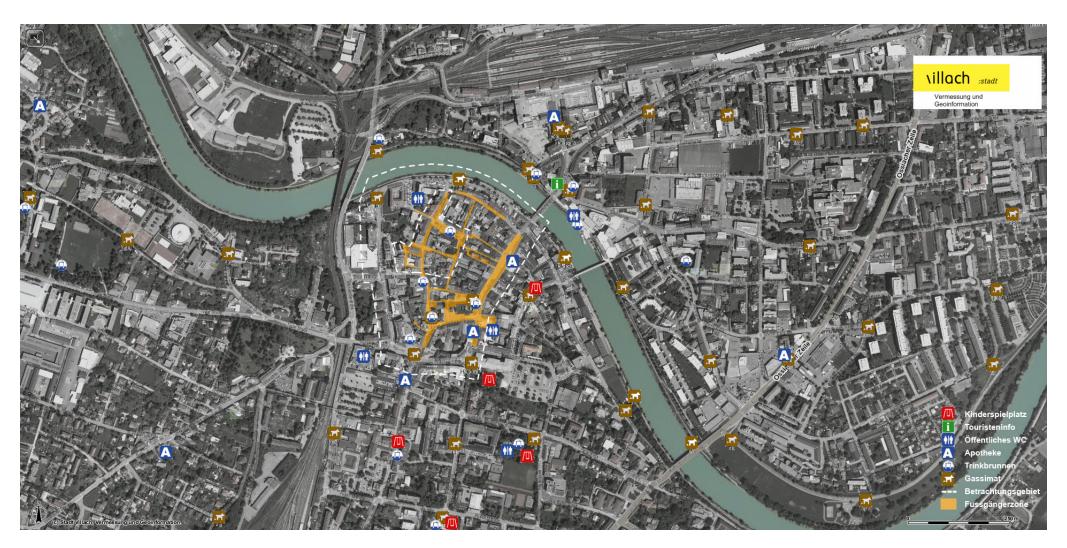
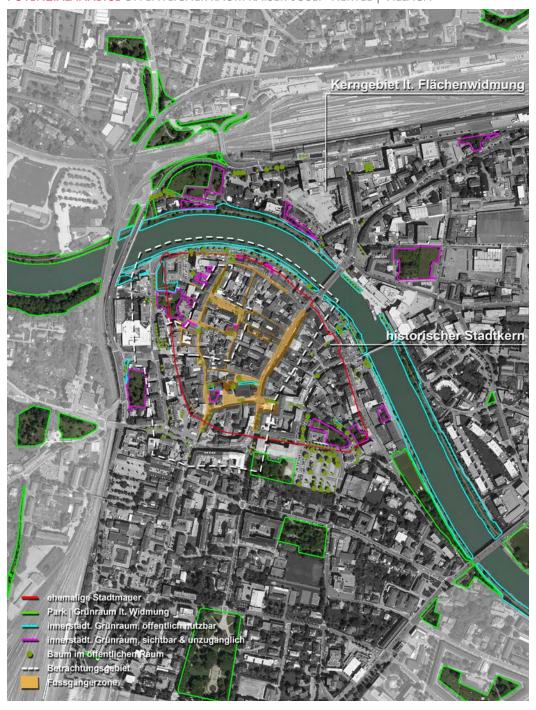


Abb.28. Öffentliche Einrichtungen Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)



POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM KAISER-JOSEF-VIERTEL | VILLACH



II.1.2.6. Natur- und Grünraum

Der Grünraum der Drau(ufer) die Altstadt, der inzwischen durch die neu geschaffenen Aufenthaltsangebote auf der Nordostseite zum Verweilen einlädt. Westlich der Hauptbrücke ist dieser Bereich bislang weniger intensiv gestaltet und wirkt in seinem Erscheinungsbild tendenziell ungepflegt. Hier ist entsprechendes Entwicklungspotenzial vorhanden. Von der Südseite aus gesehen, stellt die hohe Kaimauer noch immer eine Barriere dar. Hier ist zu hoffen, dass durch die im Rahmen des Wettbewerbs Lederergasse vorgeschlagenen Requalifizierungsmaßnahmen zukünftig eine Verbesserung erreicht wird.

Darüber hinaus befinden sich – abgesehen vom kleinen aber attraktiven Rosengarten – keine weiteren öffentlich nutzbaren Grünflächen mit Aufenthaltsqualitäten innerhalb der Fußgängerzone. Der Stadtpark, Schiller-

Abb.29. Verteilung Grünraum Gewidmet, öffentlich nutzbar, Privat Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)

park und auch die am zentralsten gelegene Grünfläche südlich des Parkhotels liegen bereits außerhalb des inneren Kerns der Altstadt. Vereinzelt wurden zwar bereits in Teilbereichen, wie in der unteren Widmanngasse, Bepflanzungen vorgenommen, diese haben bisher aber eher den Charakter einer Begleitbepflanzung. Hier besteht durchaus Verbesserungspotenzial.

Auffällig ist, dass innerhalb der Altstadt keine dezidiert gewidmeten Grünflächen vorhanden sind. Um langfristig gesehen wieder die Nutzung von Grünraum innerhalb der Altstadt zu etablieren, die über bloße Begleitbepflanzungen hinaus gehen, müsste auf das Potenzial der vom öffentlichen Raum aus sichtbaren, aber bislang nicht nutzbaren Flächen zurückgegriffen werden, die sich gegenwärtig allerdings in privatem Eigentum befinden.

Öffentlicher Raum

Grünraum: Widmung

Gebäude Fußgängerzone

Grünraum: öffentlich nutzbar Grünraum: sichtbar, privat

Abb.30. Grünraum Bereich Fußgängerzone Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)

AA ATELIER FÜR ARCHITEKTUR
THOMAS PILZ CHRISTOPH SCHWARZ

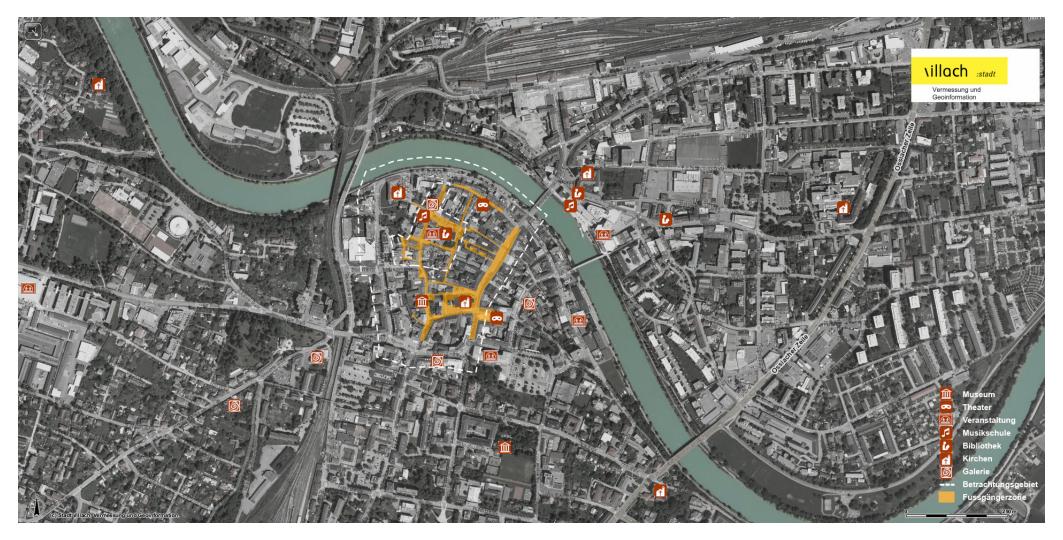


Abb.30. Verteilung kulturelle Ntzungen Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)



II.1.2.7.Kultur

Selbstverständlich ist auch das kulturelle Angebot einer Stadt maßgeblich an ihrer Belebung beteiligt. In der Altstadt befinden sich zwei Veranstaltungsorte für Theatervorführungen: die "neuebühnevillach" am Rathausplatz und der "kulturhofkeller" in der Lederergasse, in dem auch diverse weitere Kulturveranstaltungen, wie z.B. kleinere Konzerte stattfinden. Größere Konzerte werden unter anderem im Congress Centrum oder Parkhotel abgehalten. Mit dem Filmstudio Villach findet sich ebenfalls am Rathausplatz ein Kino in der Innenstadt. Im Umfeld des Stadtmuseums in der Widmanngasse finden sich unter anderem das Heimatwerk und die Galerie "white8". Weitere Galerien befinden sich in der Freihausgasse und in der Postgasse (offenes Atelier DUDesign). Diese Angebote sind zeitlich meist komplementär zu den Ladenöffnungszeiten. Auf diese Weise aktivieren sie die Umgebung temporär an den jeweiligen Orten.

II.1.2.8.Zentrale Orte mit spezifischen Qualitäten als Anziehungspunkte

Auch der öffentliche Raum selbst wird durch entsprechend formulierte Angebote und Aufenthaltsqualitäten zu einen Anziehungspunkt an sich. So sind der Hauptplatz, der Rathausplatz, der Kirchenplatz und der Rosengarten in der oberen Widmanngasse Orte, die aufgrund ihrer speziellen Charakteristika für sich gesehen als Attraktoren funktionieren. Dasselbe ist zukünftig für die neugestalteten Plätze Hans-Gasser-Platz und Udo-Jürgens-Platz zu erhoffen. Als innenstadtnächster Grünraum übt der kleine Park südlich des Parkhotels eine gewisse Anziehungskraft aus und als Aufenthaltsraum mit Wasserbezug haben sich inzwischen die Drauterrassen südlich des CCV etabliert. Diese verschiedenen Ort werden ergänzend mit saisonalen Attraktionen bespielt, die ihre Identität und Bedeutung innerhalb der Stadt unterstreichen (z.B. Eislaufplatz am Rathausplatz, Adventmarkt am Kirchenplatz).

Abb.31. Zentrale Orte mit spezifischen Qualitäten Lageplan (Quelle: AAPS)

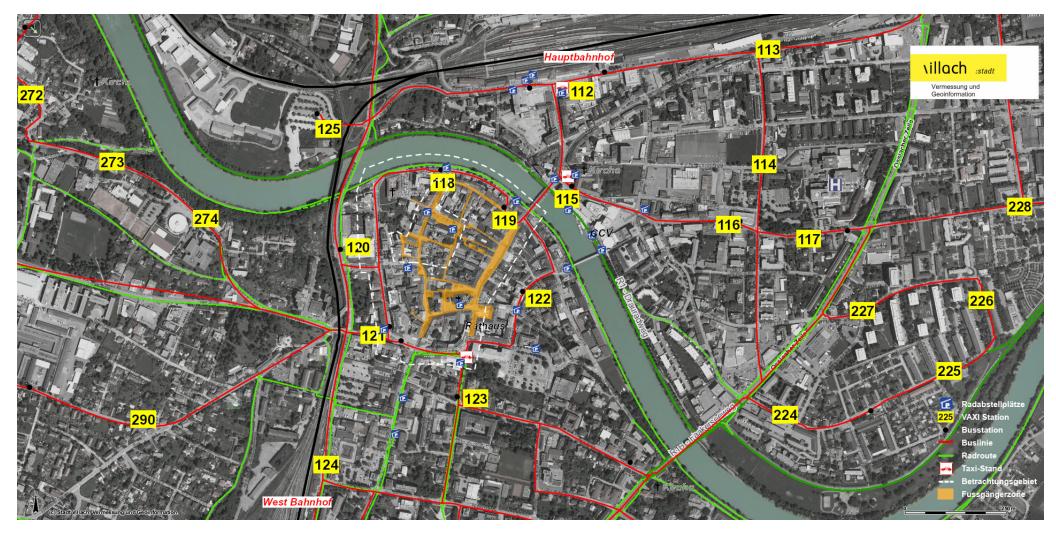


Abb.32. Verkehr: sanfte Mobilität und ÖPNV Datengrundlage http:||gis.villach.at| (Quelle: AAPS)

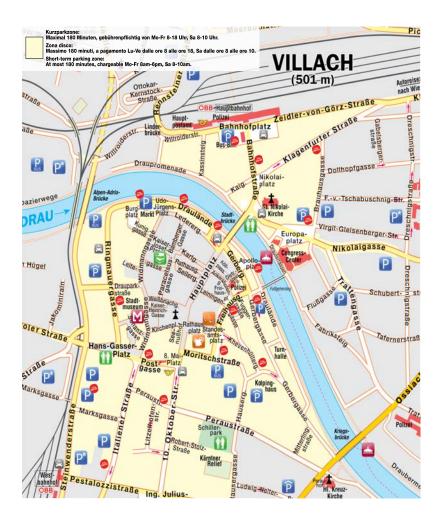


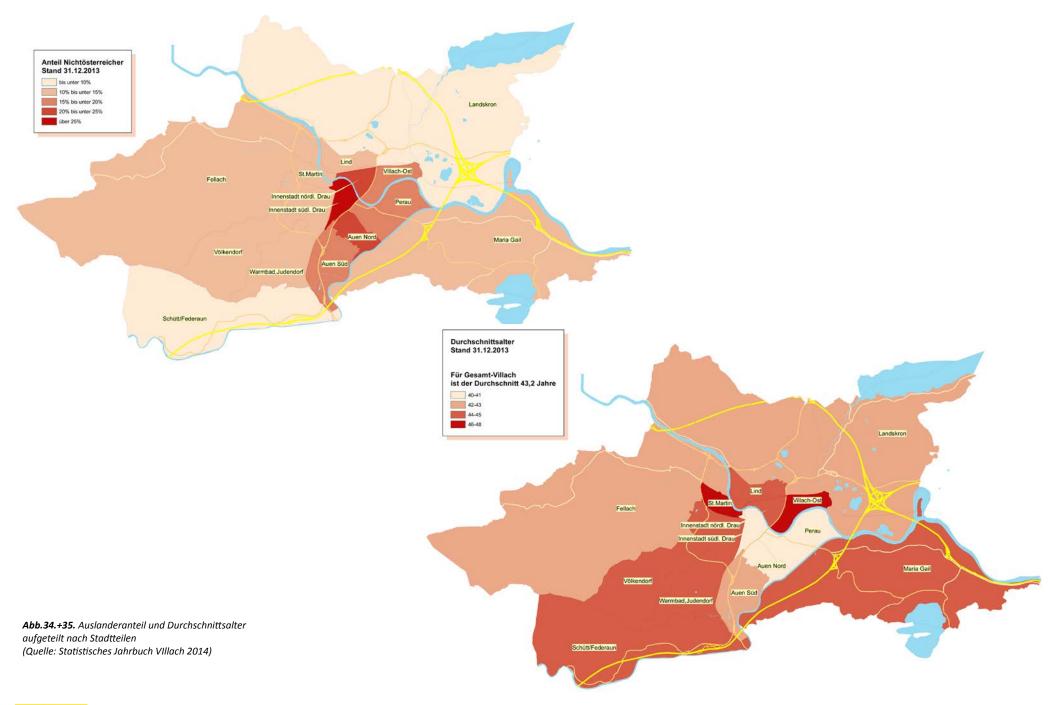
Abb.33. Parkplatzverteilung Innenstadt mit City-Bonus (Quelle: Stadtmarketing Villach GesmbH)

II.1.2.9. Verkehrsanbindung

Was die Ankunftssituation in der Altstadt betrifft, stellen die **Parkplätze**, als auch die **Haltestellen** des öffentlichen Verkehrs **wichtige Portale** dar. Die generierten Bewegungsflüsse der nicht in der Altstadt wohnhaften Menschen haben hier ihren Ausgangs- und Endpunkt. Die Bedeutung des Bahnhofs, als klassisches Tor zur Stadt, ist zwar durch die heutzutage gegebene Selbstverständlichkeit des MIV gesunken, aber immer noch gegeben. Insbesondere in Villach dienen der Bahnhof und sein Vorplatz als zentrale Drehscheibe des Bus-basierten, regionalen und überregionalen ÖPNV. Im nördlich der Drau gelegenen Teil der Altstadt befinden sich insgesamt drei Haltestellen, angeordnet an der städtischen Hauptachse. Südlich der Drau ist der Bereich der Fußgängerzone mit einem Ring bestehend aus 6 Haltestellen umgeben.

Die einzigen dezidierten Radwege, die gegenwärtig die Altstadt queren, sind die zwei Radwege entlang der Draubermen. Über den Fluss von Norden kommend existiert ein Radweg entlang der Steinwender Straße und etwas weiter entfernt über die Ossiacher Zeile. Der Westen wird über die Tiroler Staße und den Westbahnhof angebunden. Nach Süden führen Radwege jeweils über die Steinwender Straße, die Italienerstraße und die 10.Oktoberstraße. Die Fußgängerzone ist an ihren Zutrittspunkten mit überdachten Radabstellplätzen umgeben. Zwar sind in der Fußgängerzone selbst am Kichenplatz und am Kaiser-Josef-Platz auch Radabstellplätze vorhanden, allerdings ist das Radfahren hier untersagt. Aus diesem Grund stellt die Altstadt mit ihren ausschließlich für Fußgänger und Anrainerverkehr geöffneten Gassen eine weitläufig zu umfahrende Barriere dar.

POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM KAISER-JOSEF-VIERTEL | VILLACH



II.1.2.10. Frequenzbringer Wohnnutzung

Ein entscheidender Faktor für eine belebte Innenstadt außerhalb der Geschäftszeiten und abseits der oben angeführten funktionellen Nutzungen, stellt vorrangig der Anteil der integrierten Wohnnutzung dar. Insgesamt lässt sich in Villach ein positiver Trend feststellen: von 2012 auf 2013 betrug das Bevölkerungswachstum 407 Einwohner, was einen Zuwachs von 0,67% bedeutet. Die Innenstadtgebiete nördlich und südlich der Drau haben dabei überdurchschnittlich abgeschnitten. Sie wuchsen im Vergleichszeitraum um ca. 2%, in Summe 155 Einwohner, was einem Anteil am Bevölkerungsgewinn von 38,1% entspricht. Im gleichen Jahr hat sich auch der Anteil der Nebenwohnsitze in diesem Gebiet um 76 auf eine Gesamtanzahl von 1073 erhöht – ein Zuwachs von 7,6%. Dieser Zuwachs entsteht in Villach durch Zuwanderung.

Es kommt im Innenstadtgebiet auf mehreren Ebenen zu erheblichen Abweichungen von der durchschnittlichen demografischen Zusammensetzung der Bevölkerung: Die Personenanzahlen in den Haushalten der Innenstadt liegen südlich der Drau mit 1,78 Person und nördlich mit 1,74 Personen, deutlich unter dem Schnitt von 1,97. Mit einem Altersdurchschnitt zwischen 40-41 Jahren handelt es sich im südlichen Teil um einen der "jüngsten" Stadtteile Villachs seitens der Altersstruktur. Der nördliche Teil (44-45 Jahre) befindet sich hingegen schon wieder über dem Schnitt von 43,2 Jahren. Gleichzeitig ist ein überdurchschnittlich hoher Anteil an Nichtösterreichern in den Innenstadtgebieten vorhanden: 20-25% nordseitig, mehr als 25% südseitig. Der Durchschnittswert beträgt 14,5%. (Alle Daten aus: Statistisches Jahrbuch Villach 2014).

Offensichtlich ist die Altstadt als Wohnort in erster Linie für jüngere Alleinstehende, bereits mit Abstand an zweiter Stelle für Paare, allerdings kaum für Familien und andere größere Haushalte, wie z.B. Wohngemeinschaften attraktiv.

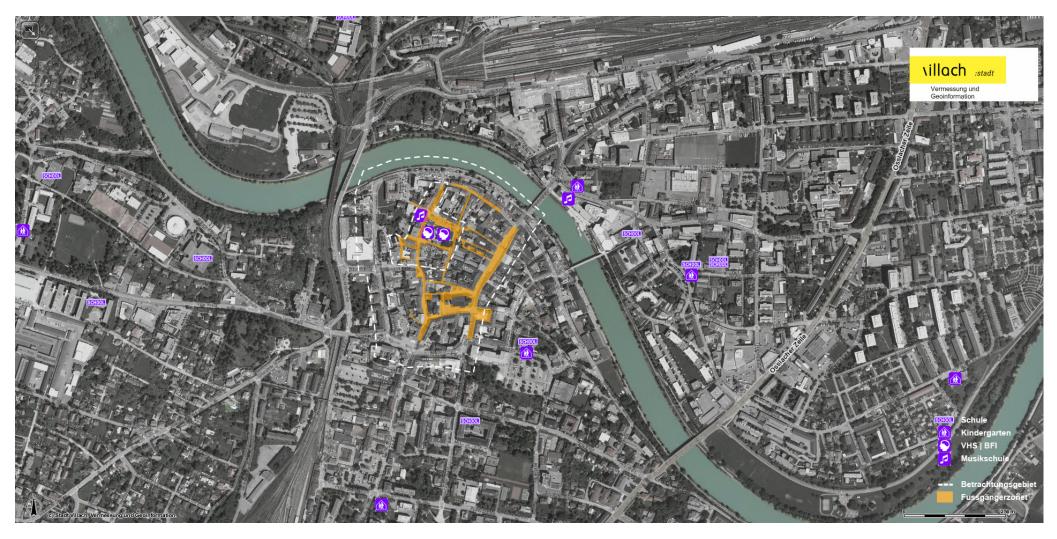


Abb.36. Verteilung Bildungs- und Betreuungseinrichtungen Datengrundlage http:||gis.villach.at| (Quelle: AAPS)

Insgesamt kommt es, wie die oben angeführten statistischen Daten belegen, im Ansatz zu Konzentrationsprozessen von sozialen Gruppen, was im Endeffekt eine geringere Durchmischung in der Innenstadt nach sich zieht. Die ausschlaggebenden Gründe hierfür lassen sich im Rahmen dieser Analyse nicht erheben. Hohe Mietpreise, von der Typologie her klein strukturierter Wohnungsbestand, der Wunsch nach einem "Eigenheim mit Garten" bei Familien - also das Fehlen von privaten und halböffentlichen Außenräumen, Zielkonflikte zwischen (kommerzieller) innerstädtischer Nutzung und Wohnnutzung, der Wunsch nach vermeintlich mehr Privatheit am Stadtrand, um nur einige mögliche Beweggründe zu nennen – all diese Ingredienzien könnten als Ursache für die hier vorhandenen demografischen Verschiebungen dienen.

Eine möglichst breitgefächerte Durchmischung aller Gesellschaftsgruppen ist, langfristig gesehen, gerade für die Lebendigkeit von Stadtquartieren ein wesentlicher Faktor. Entsprechend gilt es die zukünftige Entwicklung, insbesondere in der Innenstadt, weiter zu evaluieren und dieses Gebiet über geeignete Maßnahmen, in Hinblick auf eine Attraktivierung für unterrepräsentierte Gruppen, zu requalifizieren.

Von besonderer Wichtigkeit ist das Bildungs- und Betreuungsangebot für Kinder in der Nähre zum Wohnumfeld als Standortfaktor für Familien. Um so mehr, wenn Kinder - wie zum Beispiel in einer Fußgängerzone, ohne Bedrohung durch den Autoverkehr ihren Schulweg selbsständig zurücklegen können.

"Es ist immer ein guter Indikator für eine lebenswerte Stadt, wenn viele Kinder in der Stadt zu sehen sind."

Zitat: Jan Gehl im Interview, VCÖ-Magazin 14-05, Wien 2014, S.10



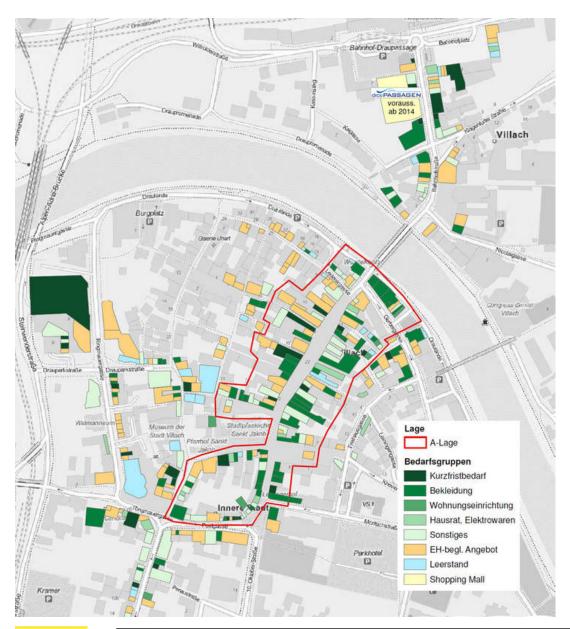


Abb.37. Einzelhandelsdominanz in der innerstädtischen Hauptlage analysiert durch Standort + Markt (Quelle: City-Retail 2013|14, Standort + Markt, Baden 2014)







Abb.38.+39.+40. (v.o.) Hauptplatz, Kirchenplatz, Rathausplatz: Sehr guter Zustand von Bausubstanz und hochwertige Materialien in der Oberflächengestaltung (Quelle: AAPS)

II.2. ALTSTADTBILD – DETAILBEREICHE

Qualitäten im öffentlichen Raum und in der gebauten Substanz: Überblick über bedeutende Sequenzen innerhalb der Villacher Altstadt

Der folgende Analyseteil widmet sich bedeutenden Sequenzen innerhalb der Villacher Altstadt, ihrer städtebauliche Einordnung und ihren Beziehungen zueinander. Weiters erfolgt eine Beurteilung ihrer Qualitäten in Hinblick auf Gestalt, Erscheinung und Zustand der Bausubstanz, im Abgleich mit den zwei vorliegenden Studien: CIMA-Studie 2006, sowie "CityRetail 2013|14" der Beratungsgesellschaft STANDORT+MARKT. Bereits eingeleitete, zukünftig anstehende Entwicklungen, wie z.B. die Wettbewergebnisse für die Lederergasse und den Hans-Gasser-Platz, werden in die Betrachtungen mit einbezogen.

II.2.1. Drau – Hauptplatz – RathausplatzWeißbriachgasse – Pfarrgasse – Oberer Kirchenplatz – Schanzgasse

Der Bausubstanz ist, von einigen Sanierungsfällen abgesehen, generell ein guter Zustand zu attestieren. Insbesondere stellt die gut frequentierte Achse Drau – Hauptplatz – Rathausplatz, in Zusammenspiel mit dem Bereich um die St.-Jakobs-Kirche (Weißbriachgasse – Pfarrgasse – Oberer Kirchenplatz – Schanzgasse) ein ansprechendes Ensemble aus gut erhaltenen historischen Gebäuden mit hoher Aufenthaltsqualität und mediterranem Flair da. Die Platz- und Gassenoberflächen bestehen aus im Segmentbogenverband verlegtem Kopfsteinpflaster aus bräunlich-rötlich meliertem Quarzporphyr. Eine gestalterische Auflockerung wird durch einen Rhythmus aus schmalen Längs- und Querstreifen großformatigerer Steine desselben Materials erreicht. In der Oberflächengestaltung wurde bewusst ein hochwertiges , edles Material gewählt, welches mit der historischen Bausubstanz ein harmonisches Ganzes bildet. Die Pflasterung selbst ist überwiegend in sehr gutem Zustand.

Zu einer ähnlichen Beurteilung dieser wichtigsten Hauptgeschäftslage in der Altstadt kam man im Rahmen der CIMA-Studie: Straßengestaltung und Bausubstanz des Hauptplatzes erhielten die Noten sehr gut bis gut, das Aufenthaltsambiente wurde mit sehr gut bewertet. Während der Hauptplatz innerhalb der Lagenbewertung als 1A eingestuft wurde, sieht die Studie den Kirchenplatz bereits als 1B *(CIMA-Studie, Teil 3, 5.13)*.

Hervorzuheben ist an dieser Stelle der ansprechend neugestaltete Rathausplatz, welcher vis-a-vis der Kirche mit seinen variablen Bestuhlungen, dem Wasserspiel und der Überspannung durch Segeltücher als überwiegend nicht kommerzialisierter Platz zum Verweilen innerhalb eines lebendigen Umfeldes einlädt.



II.2.2. Hans-Gasser-Platz – obere Widmanngasse – Schanzgasse – Oberer Kirchenplatz

In diesen attraktiven Punkt mündet die Verbindung Hans-Gasser-Platz – obere Widmanngasse – Schanzgasse – Oberer Kirchenplatz. Hier ist ebenfalls eine gute Belebung wahrzunehmen. Oberflächen und Bausubstanz sind von gleicher Qualität wie am Hauptplatz. Eine postive Besonderheit stellt hier das vom Hans-Gasser-Platz gut sichtbare Grün des Rosengartens und die zum Platz hinausgezogene Baumbepflanzung dar. Es handelt sich um einen der wenigen Orte im inneren Ring der Altstadt, an dem gestaltetes Grün sichtbar und erlebbar wird. Insbesondere der Rosengarten stellt einen weiteren attraktiven Aufenthaltsort mit komplementären Qualitäten zum Hauptplatz dar: ein grüner Ruhepol und Rückzugsort abseits des geschäftigen Treibens.

II.2.3. 10. Oktober-Straße – 8.-Mai-Platz – Poststraße

Eine weitere wichtige Verbindung vom Rathausplatz zum Hans-Gasser-Platz erfolgt über 10.-Oktober-Straße – 8.-Mai-Platz – Poststraße. Die 10.-Oktober-Straße bis Höhe Moritschstraße ist noch Teil der Fussgängerzone, vom 8.-Mai-Platz über die Poststraße ist dann bereits Durchzugsverkehr vorhanden. Gleichzeitig ist auch dieser Bereich, laut CIMA-Studie, zu mehr als 50% mit wettbewerbsfähigen Betrieben ausgestattet.

Während der obere Teil der Fußgängerzone noch als hochqualitative 1A-Lage bewertet wurde, sah man für den mit 1B eingestuften 8.-Mai-Platz und die Poststraße Handlungsbedarf. Inzwischen wurden hier gestalterische Maßnahmen gesetzt, um einerseits die ehemals als schlecht beurteilte Verkehrssituation und gleichzeitig das Aufenthaltsambiente zu verbessern: Die Pflasterung wurde als verbreiterter Gehsteig über den 8.-Mai-Platz hinausgezogen und die Verkehrsführung im Sinne einer Entschleunigung verändert.



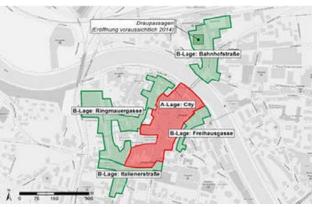




Abb.41.+42. (v.o.) Rosengarten, obere Widmanngasse Gegenwärtig einer der wenigen grünen Orte in der Altstadt Abb.43. 8.-Mai-Platz, gelungene Neugestaltung: Entschleunigung des Verkehrs und größere Fußgängerfreundlichkeit (Quelle: AAPS)







II.2.4. Hans-Gasser-Platz

Im Zuge des Ergebnisses des Ideenwettbewerbs für den Hans-Gasser-Platz wurden zusätzliche Maßnahmen für eine weitere Requalifizierung in dem Übergangsbereich der Poststraße vorgeschlagen. Insgesamt ist bei einer Umsetzung des prämierten Projektes mit einer essentiellen Aufwertung des Platzes selbst zu rechnen. Dies lässt darauf hoffen, dass hier am nördlichen Ende der Widmanngasse ein neuer Frequenzmagnet entstehen wird.

Durch die Bereinigung der Baukörperfluchten des durch die Abwanderung von Kastner&Öhler ins Shoppingcenter Atrio leerstehenden, ehemaligen Warenhauses entsteht ein ganzheitlich wahrnehmbarer, großzügiger Platz, der künftig als südliches "Eingangstor" zur Fußgängerzone dient und für eine weitere Bespielung und (komplementäre) Programmierung zur Verfügung steht. Durch die vorgeschlagene Ausformulierung des Hans-Gasser-Platzes nach den Prinzipien des Shared Space und die damit verbundene gestalterische Rücknahme des MIV, reicht der Platz in seiner "neuen" Ausdehnung fast an die Abmessungen des Hauptplatzes heran. Die bislang etwas versteckte Sehenswürdigkeit "Alte Stadtmauer" wird nun eher Teil des Platzes und stärkt auf diese Weise eine Verzahnung mit der Altstadt. Insgesamt erscheint die Umgestaltung als geeignet, die nähere Umgebung weiter aufzuwerten und bietet zusätzlich die Chance im Zuge der Umsetzung neue Qualitäten für die bisher eher abseitige Ringmauergasse zu formulieren.

In der aktuellen Studie "CityRetail 2013 | 14" der Beratungsgesellschaft STANDORT+MARKT, in der eine Analyse der 15 bedeutendsten Innenstädte Österreichs erstellt wurde, ergibt sich abweichend zur Beurteilung durch CIMA im Jahre 2006, eine Verschiebung in der innerstädtischen Lagenbewertung. Hier qualifizieren sich die drei oben beschriebenen Bereiche, die vormals zumindest teilweise als B-Lage bewertet wurden, nunmehr durchgehend als innerstädtische 1A-Lage.

Einerseits könnte diese Einteilung auf Unterschiede im Bewertungsansatz und Kriterienkatalog der jeweiligen Verfasser dieser Studien zurückzuführen sein. Andererseits ließe sich, sofern hier tatsächlich eine Kongruenz in der Bewertungsgrundlage bestünde, belegen, dass die bisher gesetzten Requalifizierungsmaßnahmen durchaus zu Erfolgen in der Aufwertung bestimmter Teile innerhalb der Altstadt geführt haben.

Abb.44.+ 45. (v.o.) Hans-Gasser-Platz neu als Shared Space: Schaubild & Grundrisslösung: Änderung des Verkehrsregimes (Quelle: Architekt Michael Prodinger & Söhne & Partner) Abb.46. S+M: von der CIMA-Studie abweichende Lagenbewertung (Quelle: City-Retail 2013 | 14, Standord + Markt, Baden 2014)



II.2.5. Bahnhofsvorplatz – Bahnhofstrasse – Drau

Eine ebenfalls in den letzten Jahren partiell neugestaltete Sequenz stellt der Bereich Bahnhofsvorplatz – Bahnhofstrasse – Drau dar. Wurde der Bahnhofsvorplatz innerhalb der CIMA-Studie hinsichtlich Verkehrssituation und Aufenthaltsambiente eher mangelhaft beurteilt und mit dem Verweis auf den Begriff "Vorstadtflair" als 1C-Lage bewertet, so ergibt sich auch hier innerhalb der Studie "CityRetail" eine Verbesserung auf eine 1B-Lage. Durch die Neugestaltung des Bahnhofsvorplatzes, das quasi klassische Tor zur Stadt für den schienengebundenen Personenverkehr, ließ sich zumindest eine Verbesserung der stark durch die Busse des ÖPNV geprägten Verkehrssituation erreichen.

Die Oberflächengestaltung ist hier von gänzlich anderem Charakter als den anderen Altstadtgebieten. Mit Confalt-Streifen aus unterschiedlich hellen Grautönen wurden die Bereiche für Aufenthalt und die des langsamen|ruhenden Verkehrs gestalterisch von fließenden Verkehr abgesetzt. Auf Kleinteiligkeit der anderenorts vorhandenen Pflasterungen wurde hier verzichtet. Es wurde versucht eine eher kühle, urbane Situation herzustellen, was sicherlich auch dem hohen Verkehrsaufkommen des ÖPNV geschuldet ist.

Über den Shared Space in der obereren Bahnhofsstraße wird der Bahnhof mit dem Nikolaiplatz verbunden. Bänder aus Betonsteinpflaster, Beton und Asphalt werden hier zu einer changierenden Oberflächentextur verwoben, die einen gestalterischen Übergang von der großformatigen Gestaltung des Bahnhofvorplatzes hin zur kleinteiligen Pflasterung des Nikolaiplatzes bilden. Durch die zentrale Haltespur und die erweiterten Gehbereiche wurde hier eine Verbesserung sowohl für die Fußgängersituation als auch für den Verkehrsdurchfluss erreicht. Der dreiecksförmige Brauereiplatz wurde als Platz entsprechend wahrnehmbar gemacht und soweit als möglich mit Aufenthaltsqualitäten versehen.

Insgesamt wurde durch diese zwei oben angeführten Maßnahmen die Anbindung des Bahnhofs und der zentralen ÖPNV-Drehscheibe an die wichtigen Altstadtareale auf der südliche Drauseite, vor allem aber in erster Linie die Hauptachse Bahnhof – Drau – Hauptplatz – Rathausplatz, gestärkt.







Abb.47.+48+49. (v.o.) Neugestalteter Bahnhofsvorplatz Begegenungszone Bahnhofstrasse Requalifizierung Brauereiplatz (Quelle: AAPS)

Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufs-

centern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 20)

Eine starke strukturelle Störung stellt die Baulücke des ursprünglich an dieser Stelle geplanten Einkaufszentrums "Draupassagen" dar, welches nach gegenwärtigen Erkenntnisstand nicht ausgeführt werden wird. Dies ist vor allem in Hinblick auf die südlich der Drau gelegenen B- und C-Lagen begrüßenswert, da ein Einzelhandelsschwerpunkt entlang der Hauptachse in Bahnhofsnähe in der Folge zu Kaufkraftverschiebungen und so zu einer weiteren Abwertung der bereits benachteiligten Lagen führen würde.

Zu gleichen Einschätzungen kommt das Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen auf Basis mehrerer begleitender Evaluierungen bei der Errichtung von innerstädtischen Einkaufscentern:

"Große Einkaufscenter in Randlagen zum Hauptgeschäftsbereich sorgen von allen Lagekategorien am ehesten dafür, dass die bestehenden Strukturen des Hauptgeschäftsbereichs ungünstig beeinflusst werden."

Darüber hinaus sei die Anbindung an den bestehenden Hauptgeschäftsbereich essentiell:

" ...[Es] wird deutlich, dass ein "Ein-Punkt-Kontakt" zum Hauptgeschäftsbereich nicht ausreichend ist, um den dort bereits ansässigen Einzelhandel vor negativen Entwicklungen zu schützen. Dies liegt darin begründet, dass durch diesen Kontakt zwar eine Verbindung aufgebaut wird, die Fußgängerzone jedoch deutlich in eine Richtung verlängert wird und sich vom bisherigen Schwerpunkt abwendet und in Richtung Center verschiebt."

II.2.6. Marktplatz – Lederergasse - "Brückenplatz"

Mit dem Wettbewerb Lederergasse wurde ein weiteres wichtiges Projekt in Angriff genommen. Während die oben beschriebene Neuordnung des Hans-Gasser-Platz einen starken Anziehungspunkt als singulären Attraktor definiert, der durch seine "Strahlkraft" Frequenzen anziehen soll und auf diese Weise gewissermaßen dazu verführt, sich im auch (süd-)westlichen Teil der Innenstadt aufzuhalten, versucht das im Rahmen des "Ideenwettbewerbs Villach - Lederergasse" prämierte Projekt, über das "Aufspannen" der Lederergasse zwischen den zwei neugestalteten Plätzen Udo-Jürgens-Platz und Brückenplatz, eine Stärkung der Querachse selbst zu erreichen.

Auch für dieses Gebiet der Villacher "Gastro-Meile" sah die CIMA-Studie Handlungsbedarf (CIMA-Studie, Teil 3, 5.17). Straßengestaltung und Bausubstanz wurden lediglich als befriedigend bis schlecht beurteilt. Das Aufenthaltsambiente wurde sehr divergent als gut bis schlecht eingestuft. Insgesamt gibt es hier einen vergleichsweise höheren Anteil schmuckloser Nachkriegsbauten. Darüber hinaus erzeugt die unruhige, unaufgeräumte und somit teilweise verbesserungswürdige Fassaden- und Aussengestaltung der Gastronomiebetriebe ein äußerst heterogenes Erscheinungsbild, welches die Wahrnehmung der Gasse als (potenziell) gestalterisch zusammenhängende Einheit erschwert. Dies formulieren auch die Verfasser des Gewinnerprojektes durch ihren Gestaltungsvorschlag ähnlich: "Die Lederergasse wird zuallererst "aufgeräumt", also von den störenden Werbeschildern, unpassender Fassadengestaltung und unterschiedlichen Belägen befreit." (Zitat: Wettbewerbsplakat Club L94).

Für die Gassenoberfläche wird hier zukünftig ein einheitlicher Plattenbelag auf Basis des Bestandsbelages vorgeschlagen. Was im konkreten avisiert wird, ist bislang noch nicht fixiert und nach Ansicht der Verfasser dieser Potenzialanalyse nicht von vordringlicher Priorität, da die gegenwärtige Pflasterung von der Substanz her an sich in gutem Zustand ist. Im Weiteren soll mit einem neuen abgespannten Beleuchtungssystem, welches im "social design"-Verfahren partizipativ gestaltet werden kann, ein Identitätsmerkmal für das zukünftige Schwerpunktareal eines "Kreativviertels" gesetzt werden. Diese Maßnahme kann, bei entsprechender qualitativer Umsetzung, durchaus geeignet sein, über die Erhöhung der Aufenthaltsqualität hinaus, auch eine verbesserte, nach außen gerichtete Vermarktungsmöglichkeit zu schaffen (z.B. als die sprichwörtlich und wortwörtliche "bunte" Gastro-und Kulturgasse Villachs).

Insgesamt positiv ist zu beurteilen, dass auch die "jüngeren" Gebäude an die ursprüngliche vorhanden lokale Höhenentwicklung angepasst sind und somit in diesem Sinne die übergeordnete städtebauliche Struktur einer Altstadtgasse nicht gestört ist.

Abb.50. Lederergasse im Bestand: Optischer Wildwuchs der Gastrofassaden (Quelle: AAPS) Abb.51. Lederergasse "aufgeräumt", mit Beleuchtung im "social design"Verfahren als Rückgrat eines Kreativviertels (Quelle: Wettbewerbsplakat Club L94)





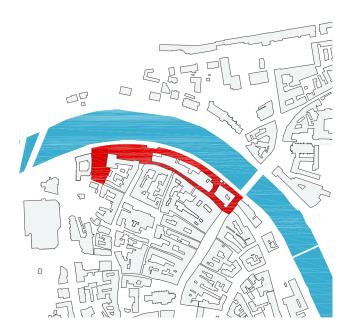
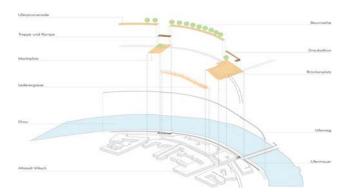


Abb.52. Raumkontinuum entlang der Drau:
Burgplatz - Udo-Jürgens-Platz - Brückenplatz (Quelle: AAPS)
Abb.53. (v.l.n.r) Elemente des Wettbewerbsentwurfs
als "gespannter Bogen" (Quelle: Wettbewerbsplakat Club L94)
Abb.54. gestärkte Queranbindung an die städtische Hauptachse
(Quelle: Wettbewerbsplakat Club L94)



Obgleich es wie in anderen Städten mit ähnlich konzentrierten und vor allem nachtaktiven "Gastronomieclustern" immer wieder Zielkonflikte mit den Anrainern gibt, stimmen die Verfasser mit der ebenfalls innerhalb der CIMA-Studie getroffenen Aussage überein, dass "derartige Szenen durchaus zu einer lebendigen Innen- und Altstadt gehören". Letztendlich handelt es sich um eine niederschwellige Angebotsform (sozio-)kultureller Interaktion, dessen Vorhandensein sich nach Ansicht der Verfasser langfristig auch in einer positiven Beurteilung der Lebensqualität Villachs widerspiegelt. In weiterer Folge übernehmen die Betriebe in der Lederergasse die Funktion eines wichtigen (nächtlichen) Frequenzbringers für die Innenstadt und sorgen auf diese Weise für eine Belebung außerhalb der allgemeinen Ladenöffnungszeiten.

Neben diesen minimalinvasiven Eingriffen in der Lederergasse wird der essentielle Kern des Wettbewerbsentwurfes durch die Eingriffe am Udo-Jürgens-Platz und dem neugeschaffenen "Brückenplatz", als Ankerpunkt des Gebietes an der innerstädtischen Hauptachse, gebildet. Diese zwei Plätze werden über einen einheitlichen Belag gestalterisch miteinander verbunden und bilden über die Fortführung der Pflasterung entlang der Draulände eine Art Bogen, in dem die Lederergasse als Sehne aufgespannt ist.

Beide Plätze erhalten über die bis zum Drauufer herausgezogene Pflasterung eine direkte Anbindung an die Drau. Über die "Draustufen" als Verlängerung des Udo-Jürgens-Platzes und dem "Draubalkon" als flusszugewandte Seite des Brückenplatzes werden neue Orte für einen qualitätsvollen Aufenthalt am Fluss generiert und gleichzeitig über neugestaltete Zugänge die Präsenz der Draupromenade, sowie die städtebauliche Einbindung der Drau in die Altstadt verbessert. Im Rahmen dieses integrierten Gesamtkonzeptes ist zu erhoffen, dass hier durch Synergien zwischen Marktbetrieb und gastronomischem Angebot der Lederergasse, ein stimmungsvoller Ort mit gehobenem Aufenthaltsambiente als Anziehungspunkt und Frequenzbringer am nördlichen Ende der Widmanngasse entsteht. Die verbesserte Anbindung und Requalifizieung des Marktbereichs am Burgplatz ist in diesem Projekt als weitere Maßnahme bereits skizziert.



II.2.7. Marktplatz – Markhalle – Burgplatz

In diesem Ensemble wurden ebenfalls in den letzten Jahren gleich mehrere Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt. Die Renovierung der Markthalle war ein erster Schritt zur Requalifizierung des Marktstandortes am südlichen Drauufer. Mit der revitalisierten Bamberger Burg, dem im Kern ältesten Gebäude Villachs, befindet sich in direkter Nachbarschaft ein bauhistorisches Juwel, welches inzwischen als Wohnbau genutzt wird. Auf der Südseite des Burgplatzes wurde mit der Erweiterung der Musikschule ein ansprechender zeitgenössischer Neubau platziert. Eine Wegverbindung nördlich der Burg verbindet diesen Platz über einen nicht gestalteten Grünraum mit der Ringmauergasse.

Negativ ist in diesem Zusammenhang die Höhenentwicklung des Wohnturmes oberhalb der Markthalle zu bewerten. Dieser sprengt den harmonischen Maßstab der Altstadt und wirkt somit wie ein störender Fremdkörper in diesem Ensemble. Dennoch lässt sich insgesamt in Hinblick auf die Bausubstanz ein Potenzial für die Herstellung einer stimmungsvollen Platzsituation feststellen. Eine Einbindung der Drau, im Sinne der oben beschriebenen Maßnahmen des Wettbewerbs Lederergasse, und eine Bepflanzung könnten dies zusätzlich noch steigern. Gegenwärtig wird der Platz von der Nutzung als Parkplatz geprägt und generiert auf diese Weise keine Aufenthaltsqualitäten.

Abb.55. Burgplatz & Vorbereich Markthalle Vorherrschende Nutzung als Parkplatz verdeckt das vorhandene Potenzial (Quelle: AAPS)



Abb.56. untere Widmanngasse: Zunehmender "Flickerlteppich" Abb.57. Störfaktor Höhenüberschreitungen: Unsensibler Umgang mit den mittelalterlichen Straßenquerschnitten erzeugt ein subjektiv abfallendes Raumerlebnis (Quelle: AAPS)





II.2.8. Widmanngasse | Kaiser-Josef-Platz

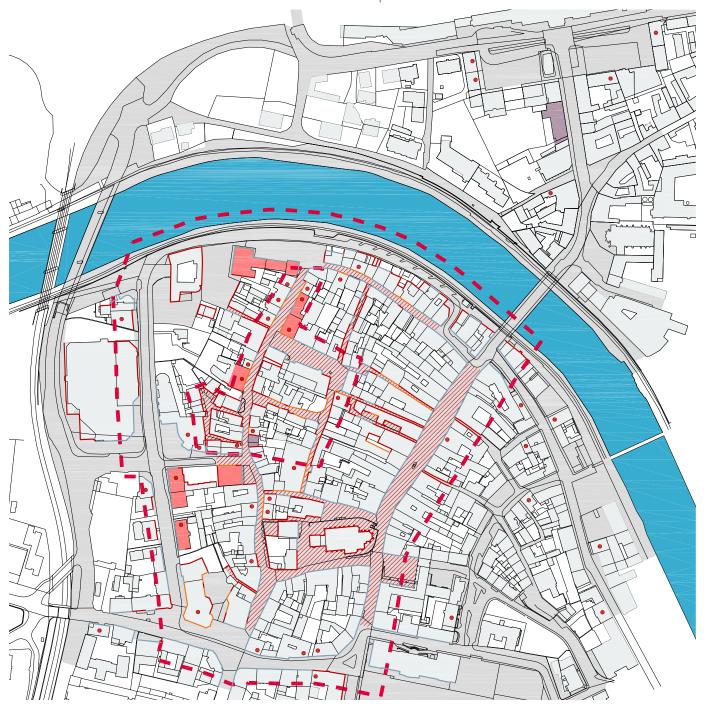
Diesem Teilbereich des Projektgebietes wurde Bereits in der CIMA-Studie (Teil3, S.15) zu einer "vorrangig entwicklungs- und gestaltbaren Altstadtzone" erklärt. Während der Kaiser-Josef-Platz keine Leerstände aufweist, treten diese vermehrt im Verlauf der Widmanngasse auf. Gleichzeitig finden sich hier auch die auffälligsten strukturellen Störungen innerhalb der städtebaulichen Struktur: Die jüngeren Baukörper, mit ihren unproportionierten Volumen und ihren teils massiven Höhenüberschreitungen von fünf oder mehr Geschossen im Vergleich zur gewachsenen Höhenentwicklung von zwei bis drei Geschossen, stechen als Fremdkörper hervor. Ihre Dimensionen sprengen den Maßstab der mittelalterlichen Straßenquerschnitte und darüber hinaus ist ihre architektonische Qualität gering. Auch der Zustand der historischen Bausubstanz zeigt abfallende Tendenzen im Vergleich zu den belebten 1A-Lagen.

Hinsichtlich der Oberflächengestaltung wurde hier auf die an sich hochqualitative Pflasterung aus Quarzporphyr zurückgegriffen, allerdings ist diese, wie um die oben angeführten Tendenzen zu unterstreichen, an etlichen Punkten mit einen "Flickenteppich" aus Asphalt versehen. Entsprechend beurteilt auch die CIMA-Studie hier das Aufenthaltsambiente und die Bausubstanz als durchschnittlich bis mangelhaft. Gleichwohl wird die Verkehrssituation, einhergehend mit dem Status Quo als Fußgängerzone, als gut angesehen.

Im unteren Teil der Widmanngasse, wurde bereits versucht dem geringeren Ambiente durch eine Baumbepflanzung entgegenzuwirken und auf diese Weise das Grün der Draulände bis zum Kaiser-Josef-Platz zu führen, was durchaus als positiver Impuls zu werten ist. Dennoch kulminiert hier der Leerstand. Gleichzeitig sind die leerstehenden Läden mit durchgehenden Schaufensterfronten ausgestattet. Deren nicht vorhandene Bespielung wiederum erzeugt einen entsprechend negativen Gesamteindruck.



POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM KAISER-JOSEF-VIERTEL | VILLACH



Öffentlicher Raum

Gebäude

Fußgängerzone

Höhenüberschreitung

Baulücke

Leerstand

Fassade strukturell offen

— Fassade strukturell geschlossen

— Fassade offen, vernachlässigt

Abb.58. Erdgeschossfassaden, Leerstand und Höhenüberschreitungen im Untersuchungsgebiet: lückenhafter Geschäftsbesatz kulminert im Bereich vorherrschender struktureller Störungen (Quelle: AAPS)





Abb.59. Mittlere Widmanngasse: im EG überwiegend strukturell geschlossene Fassaden bedingt durch die historische Bausubstanz
Abb.60. Platz Drauparkstraße: eine graue Brandwand als optischer Abschluss der mittleren Widmanngasse
(Quelle: AAPS)

Zitat: CIMA-Studie im Auftrag des Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.25 Im mittleren Teil der Widmanngasse, im Bereich vom Kaiser-Josef-Platz bis zur Drauparkstrasse kommen weitere Störungen hinzu: Es geht vom Eindruck der Straßenfassaden zum Teil eine abweisende "Rückseitigkeit" aus. Die Baulücke Widmanngasse 23 steigert diesen Eindruck der Unbelebtheit. Ganz besonders augenfällig ist die punktuelle Häufung von geschlossenen Erdgeschossfassaden in diesem Bereich. Bedingt durch die Struktur der (historischen) Bausubstanz ist ein für Geschäftsbereiche immanent wichtiger, durchgehender Besatz mit Schaufensterfronten nicht gegeben. Der vorhandene Leerstand verstärkt die Situation. Es manifestiert sich eine weitgehend einzelhandelsfreie Zone, die den oberen Teil der Widmanngasse vom unteren trennt.

Der kleine Platz Ecke Drauparkstraße ist durch Häufung neuerer Baukörper letztendlich nicht mehr als Teil einer gewachsenen Altstadt lesbar. Diesen Punkt markiert einen klaren Bruch innerhalb der städtbaulichen Struktur. Auch die in den anderen Teilen vorhandene changierende Farbgestaltung innerhalb der Gasse weicht einem einheitlichem Grau.

Als visueller Abschluss der mittleren Widmanngasse nach Süden tritt die abweisende Seitenfläche des Hauses 30 besonders negativ in Erscheinung. Auch hier wurde bereits über eine Baumbepflanzung und das Bereitstellen von Sitzmöglichkeiten in Zusammenhang mit einem kleinen Brunnen versucht Aufenthaltsqualitäten zu generieren.

Der obere Teil der Widmanngasse hingegen ist wiederum gut aufgestellt. Auch wenn noch vereinzelte Leerstände vorzufinden sind, ist dieser Bereich, auch in Hinblick auf die Neugestaltung des Hans-Gasser-Platzes, als 1A-Lage zu werten. Es existieren keine der im unteren mittleren Teil vorhanden strukturellen Störungen und das Aufenthaltsambiente als auch die Zustand der Bausubstanz ist sehr gut.

Die negativen Auswirkungen eines lückenhaften Geschäftsbesatzes für den Einzelhandel können nicht genug betont werden:

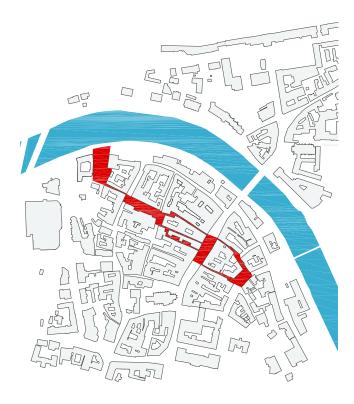
"Leerstände, Freiflächen, unbelebt wirkende ebenerdige Wohnhäuser, private Gärten – all dies unterbricht den Geschäftsbesatz und Kundenstrom und schadet dem Image der Fußgängerzone als Einkaufsstraße erheblich. Der Kunde erwartet einen dichten, lückenlosen Geschäftsbesatz, aufgelockert durch andere attraktive Nutzungen wie Gastronomie oder gegebenenfalls Dienstleister. Besonders ungünstig ist in diesem Zusammenhang eine Krümmung der Fußgängerzone, an deren Scheitelpunkt ein Magnetbetrieb [oder anderer Attraktor | Anm. der Verfasser] fehlt. So wird das frühzeitige Ende der Fußgängerzone suggeriert und der Passant | Kunde erhält kaum optische Anreize weiterzugehen."

POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM KAISER-JOSEF-VIERTEL | VILLACH





Abb.61.+ 62. Kaiser-Josef-Platz: Blick in Richtung Musikschule und vice versa behelfsmässige Grünraumergänzungen zur Attraktivierung der Gastgärten (Quelle: AAPS)



Kaiser-Josef-Platz

Gegenwärtig präsentiert sich der Kaiser-Josef-Platz tendenziell als Erweiterung des Spektrums der Lederergasse. Vorherrschend sind auch hier Gastronomiebetriebe. Erst in der angrenzenden Karlgasse finden sich Geschäfte. Über den Platz verläuft eine wichtige Querachse, die den Burgplatz über den Hauptplatz mit dem Freihausplatz verbindet. Sie ist die einzige durchlaufende Verbindung abseits der Randbereiche (Drauufer, Postgasse).

In dem großen Gebäude auf der Südseite des Platzes ist Arbeiterkammer, samt Berufsförderungsinstitut und die Alpen-Adria-Mediathek angesiedelt. Obwohl auf diese Weise hier wichtige öffentlich-städtische Funktion angesiedelt sind, die im Rahmen ihrer Öffnungszeiten als nicht-kommerzialisierte Frequenzbringer dienen können, wurde durch die strenge vorgesetzte Glasfassade, eine abweisende Front zum Platz hin geschaffen, die den Gesamteindruck am Kaiser-Josef-Platz stört. Wünschenswert wäre, dass sich vor allem die Mediathek auffälliger nach Außen hin präsentiert und als Nutzung besser mit dem Platz verbindet, um so zu einer weiteren subjektiven Belebung beitragen zu können.

Die zwei auf dem Platz vorhandenen Bäume wurden um zwei neue Bäume zur Widmanngasse hin ergänzt. Darüber hinaus existiert in der warmen Jahreszeit eine behelfsmäßige Begrünung seitens der Gastronomiebetriebe und der Arbeiterkammer.

Auffällig für den Gesamtbereich Widmanngasse | Kaiser-Josef-Platz ist eine relative Häufung an kulturellen und bildungsbezogenen Angeboten. So befindet sich hier neben den bereits erwähnten Einrichtungen Arbeiterkammer, Berufsförderungsinstitut und Mediathek, die Musikschule, eine Zweigstelle der Volkshochschule, das Stadtmuseum und eine private Galerie. Die Widmanngasse dient als eine wichtige Marktachse: Die Widmanngasse verbindet den Burgplatz samt Marktbereich und den Udo-Jürgens-Platz mit dem Hans-Gasser-Platz. Insofern sich diese zwei Bereiche zukünftig neu positionieren – einerseits durch die angesprochenen, zukünftigen Umsetzungen der Wettbewerbsergebnisse, als auch durch eine verstärkte Aufwertung und Vermarktung der städtischen Frischemärkte – ist allein als Nebeneffekt dieser Projekte eine Frequenzerhöhung in der Widmanngasse zu erwarten.

Abb.63. Der Kaiser-Josef-Markt als Durchgangsraum: Durchlaufende Erschliessungssachse vom Burgplatz zum Freihausplatz (Quelle: AAPS)





Abb.64. Leitegasse Ecke Paracelsusgasse: prächtigster Baum der Innenstadt (auf Privatgrund) Abb.65. Westseitiger Appendix als Wohngebiet (Quelle: AAPS)

II.2.9. Leitegasse | Paracelsusgasse

Innerhalb der Paracelsusgasse ist die subjektive empfundene "Rückseitigkeit" der Bausubstanz besonders stark ablesbar. Dies verweist in diesem Zusammenhang auf die bautypologische Ausformulierung einer Fassadenansicht durch überproportional in Erscheinung tretende Elemente, die üblicherweise abseits des öffentlichen Raums eher an weniger exponierter Stelle anzutreffen sind. Die Folge ist eine zumindest optische Privatisierung in den angrenzenden Bereichen – es entsteht so im Zuge des Aufenthalts im Öffentlichen der Eindruck, als würde invasiv in einen privaten Raum vorgedrungen.

Während im Abschnitt zwischen Leitegasse und Weißbriachgasse auf ihrer Westseite Schaufensterfronten vorzufinden sind, stehen diesen auf der Ostseite vergitterte Fenster, gänzlich geschlossene Wände und Einfahrten, bzw. Garagentore gegenüber. Es herrscht hier eine ambivalente Situation im unangenehmen Spannungsfeld zwischen privatem Hinterhofeingang und öffentlichem Geschäftseingang. Entsprechend abträglich ist das für das Aufenthaltsambiente: "Man fühlt sich immer ein wenig fehl am Platz".

Am Kreuzungspunkt mit der Leitegasse weitet sich der Raum zwischen den Baukörpern aufgrund einer privaten Grünfläche. Hier befindet sich der eindrucksvollste Baum innerhalb der Altstadt: dieser sticht aufgrund seiner ausladenden Krone aus allen Luftbildern hervor. Allerdings ist die Grünfläche nicht zugänglich, was wiederum den Eindruck der "Rückseitigkeit" verstärkt. Eine weitere Störung stellt die Farbgestaltung des angrenzenden Gastronomiebetriebs mit seinen grellen Gelb- und Orangetönen dar. Ansonsten ist der Bereich von der Leitegasse bis zum Kaiser-Josef-Platz auch hier überwiegend von Garagentoren geprägt und hat den Charakter eines Durchgangsraumes.

Ein Appendix der Leitegasse befindet sich westlich der Widmanngasse. Hier befinden sich gegenwärtig keine öffentlichen Nutzungen oder Geschäfte. Durch die engen, versteckten Zuwege und die Ausweisung von Parkplätzen in den Hofbereichen erscheint dieser Abschnitt weniger öffentlich und erzeugt einen Eindruck (fast) wie in einer reinen Wohnsiedlung, in der auch die Außenräume privatisiert sind.

Abb.66. Innenstadt der Garagentore (Quelle: AAPS)



II.2.10. Drauparkstraße | Ringmauergasse

Die Drauparkstraße stellt für Personen, die den öffentlichen Parkplätzen des Interspar an der Steinwenderstraße nutzen, den westlichen Ankunftspunkt in die Altstadt dar. Es existieren hier Parkiermöglichkeiten für 357 PKW, die weniger als 150m von der Ecke Drauparkstraße Widmanngasse entfernt sind. Geprägt ist dieser Punkt von neueren, großmaßstäblichen Baukörpern und breiten Straßen, die für eine Verteilung des Verkehrs nach Süden Richtung Draulände und Norden zum Hans-Gasser-Platz sorgen. Die Drauparkstraße selbst ist als asphaltierte Sackstraße ungefähr auf halber Strecke befahrbar, bis die Fußgängerzone beginnt. Gegenwärtig ist von der Bedeutung dieses Ortes als Zutrittspunkt zur Altstadt nichts zu spüren.

Das zurückspringende Halbrondell des Baukörpers Ringmauergasse Nr. 12 erzeugt einen mit kleinformatigem, quadratischem Plattenbelag versehenen Platz, der sich über einen breiten Gehsteig bis unter die Arkaden des Hauses Widmanngasse Nr. 22, mit der Pflasterung der Fußgängerzone verbindet. Die Ringmauergasse stellt, obgleich nicht aus widmungstechnischer Sicht, strukturell den Abschluss des zusammenhängenden Kerns aus historischer Bausubstanz dar. Aufenthaltsqualität und das typische Villacher Altstadtflair sind an dieser Stelle allerdings nicht mehr vorhanden.

In Hinblick auf die anstehenden Requalifizierungsmaßnahmen der Wettbewerbsergebnisse für den Hans-Gasser-Platz und die Draulände im Bereich der Lederergasse, ist auch dieser Verkehrsknotenpunkt zukünftig in mehrfacher Sicht zu hinterfragen.



Abb.67. Drauparkstraße | Ringmaurergasse Westseitiges Portal: die historischer Altstadt und die Fußgängerzone sind nicht mehr spürbar (Quelle: AAPS)

Abb.68.-75. diverse Bilder zum Zustand der Durchgänge zum Hauptplatz, Durchblick Carla-Shop, Verparkter Paracelsushof (Quelle: AAPS)

















II.2.11. Anbindungen an den Hauptplatz: Karlgasse, Rathausgasse, Seilergasse

Neben den Querverbindungen im Bereich des Kirchenplatzes auf der Südseite und der Lederergasse, samt Draulände auf der Nordseite sind diese drei schmalen Gassen mit zentraler Anbindung an den Hauptplatz eine wichtige Erschließungsachse für den gesamten westlichen Teil der Altstadt. Sie stellen mit ihren typischen Schwibbögen durchaus eine Besonderheit innerhalb des Altstadtgefüges dar. In ihrem Verlauf finden sich darüber hinaus historisch wertvolle Gebäude, die teils mit Arkaden versehen, über Vor- und Rücksprünge spannende räumliche Situationen erzeugen. Überraschend ist in diesem Zusammenhang, dass diese hochqualitativen Räume, wie z.B. beim Paracelsushof in der Seilergasse, durch PKW-Stellplätze vereinnahmt werden und so halböffentlichen bis privaten Charakter bekommen. An anderen Stellen werden diese Räume bereits als Gastgärten genutzt.

Von der Anlage her existiert noch eine weitere Verbindung in Verlängerung der Leiningergasse, allerdings ist diese gegenwärtig leider nicht für die Öffentlichkeit zugänglich. Während hier im Hinterhof des Hauses Hauptplatz Nr. 20 ein kleiner Gastgarten eingerichtet wurde, ist das Grundstück Hauptplatz Nr. 22 (C&A) eingezäunt und diese Hälfte des Innenhof ungenutzt. Angrenzend an die Paracelsusgasse befinden sich zur Zeit auf diesen beiden Grundstücken Parkplätze und Garagen. Eine Öffnung dieser Gasse könnte hinsichtlich der Erschließung des westlichen Altstadtgebiets als direkte Anbindung der Leitegasse potenziell eine gute Ergänzung zu den bestehenden Querverbindungen darstellen.

Ein Großteil der Gebäude, im Verlauf der drei Gassen, vor allem dort wo sie wieder etwas breiter werden, sind in gutem Zustand. Dennoch überwiegt im Gesamteindruck der schlechte Zustand vor allem an den Engstellen ihrer Zugänge vom Hauptplatz. Abträglich für das Erscheinungsbild sind auch die zu den Gassen orientierten "blinden" Schaufensterfassaden. Sie steigern zusätzlich den in der Typologie der Gassen tendenziell veranlagten Eindruck einer "Rückseitigkeit".

Obwohl vom Hauptplatz aus die Schilder des vorhandenen Fußgängerleitsystems auf die Durchgänge hinweisen, sind sie insgesamt wenig präsent und leicht zu übersehen. Hier besteht entsprechender Nachbesserungsbedarf. Festzuhalten ist ebenfalls, dass solche Durchgänge, wie beispielsweise der Eingang zum Hofwirt, eher zum Durchschreiten animieren, wie sie Richtung Hauptplatz durch einen visuellen Anreiz, einen sichtbaren "Eye Catcher" Neugierde in Form einer möglichen Zieldestination wecken.

Ein weiterer sehr interessanter Aspekt dieser dichten Typologie ist, dass auch, wie am Beispiel des Caritas Shops erkennbar, Wegebeziehungen von Gasse zu Gasse möglich sind, indem man Geschäfte als Bewegungsraum einbezieht. Dies stellt ein großes Potenzial für eine integrierte, ganzheitliche Entwicklung des gesamten Blocks zwischen Seilergasse und Karlgasse dar.



II.2.12. Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt bereits eine Vielzahl an Maßnahmen gesetzt wurden, um die strukturelle städtebauliche Integrität der Altstadt zu sichern und ihre Wettbewerbsfähigkeit gegenüber konkurrierenden Mitbewerben im Einzugsgebiet zu steigern.

Die oben beschriebenen Projekte | Sequenzen der Altstadt bilden den gegenwärtigen Bezugsrahmen, die Basis auf den sich weitere geplante Entwicklungen sinnvollerweise referenzieren sollten. Dementsprechend muss auch eine Projektierung des in weiterer Folge noch genauer betrachteten Gebietes der Widmanngasse, des angrenzenden Kaiser-Josefs-Platz, sowie der Leitegasse | Paracelsusgasse zu diesen abgeschlossenen und projektierten Entwicklungen Bezüge aufbauen.

Außerdem lässt sich in diesem Zusammenhang auch bereits eine allgemeine Tendenz ablesen: Es zeigen sich vor Allem in Richtung der südwestlich gelegenen 1C-Lagen abfallende Qualitäten in der Bausubstanz, des Zustandes der Gassen- und Platzoberflächen. Darüber hinaus nehmen in diesen Gebieten die städtebaulichen Störungen im Ensemble der Altstadtgassen zu und führen über diese insgesamt verringerte strukturellen Integrität in weiterer Folge zu einer Verringerung des Aufenthaltsambientes, was das Ungleichgewicht zu den 1A Lagen weiter verstärkt.

Das vermutlich größte Problem hinsichtlich der verbliebenen Einzelhandelsnutzungen in der Widmanngasse stellt vor allem der äußerst lückenhafte Geschäftsbesatz dar. Verstärkt wird dies durch die städtebauliche Geometrie der Gasse, die an verschiedenen Punkten knickt und so durch unterbrochene Blickbeziehungen mehrfach "Endpunkte" suggeriert. Die vielen Unterbrechungen in den Geschäftsfassaden werden nicht zuletzt durch die vielen Garagentore und Hofzufahrten erzeugt. Diese wiederum generieren Quellverkehr, der als weiterer negativer Faktor für das Gebiet eine zusätzliche subjektive Abwertung erzeugt.

Zitat: CIMA-Studie im Auftrag des Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.25 "Die Fußgängerzone muss als Ganzes gesehen werden. Zwar gibt es in der Regel bestimmte Plätze oder Abschnitte, die zentraler, repräsentativer und belebter sind, jedoch dürfen diese nicht einseitig von Modernisierungsmaßnahmen profitieren, da dies die Diskrepanz zu anderen Bereichen noch verstärken würde. Das gleiche gilt für die rückwärtigen Bereiche (1B-Lagen), die oft auch als Zufahrtsstraßen bzw. -wege benutzt werden. Eine starke städtebauliche Vernachlässigung dieser Bereiche schadet der gesamten innerstädtischen Einzelhandelsstruktur und letztendlich auch der Fußgängerzone."

Insgesamt lässt sich auch ein genereller Mangel in Bezug auf die Ausstattung des öffentlichen Raums mit Möblierung festhalten. Abgesehen von wenigen, bereits neugestalteten Bereichen wie z.B. dem Rathausplatz, dem Bahnhofsvorplatz oder dem Brauereiplatz, fehlen nicht-kommerzialisierte Aufenthaltsmöglichkeiten. Insbesondere für ältere Menschen sind Sitzgelegenheiten zum ausrasten im Zuge fußläufiger Besorgungen von großer Bedeutung. Spielelemente könnten vermehrt Anreize zum Aufenthalt für Familien schaffen. Geeignete Orte für den dezidierten Aufenthalt von Jugendlichen sind ebenfalls rar.

Seitens der Bevölkerung wird ebenfalls ein Mangel an Grünraum im Altstadtbereich konstatiert. De facto befinden sich im historischen Kern keine gewidmeten Grünflächen. Mit den jüngsten Baumpflanzungung und der begonnen Requalifizierung des nördlichen Drauufers wird bereits versucht dem entgegenzuwirken. Weitere Ergänzungen erscheinen in diesem Zusammenhang sinnvoll. Die in der Innenstadt vorhandenen, größeren Grünflächen, die als Flächenreservoir z.B. zur Schaffung kleinerer Parks dienen könnten, befinden sich überwiegend im Privateigentum. Ein entsprechender Zugriff seitens der Kommune wäre somit mit größeren Anstrengungen, bzw. Aufwendungen verbunden und ist sicherlich nur innerhalb eines längerfristigen Zeithorizontes zu verwirklichen – dennoch: es existiert diesbezüglich Potenzial.

II.3. STADTMARKETING: VERMITTLUNG DER VORHANDENEN QUALITÄTEN

Neben den bereits in den voranstehenden Kapiteln angeführten Schwerpunktmaßnahmen im Rahmen der "Altstadtoffensive Villach", existiert darüber hinaus bereits ein aktives und leistungsfähiges Stadtmarketing, welches versucht, die Qualitäten Villachs insbesondere in Hinblick auf die Angebote der Innenstadt zu vermittlen. Auch über diese Institution ist man bestrebt, den in der CIMA-Studie genannten Kritikpunkten Rechnung zu tragen:

Während die Studie einerseits von einer "wirtschaftlich attraktiven und gut besetzten Altstadt" spricht (CIMA-Studie, Teil 3, S.25), wird andererseits auf ein "Warnsignal" in der Rezeption durch die Einwohner hingewiesen: "...dass sich Branchenmix, Öffnungszeiten und Preis-Leistungsverhältnis in den letzten 5 Jahren nicht verbessert, bzw. deutlich schlechter geworden sind". Gleichzeitig wurden im gleichen Zeitraum die Öffnungszeiten liberalisiert und eine Reihe von neuen Betrieben angesiedelt. "...eine durchaus erstaunliche Bewertung". (CIMA-Studie, Teil1, S110).

Heute präsentiert sich die Altstadt über die Bonus Punkte des City-Shopping und den "Villach Gutschein", sowie die Webplattform des Stadtmarketing als zusammenhängendes Einkaufsareal (www.stadtmarketing-villach. at/fileadmin/user_upload/PDFs/Einkaufsfuehrer_2013.pdf).

Die Plattform *http://villachshop.at/* fungiert als Onlineshop für die in Villach beheimateten und Geschäfte bietet sowohl Versand als auch Abholung bei direktem Verweis auf Citybonus und Gratisparken an. Auf der Seite *http://www.gutscheinbox.at/* werden neben dem "Villach Gutschein" eine Vielzahl anderer Gutscheinangebote lokaler Unternehmen zusammengefasst.

In die CIMA-Studie wurde eine starke Diskrepanz zwischen dem tatsächlichem, als gut zu bewertenden Parkplatzangebot und der Wahrnehmung dieses Angebotes innerhalb der Bevölkerung festgestellt und weist dezidiert darauf hin, dass "die Themen Erreichbarkeit und Parkplatzausstattung wichtige Aspekte der Standortvermarktung und Bewerbung darstellen und entsprechend akzentuiert dargestellt werden" sollten (CIMA-Studie, Teil1, S110). An und für sich verfüge Villach über einen "großteils infrastrukturell intakten Stadtkern mit guter Verkehrsanbindung, sowie ausreichend Parkraum" (CIMA-Studie, Teil 3 S.25).

Dementsprechend wird auch die Erreichbarkeit und das Mobilitätsangebot Villachs auf der Seite des Stadtmarketing unter der Rubrik "city:mobil" dargestellt. Weiters wird ein Überblick über die Parkplatzsituation geliefert und auf das "Gratis-Parken" im Zuge des "City Bonus" hingewiesen (http://www.stadtmarketing-villach. at/fileadmin/user_upload/PDFs/Plaene/Parklaetze_Innenstadt.pdf).

Abb.76.+77. nicht mehr zeitgemäßes Fußgängerleitsystem Uneinheitlichkeit und verunklarte Wegweisung durch Geschäftswerbung (Quelle: AAPS)





Ebenso fordert die Studie eine "verstärkte Qualifizierung der Gastronomiestrukturen (z.B. interessante Angebotsformen...)" und empfiehlt "darauf [zu] achten, dass Gastronomieschwerpunktzonen und Haupteinkaufslagen ein harmonisches Ganzes bilden" (CIMA-Studie, Teil1, S.95).

Die Angebote der innerstädtischen Lokale werden inzwischen im Rahmen der "city:gastro" als LokalHeroes® vermarktet und eine Übersicht über die jeweiligen tagesaktuellen Mittagsmenüs bereitgestellt (*mittagslokal.at*).

Ein weitere Kritikpunkt seitens CIMA war, dass es "wenig Dynamik innerhalb der privaten HausbesitzerInnen der Altstadt" gäbe, was mitunter ein Grund für einen "ausgedünnten Branchenmix in den innenstädtischen Nebenlagen" und eine "erkennbare Erosion wichtiger inhabergeführter Läden in den letzten Jahren" sein könne (CIMA-Studie, Teil 3, S.25). Auch in diesem Punkt bemüht sich das Stadtmarketing durch die "city:impulse" als Informations- und Kommunikationsplattform für UnternehmerInnen eine Verbesserung zu erreichen. (siehe auch: http://www.kleinezeitung.at/k/kaernten/villach/4095141/Verwaiste-Geschaefte-in-Villach_Machtlosgegen-die-Vermieter)

Zu guter Letzt wird mit dem Schirmservice auf niederschwelliger Ebene eine unkomplizierte Maßnahme zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und Bindung gesetzt.

Ein weiteres Instrument des Stadtmarketing stellt die klassische Tourismus-Information bereit: Hier erhält der | die TouristIn an einem zu den üblichen Geschäftszeiten geöffneten Frontdesk einerseits Auskunft über die touristischen Destinationen der Region und, bezogen auf die Innenstadt, in erster Linie einen Überblick über die Bauund Kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten der Altstadt. Auf Nachfrage erhält man hier gratis einen funktionalen Stadtplan mit den wichtigsten Infos und auch die Broschüre "Villacher Altstadtspaziergang" in unterschiedlichen Sprachen. Das dazugehörige Internetportal www.region-villach.at liefert weiterführende Information, allerdings eher zur Region als zur Stadt an sich.

Die städtische Internetseite **www.villach.at** übernimmt neben ihrem kommunalen und administrativen (Dienstleistungs-)Angebot für die Einwohner in kleinem Rahmen auch touristische Vermittlungsfunktionen.

Als konkret verortetes Mittel des Stadtmarketings ist gegenwärtig ein Fußgängerleitsystem, in Form von beschilderten Formrohr-Stelen, innerhalb der Altstadt installiert, welches allerdings überholungsbedürftig erscheint (siehe auch III.5.).



II.4. INNERSTÄDTISCHE KAUFKRAFT IM RÜCKZUG?

Im Jahr 2006 wurde Villachs Altstadt als "wirtschaftlich attraktiv und gut besetzt" charakterisiert (CIMA-Studie, Teil 3 S.25). Gleichzeitig wurde zu diesem Zeitpunkt ein Leerstand von etwa 9000m² an Einzelhandelsflächen im gesamten Stadtgebiet ermittelt. Die Summe der Verkaufsflächen "Non-Food" in den Lagen 1A, 1B, 1C betrug 2006 55.081m² (CIMA-Studie, Teil 1, S.73). Strukturell war bereits ablesbar, dass sich vakante Flächen, vorrangig im westlichen Teil in der Innenstadt - dem innerhalb dieser Potenzialanalyse betrachteten Bereich - konzentrierten:

"Während in den 1A-Lagen nur vereinzelt kleinere Leerflächen festgestellt wurden, konzentrieren sich die Leerstände vor allem in den 1C-Lagen der Altstadt, insbesondere im Bereich der Lederergasse, der Widmanngasse sowie im Bereich des Bahnhofs. [...] Die innerstädtische Leerflächenquote beträgt rund 10% und ist im Vergleich zu ähnlich strukturierten Städten als durchschnittlich anzusehen" (CIMA-Studie, Teil 3, S.12).

Darüber hinaus wurden, wie bereits unter II.3. zitiert "die Öffnungszeiten liberalisiert und eine Reihe von neuen Betrieben angesiedelt" (CIMA-Studie, Teil1, S110) und nach Ansicht der Verfasser der CIMA-Studie bis zum damaligen Zeitpunkt im Grunde bereits eine Verbesserung der innerstädtischen Situation erreicht, obgleich in der Konsumentenrezeption bemerkenswerterweise eine gegensätzliche Entwicklung festzustellen war.

Insgesamt erscheint der damals erhobene innerstädtische Leerstand von ca. 5500m² - vor allem im Zusammenhang mit den überdurchschnittlich guten Bewertungen Villachs in Bezug auf eine Vielzahl anderer Eckdaten – eindeutig verbesserungsfähig, zumal es in der jüngst von der Beratungsgesellschaft STANDORT+MARKT veröffentlichten Dokumentation "CITY RETAIL Österreich 2013|2014" als "trauriger Spitzenreiter" in Bezug auf die innerstädtische Leerstandquote aufscheint. Dennoch deuten auch die von STANDORT+MARKT erhobenen Daten tendenziell auf eine fortgesetzte positive Entwicklung hin:

"STANDORT+MARKT hat Ende 2013 eine Analyse von den 15 bedeutensten Innenstädten Österreichs durchgeführt und dokumentiert. In der Dokumentation werden Bevölkerungswachstum (Prognose [Villach] für 2019 liegt bei 61.400 Einwohnern), Arbeitsbevölkerung (der Pendlersaldo liegt aktuell bei plus 9.400), Tourismus und der Wirtschaftsstandort analysiert und mit allen untersuchten Städten verglichen. So liegt z.B. der Kaufkraft Index in Villach bei 106%, die innerstädtische Geschäftsfläche liegt bei 42.400m², die Leerstandsquote beträgt 8,7%. Der Wert ist überwiegend durch großformatige Leerstände in B-Lagen (etwa ehem. C&A Haus oder Samonigfläche) begründet. Augenfällig ist ein geringer Filialisierungsgrad in der 1A Lage von nur 38,5%."

GESCHÄFTSFLÄCHENMIX

Bedarfsgruppe	qm	Zahl	davon A-Lage		City Shopping Malls	
			qm	Zahl	qm	Zahl
Kurzfristbedarf	6.000	32	1.300	14		
Bekleidung	11.200	75	5.900	44		
Wohnungseinrichtung	600	6	400	4		
Hausrat	800	14	400	6		
Sonstiger Auswahlbedarf	7.400	70	2.600	36		
Verkaufsfläche EH gesamt	26.000	197	10.600	104		
Einzelhandelsbegl. Angebot*	12.700	117	4.800	34		
Leerstand	3,700	24	400	7		
Geschäftsflächen gesamt	42.400	338	15.800	145		

"Finzelhandelsbegleitendes Angebot: Shoos mit den Nutzungen Gastronomie. Dienstleistung oder Freizeitfläche

	Gesamt	A-Lage*
Straßenlänge in m	2.900	1.300
Seschäftsfläche inkl. Nebengassen in qm	42.400	15.800
Geschäftsfläche je Einwohner in qm	0,71	0,26
durchschnittl. Shopgröße in qm	125	109
Filialisierungsgrad (Einzelhandel) in %	29,4	38,5
Filialflächenanteil (Einzelhandel) in %	59,6	57,8
Shopflächen-Index	15	12
Leerstandsquote in %	8.7	2,5

Abb.78. Geschäftsflächenmix und Leerstandsquote 2014 (Quelle: City-Retail 2013/14, Standort + Markt, Baden 2014)

Zitat: http://www.stadtmarketing-villach.at/city impulse/cityimpulse/cityimpulse-daten.html

urchschnittliche Bandbreiten nach Stadt- bzw. Ortsgrößen		
Einwohnerzahl	Gesamt-VKFL pro Einwohner	
5.000 - 10.000	0,6 bis 2,0	
10.000 - 20.000	0,7 bis 3,3	
20.000 - 50.000	1,0 bis 4,1	
50.000 - 100.000	2,3 bis 4,0	

Abb.79. (v.o.) Durchschnittliche Bandbreiten von Verkaufsfläche je Abb.80. Villachs Verkaufsflächenangebot im Kontext vergleichbarer Städte (Quelle: CIMA-Studie 2006, Teil 1, S.74)

1,8 bis 2,2

Zitat: CIMA-Studie 2006, Teil 1, S.41

über 100.000

Städte Villach	57.925	Gesamtverkaufsfläche pro EinwohnerIn	
		4,0	
Dornbirn	42.337	2,4	
Passau	60.137	3,7	
Rosenheim	50.415	3,6	
Wels	58.367	3,8	

Augenfällig ist die Differenz von ca. 13.000m² zwischen CIMA und Standort + Markt hinsichtlich der ermittelten innerstädtischen Geschäftsfläche, die u.U. auf eine unterschiedlich gelagerte Eingrenzung der Innenstadtlagen, unterschiedliche Erhebungskriterien oder eine inzwischen erfolgte Neubesetzung durch andere Nutzungen zurückzuführen sein mag. Dennoch lässt sich, nachdem es sich bei der Leerstandsquote um einen prozentuellen Wert innerhalb eines gesetzten Bezugsrahmens handelt, lässt sich eine weitere Konsolidierung vermuten.

II.4.1. Innenstadt versus Stadtrandlage

Das ist umso erstaunlicher, wenn man die massive Erweiterung der Einzelhandelsflächen in Villacher Stadtrandlagen seit 2006 in Betracht zieht. Vor den damit einhergehenden Konsequenzen wurde bereits innerhalb der CIMA-Studie gewarnt: "Die aktuelle Verkaufsflächenausstattung von Villach ist, auch im Vergleich zu ähnlich strukturierten Städten sowie der durchschnittlichen Bandbreiten als bereits sehr hoch zu bewerten. Zudem steigt die Verkaufsfläche ab dem Frühjahr 2007 weiter an und erreicht einen Wert von 4,3m² pro Einwohner. Berücksichtigt man das, im Vergleich zu ähnlich strukturierten Städten verhältnismäßig kleine "Reservoir" an vorhandenen und potenziellen KonsumentInnen im Einzugsgebiet Villachs und bedenkt die unterdurchschnittlichen Umsatzwerte, so führt jede weitere großflächige Ansiedlung zur zusätzlichen Senkung der ohnehin bereits sehr geringen Branchenproduktivitäten." (CIMA-Studie, Teil 1, S.74)

Weiter konkretisiert wird dies seitens Verfasser an anderer Stelle:

"Der Umsatzanteil des innerstädtischen Villacher Einzelhandels ist mit 34% bereits sehr niedrig. Da sich in Hinblick auf die Eröffnung der 2. Ausbaustufe des "Atrio" die Umsatzanteile, insbesondere auch bei mittelfristigen Warengruppen, weiter zu Gunsten der Stadtrandlagen verschieben, kann bereits von einer nicht mehr struktur- und standortverträglichen Entwicklung gesprochen werden."

Insgesamt wurde de facto ein bereits vorhandenes Überangebot an Verkaufsflächen (4,0m² | Einwohner im Jahre 2006) durch die Schaffung weiterer Verkaufsflächen noch gesteigert, und auf diese Weise der Konkurrenzdruck auf die innerstädtischen Lagen erhöht, da sich verständlicherweise das vorhandene Kaufkraftvolumen, in der selben Zeit nicht im selben Maße steigern konnte.

Darüber hinaus wurde auf die mit der vorhandenen Kleinststrukturiertheit der Geschäfte innerhalb der Altstadt einhergehende verringerte Konkurrenzfähigkeit verwiesen.

"Villach weist einen hohen Anteil an klein- und kleinststrukturierten Geschäften auf. Rund 70% der Läden sind kleiner als 150m² [...]. Der hohe Anteil der kleinstrukturierten Verkaufsflächen ist darauf zurückzuführen, dass 56% der Einzelhandelsbetriebe in der Altstadt situiert sind und es aufgrund der begrenzten baulichen, bzw. räumlichen Erweiterungsmöglichkeiten auch schwieriger ist, größerer Einheiten zu schaffen. Dennoch sollten hier Überlegungen angestellt werden, inwieweit man den Altstadtbetrieben behilflich sein könnte die meist zu kleinen Geschäftseinheiten den aktuellen Branchenmindeststandards anzupassen."

Am Rande sei zusätzlich an dieser Stelle auf den voranschreitenden Wandel des allgemeinen Konsumverhaltens seit der Jahrtausendwende in Hinblick auf die Möglichkeiten des rund um die Uhr verfügbaren Onlineshoppings hingewiesen (ebay, amazon, zalando, usw.). Dies hat branchenübergreifend zu nicht zu vernachlässigenden Umsatzeinbrüchen vor allem bei den mittel- und langfristigen Warengruppen innerhalb des ortsgebundenen und niedergelassenen Handels geführt.

Insgesamt kann man an dieser Stelle festhalten, dass in Anbetracht dieser herausfordernden Rahmenbedingungen die Entwicklung des Villacher Einzelhandels, beurteilt auf Basis der innerhalb der vorliegenden Studien erhobenen objektiven Daten, nach Ansicht der Verfasser bisher überraschend positiv verlaufen ist.

Gleichwohl ist die subjektive Beurteilung, wie bereits erwähnt, durch die Konsumentinnen und die agierenden Gewerbetreibenden scheinbar eine andere. Hier durch entsprechende informelle Maßnahmen wirksam entgegenzusteuern fällt in den Bereich des Stadtmarketing.

Zusammenfassend lässt sich eindeutig feststellen, dass, neben den oben angeführten, übergeordneten gesellschaftlichen Entwicklungen, die Hauptursache für den starken Konkurrenzdruck auf die Shoppingangebote der Altstadt bei den starken Mitbewerbern in den Stadtrandlagen zu suchen ist, welche mit ihren potenten, etablierten Marken der großen Magnetstores (z.B. Kastner&Öhler, Media Markt, H&M, Humanic, etc.) Kaufkraft aus der Altstadt abziehen. Filialen dieser überregional und international namhaften Betriebe fehlen - bis auf die wenigen Ausnahmen Interspar, C&A, Kleiderbauer – als Attraktoren in der Altstadt komplett.

Zitat: CIMA-Studie, Teil 1, S.79

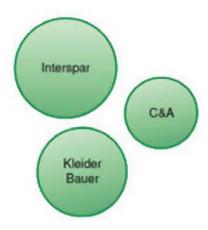


Abb.81. Nach Ansicht der Beratugnsgeseelschaft S+M die einzigen namhaften Magnetbetriebe in Villach (Quelle: City-Retail 2013|14, Standort + Markt, Baden 2014)

Zitat: Netzwerk Innenstadt NRW, Kurs Innenstadt, April 2010, S.12

Zitat: Dr. Sonja Radatz, in: Retail, 3/2014, Wien, S.10

II.4.2. Gesellschaftlicher Wandel eines geänderten Konsumverhaltens

Eine zusätzliche große Herausforderung wird zukünftig der sich abzeichnende Umbruch von einer reinen individualisierten Konsumgesellschaft zu einer gemeinschaftlich-kooperativen "Sharing Economy" darstellen, in der ein verändertes Konsumverhalten im entstehen ist und in der, durch das gemeinsame Teilen von Dingen des täglichen und nicht-alltäglichen Gebrauchs, voraussichtlich insgesamt weniger konsumiert werden wird.

Villach steht in diesem Zusammenhang nicht alleine da. Gegenwärtig ist in einer Vielzahl der europäischen Innenstädte eine allgemeine Tendenz zu ähnlichen wirtschaftsstrukturellen Umbrüchen erkennbar. Dies wird z.B. auch seitens des Netzwerk Innenstadt NRW herausgestellt: "Hier steht in den Innenstädten vor allen Dingen der Einzelhandel vor großen Herausforderungen. Wichtige Kennzeichen sind in diesem Zusammenhang: Konzentrationsprozesse, Filialisierung, Verkaufsflächenzuwachs, rückläufige Flächenproduktivitäten, Veränderungen des Einkaufsverhaltens und eine Nachfrageschwäche. Die Wachstumsperspektiven, bezogen auf die Volkswirtschaft insgesamt und im Konsumgüterbereich speziell, sind derzeit eher gedämpft und gleichzeitig verliert der Einzelhandel im Zuge der Wertedynamik der Verbraucher an Gewicht."

Etwas pessimistischer bewertet Dr. Sonja Radatz die Perspektiven des Einzelhandels in einem Gastkommentar in RETAIL, dem offiziellen Medium des österreichischem Handelsverbands:

"Der stationäre Handel ist tot, so wir überall proklamiert. "Er braucht Wiederbelebung!" Nun, ich binnichtsicher, obdas funktioniert. Meiner Erfahrung machtes Sinn, vom Pferdabzusteigen, wenn es tot ist. Und während in den kommenden fünf bis zehn Jahren in der Handelsszene genau analysiert werden wird, ob der Handel nun ganz tot, halbtot, scheintot oder nur amputiert ist und daher nicht mehr läuft, empfehle ich Ihnen dringend etwas anderes zu tun – etwas grundlegend anderes. Warum? Weil die Menschen sich verändert haben. Und weil die Rahmenbedingungen sich verändert haben - und beides so grundsätzlich, dass es mir kaum möglich erscheint zu den "guten alten Zeiten" zurückzukehren. […]

Das was der stationäre Handel aktuell an Leistung anbietet, erledigt das Internet auf globaler Ebeneperfekt- und sogarbesseralssein filialisierter Vorfahre. [...] Was bei er barmungsloser Betrachtung bedeutet: Wenn sie genau das imitieren, was das Internet heute leistet, sind Sie verloren. Nun könnten Sie ihr Geschäft zusperren und nach Hause gehen. Und das rate Ihnen auch: Gehen Sie nach Hause und denken Sie ihr Unternehmen neu. Das haben Sie sich verdient, aber auch ihr Unternehmen. Und ganz besonders Ihre Kunden."

III. REQUALIFIZIERUNG - EBENEN DER BELEBUNG

STRATEGIEN, ÜBERGEORDNETE KRITERIEN UND MASSNAHMEN

III.1. RESULTIERENDE STRATEGIEN
III.2. ATTRAKTIVIERUNG DES LEBENSRAUMES INNENSTADT
III.3. DER INNERSTÄDTISCHE ÖFFENTLICHER RAUM
III.4. INNERSTÄDTISCHER EINZELHANDEL
III.5. VERBESSERUNGEN FÜR DIE LESBARKEIT DES VORHANDENEN ANGEBOTS

III.1. RESULTIERENDE STRATEGIEN

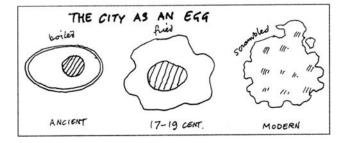
Vor dem unter Kapitel II.4. beschriebenen Hintergrund - vor allem auch in Anbetracht der vorhandenen Übersättigung Villachs mit Einzelhandelsflächen - stellt sich die Frage in wie weit eine verstärkte Requalifizierung ausschließlich in Hinblick auf die Kaufkraftbindung in der Altstadt noch als tragfähige Zukunftsvision dienen kann, beziehungsweise überhaupt möglich sein wird. Trotz der zuletzt positiven Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels erscheint es fragwürdig, ob ein fakultativ wiederkehrender Handel oder zusätzliche Gastronomie allein ausreichen würden, den gesamten vorhandenen Leerstand in der Innenstadt zu besetzen. Voraussichtlich käme es auch gerade in letzterem Fall lediglich zu einem Verdrängungswettbewerb und zu einer Verschiebung des Leerstands.

So bedarf es nach Ansicht der Verfasser vielmehr eines abgestimmten gesamtstädtischen Handlungskonzeptes, welches weitere Kriterien implementiert, die auch über die des Konsums hinaus geeignet sind, die Innenstadt als Lebens- und Aktivitätsraum an sich aufzuwerten und Ansätze für den Fall aufzeigt, falls der Handel nicht zurückkehrt. Wie soll sich das Quartier insgesamt entwickeln und welche Qualitäten können, bzw. sollen den Einzelhandel ergänzen, um ein lebendiges Quartier zu erzeugen?

In Kapitel II.1. wurde das aus Verfassersicht wichtigste Alleinstellungsmerkmal Villachs herausgearbeitet: die herausragende Stärke eines vitalen öffentlichen Raums in Kombination mit der pittoresken, historischen Bausubstanz; die Synergien von Gestalt und Funktion, welche das besondere Flair der Altstadt ausmachen. Daran anknüpfend sollten für das Projektgebiet die vorhandenen Qualitäten gestärkt und vorhandene Störungen schrittweise beseitigt werden. In diesem Zusammenhang geht es in erster Linie um eine Attraktivierung des "Lebensraums" Innenstadt an sich. In diesem Zusammenhang werden zunächst strukturelle Aspekte behandelt, die auf übergeordneter Ebene zu einer Abwertung der Innenstädte geführt haben und Empfehlungen für zukünftige Maßnahmen der Stadtentwicklung herausgearbeitet. Im wesentlichen geht es um die Potenziale einer Innenentwicklung Villachs, vor allem in Bezug auf die nicht shopping-bezogenen Funktionen wie Wohnen, öffentliche Nutzungen, Frei- und Grünraum, sowie verstärkt um eine weiterführende Requalifizierung des öffentlichen Raumes, zumal die öffentliche Hand dort unmittelbar eingreifen und direkt Resultate kann.

Gleichzeitig fällt selbstverständlich auch dem innerstädtischen Einzelhandel eine wichtige Bedeutung zu: letztendlich erscheint ein vitaler Stadtkern gesamtgesellschaftlich eindeutig erstrebenswerter, als voll ausgelastete Stadtrandlagen. Dementsprechend ist hier eine klare Positionierung und Abgrenzung zur Konkurrenz auf der grünen Wiese zielführend. Nachdem auch das Stadtmarketing als Mittel zur Beeinflussung der öffentlichen Wahrnehmung (siehe Kapitel II.2.) eine wesentliche Rolle spielt, soll in diesem Zusammenhang auch hier auf weitere Verbesserungen und Ergänzungen ("Best-Practice-Beispiele") hingewiesen werden. In weitestem Sinne geht es hier darum die Lesbarkeit des vorhandenen und gegebenenfalls ergänzten Angebots zu verbessern.

Abb.82. Bild Die Stadt als Ei. (Quelle: Price, Cedric | Oswalt, Philipp: Das Ungewisse – Die Freude am Unbekannten. In: ARCH+ 109 | 110: Der Sprawl, 1991, S. 51 – 55)



Zitat: Österreichischer Städtebund, Landesgruppe Steiermark, Weißbuch Innenstadt, Graz 2014, S. 11

III.2. ATTRAKTIVIERUNG DES LEBENSRAUM INNENSTADT

Die europäische Stadt ist gewissermaßen Opfer ihres eigenen Erfolges. Die starke Fokussierung auf eine Außenentwicklung, die nicht zuletzt durch den gewachsenen allgemeinen Wohlstand möglich war, wird bis zum heutigen Tag durch Förderungen bei Neubauten und nicht zuletzt durch den interkommunalen Finanzausgleich, der einen Wettbewerb der Gemeinden untereinander um Bevölkerungszahlen, Betriebsansiedelungen und der in diesem Zusammenhang benötigten Infrastruktur initiiert hat, fortgeschrieben. Als ein gängiges Mittel zur Generierung von Zuwanderung dient auf kommunaler Ebene in diesem Zusammenhang die Ausweisung von attraktivem Bauland. Grüne Wiesen am Stadtrand werden zu monofunktionalen Wohngebieten mit überwiegend geringer Dichte und äquivalent großem Flächenverbrauch. Auf diese Weise wachsen die Distanzen der alltäglichen Wege – das Automobil wird zur Selbstverständlichkeit. Das ausufernde Wachstum der Stadt marginalisiert ihr Kerngebiet.

Gleichzeitig werden für die technische Infrastruktur, gesteigert durch den Flächenverbrauch – nicht nur bei der Errichtung, sondern vor allem langfristig – enorme Geldsummen für die Sanierung und Instandhaltung aufzuwenden sein. So werden sich nach Schätzung des Deutschen Instituts für Urbanistik in Berlin, die Summe für die Reparatur dieser Infrastruktur in Deutschland bis 2020 auf knapp 704 Milliarden belaufen – in etwa das Zehnfache, was der Bund im gleich Zeitraum für Straßenbau budgetiert hat. (Quelle: http://www.welt.de/kultur/kunstund-architektur/article122655923/Vorstaedte-in-denen-niemand-mehr-leben-will.html; 7.12.2013). Auch aus diesem Grund ist eine flächensparende Stadtentwicklung sinnvoll.

"Fand das Wachstum vormals innerhalb der Stadtmauern statt, so ist heute ein "Ausufern" der Stadt ins Umland zu erkennen (vgl. Price, "The City as an Egg", 1991). Die Siedlungsschwerpunkte verlagern sich zunehmend an den Stadtrand. Der Trend zum Wohnen im Einfamilienhaus im Grünen mit starker Orientierung auf den motorisierten Individualverkehr treibt die EinwohnerInnen zum Wohnen an den Stadtrand bzw. ins Umland. [...] Dabei wurde die Kostenwahrheit – Errichtungs- und Erhaltungskosten von Infrastrukturen an der Peripherie – im Sinne des Wachstums begraben. Diese Kosten sind wiederum von der Allgemeinheit bzw. den SteuerzahlerInnen zu tragen. Ein wesentlicher Grund dafür ist auch, dass das politisch planerische Handeln auf Wachstum konditioniert ist. Verliert eine Lage in der Stadt an Attraktivität, so kontert die Planung meist mit Wachstumslösungen und Investitionen in neuen Bereichen mit steigender Nachfrage. Die Folge sind Infrastrukturausbau, Baulandausweisungen und Wirtschaftsförderung in periphereren Lagen. Die Innenstädte verlieren dabei immer mehr an Bedeutung, was auch daran zu erkennen ist, dass Baulandwidmungen und insbesondere Kerngebietswidmungen ausufernd fernab vom eigentlichen Stadtzentrum festgelegt werden. [...]"

Zitat: Österreichischer Städtebund, Landesgruppe Steiermark, Weißbuch Innenstadt, Graz 2014, S. 11 Darüber hinaus sind aufgrund des demografischen und des strukturellen Wandels – die zunehmende Steigerung des Durchschnittsalters bei rückläufigen Geburtenzahlen – im Zusammenhang mit den starken Migrationsbewegungen von überwiegend jungen Menschen in große Städte, vor allem der ländliche Raum und Kleinstädte zunehmend von Schrumpfungsprozessen und damit überdurchschnittlich stark von den Auswirkungen dieser Entwicklungstendenzen innerhalb der Gesellschaft betroffen.

Glücklicherweise präsentiert sich Villach gegenwärtig innerhalb der Region als Gravitationszentrum und kann vor allem durch Zuwanderung Bevölkerungsgewinne lukrieren. Es ist davon auszugehen, dass es auch zukünftig zu einem sich verstärkenden Wettbewerb der großen Städte untereinander kommen wird. Abseits des Angebots an Arbeitsplätzen ist in diesem Zusammenhang vor allem eine vitale und lebenswerte Innenstadt als Identifikationsmerkmal von höchster Bedeutung, um die Bedeutung Villachs nachhaltig zu konsolidieren. Eine Umkehr der Wachstumsausrichtung von einer Aussenentwicklung zu einer verstärkten Innenentwicklung, der maßvollen, zentrumsnahen Nachverdichtung und die Ausnutzung versteckter innerstädtischer Flächenpotenziale, ist auf lange Sicht unabdingbar, um einer voranschreitenden, schleichenden Abwertung der Innenstadt entgegenzuwirken.

"Das Ziel der Stadtplanung sollte es sein, Nutzungen an den bestgeeigneten Standorten zu sichern und Lagen in der Stadt (zurück) zu gewinnen. Dies bedarf einer entsprechenden politischen Handhabe, einer regionalen Abstimmung (mit Konkurrenzflächen) und eines eisernen Willens, der Innenentwicklung in jedem Fall Vorrang gegenüber einem weiteren Wachstum nach außen zu geben. Einen Beitrag dazu sollen Instrumente der Planung leisten."

Allerdings erscheint ein solcher Paradigmenwechsel lebenspraktisch als besonders schwer umsetzbar, solange sich nicht auch auf Bundes- und Länderebene, z.B. durch eine Restrukturierung der Förderungsprogramme und adäquate finanzpolitische Maßnahmen, oder auch baurechtliche Revisionen zur einfacheren Adaptierungen historischer Bausubstanz, die Rahmenbedingungen zu Gunsten einer Innenentwicklung ändern.

In den Ansätzen ist darüber hinaus auch insgesamt ein Trend erkennbar: Das erneut aufkeimende Interesse an innerstädtischem Wohnraum, ließ die Bevölkerungsanzahl in den zwei Innenstadtgebieten Villachs überdurchschnittlich stark steigen. Der Anteil am Bevölkerungsgewinn von 2012 auf 2013 betrug immerhin 38,1%. Diese positive Entwicklung gilt es zu unterstützen.

III.2.1. Übergeordnete Strukturelle Aspekte – Maßnahmen der Stadtentwicklung

Im folgenden widmet sich die Potenzialanalyse integralen Bausteinen einer Innenentwicklung, die bei Betrachtung der Villacher Innenstadt, insbesondere für das eigentliche Untersuchungsgebiet, eine große Relevanz aufweisen. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl weiterer Kriterien und Empfehlungen für eine auf Wachstum nach Innen ausgelegte Stadtentwicklung. Eine detailliertere Ausführung übersteigt den Rahmen der Möglichkeiten innerhalb dieser Analyse. Für weiterführende Informationen verweisen wir erneut höflichst auf unsere Literaturliste.

III.2.1.1. Innerstädtische Flächenpotenziale

Die Grundlage für eine Innenentwicklung kann nur auf Basis einer umfassenden Analyse der innenstadtnahen Gebiete geschaffen werden: nichtentwickelte Grundstücke, Nachverdichtungsmöglichkeiten im Bestand, denkbare Umnutzungen – dies alles stellt ein nicht zu unterschätzendes Flächenreservoir dar.

So wurde zum Beispiel im Vorfeld eines Projektes zur Quartiersbildung im Rahmen des Modellvorhabens für "lebenfindetinnenstadt" für Fürstenfeldbruck, einer Stadt mit 35.000 Einwohnern nahe München, aus Anlass der Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes und zur Einrichtung eines kommunalen Flächenmanagements, eine solche Flächenpotenzialanalyse durchgeführt. Das erstaunliche Ergebnis: es wurde ein Potenzial von ca. 3000 Wohneinheiten in Wohngebieten, 440 zusätzlichen Gebäude im Stadtkern und ca. 40 Gewerbeparzellen festgestellt. Als mögliche Potenziale wurden neben klassischen Baulücken auch mögliche Bebauungen in zweiter Reihe, Ergänzungsbauten im Geschosswohnungsbau, Nachverdichtungen durch Anbau und ähnliche denkbare Maßnahmen herangezogen. Nach Auskunft der Gemeinde wurden "die ermittelten Potenziale [...] entsprechend bestehender städtebaulicher Ziele und ihrer Umsetzbarkeit bewertet. Dabei wurde eine maßvolle Verdichtung bei Erhalt oder Verbesserung der städtebaulichen Qualität zugrunde gelegt". Dieses Potenzial entspräche insgesamt ca. 110 ha Bauland an neu zu erschließenden Flächen im Rahmen einer nach Außen gerichteten Entwicklung. (Quelle: https://www.stmuv.bayern.de/umwelt/boden/flaechensparen/bestpractice/doc/179_ffb_kfm.pdf)

Eine umfassende Flächenpotenzialanalyse für das gesamte Stadtgebiet oder auch allein der Innenstadt Villachs übersteigt den Rahmen dieser hier vorgelegten Potenzialanalyse für das Kaiser-Josef-Viertel. Aus Verfassersicht wird die Erstellung einer solchen Analyse zur besseren Beurteilung der nach Innen gerichteten Entwicklungsmöglichkeiten in Hinblick auf die langfristige Stärkung der innerstädtischen Funktionen dringend empfohlen.

Oft können bestimmte Flächen, aufgrund schwieriger Erschließungs- oder Besitzverhältnisse, nur bei einer Grundstücks- und damit EigentümerInnen-übergreifenden Betrachtung sinnvoll entwickelt werden. Dementsprechend ist eine frühzeitige Mobilisierung und Unterstützung der ImmobilienbestizerInnen zu priorisieren. Adaptierungen in Bereichen mit historischer Bausubstanz schrecken die BesitzerInnen leicht vor unkonventionellen, vermeintlich Aufwendigen Lösungen zurück. Das "Weißbuch Innenstadt" empfiehlt hier über Förderungen von konkreten Projektentwicklungsstudien, in Abstimmung mit dem Ortsbild- und Denkmalschutz, sowie den Behörden, einerseits Handlungsanreize zu schaffen und gleichzeitig durch einen kooperativen Prozess eine qualitätsvolle Planung zu sichern.

III.2.1.2. Leerstand

Im Zusammenhang einer städtischen Innenentwicklung kann der vorhandene Leerstand, trotz aller negativen Folgen für das unmittelbare Umfeld und die Innenstadt als Ganzes, zumindest zum Teil auch als ein Potenzial für die Nachverdichtung mit anderen Nutzungen gesehen werden.

Zum Umgang mit Leerstandsthematik wird gegenwärtig im Rahmen des Stadtmarketing bereits ein Freiflächenservice bereitgestellt. Über die Veranstaltungsreihe "denkBAR" wird versucht, einen Austausch unter den InnenstadtunternehmerInnen anzuregen. Gemeinsam mit den ImmobilienbesitzerInnen, denen eine Schlüsselrolle zukommt, können hier auch Möglichkeiten zur Implementierung alternativer Nutzungen diskutiert werden. Letztendlich ist mit großer Wahrscheinlichkeit nicht davon auszugehen, dass sich der Leerstand an erdgeschossigen Geschäftsflächen zukünftig vollflächig allein durch Nutzungen des Einzelhandels verwerten lassen wird.

Darüber hinaus sei nach Ansicht der Verfasser des "Weißbuch Innenstadt", die weitgefächerte Einbeziehung verschiedenster Interessengruppen durch eine kooperative Öffentlichkeitsarbeit erforderlich. Die Leerstandsproblematik müsse zum "Stadtgespräch" werden, um nachhaltige Veränderungsprozesse in Gang zu setzen, NutzungsinteressentInnen anzusprechen und eine Nachfrage über den Einzelhandel hinaus zu generieren.

Steuerungsmöglichkeiten sowohl seitens der Gemeinden als auch der Handelstreibenden zu, um der Aufgabe von effektiven Geschäftsnutzungen nachkommen zu können. Die diesbezüglichen Steuerungsdimensionen sind allerdings in der Regel beschränkt, zumal Kaufkraftentwicklungen und -abflüsse, demografische Entwicklungen wie auch das Einkaufsverhalten zumeist nur bedingt auf örtlicher Ebene steuerbar sind.

"Prioritäre Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem Erkennen der bedingenden Faktoren der Leerstände in Innenstadtbereichen und der Nutzung aller gegebenen

Zitat: Österreichischer Städtebund, Landesgruppe Steiermark, Weißbuch Innenstadt, Graz 2014, S. 32

Vielmehr erscheint es häufig notwendig, im Rahmen eines gezielten Leerstandsmanagements auch über alternative Nutzungsmöglichkeiten für ehemalige Geschäftsflächen nachzudenken. Zentrale Bedeutung kommt dabei den ImmobilienbesitzerInnen 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 leerstehender 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 EigentümerInnen an einer Wiederbelebung innerstädtischer Erdgeschoßlokale. Dennoch gilt es nicht nur bei der Verantwortung der ImmobilienbesitzerInnen für den städtischen Raum, Stadtraumfunktionen und soziales Leben anzusetzen, sondern auch beim Umstand, dass leerstehende Erdgeschoßlokale nicht nur den Entfall von Mieteinahmen bei laufenden Instandhaltungskosten begründen, sondern auch zu einem tendenziellen Wertverlust des gesamten Objektes und dessen Umfeld führen. Trotz zahlreicher Bemühungen vieler Städte der Aufgabe von Geschäftsnutzungen entgegenzusteuern, ist tendenziell nicht von Wachstumserwartungen am Handelssektor auszugehen, sodass Überlegungen alternativer Nutzungen aktuell bzw. künftig leerstehender Geschäftsflächen in Innenstadtlagen anzudenken sind."

III.2.1.2. Potenziale für den Wohnbau

Unter Punkt II.1.2.10. wurde die Bedeutung innerstädtischer Wohnnutzung als Frequenzbringer hervorgehoben. Verstärkte Neuansiedlungen im Kerngebiet und in innenstadtnahen Bereichen, z.B. auf Basis einer maßvollen Nachverdichtung, Bestandssanierungen zur zeitgemäßen Adaptierung von Bestandsgebäuden, sowie Umnutzungen leerstehender Flächen, können die lokale Anwohnerdichte erhöhen und auch so die innerhalb kurzer Distanzen bereits bestehenden innerstädtischen Versorgungs- und Dienstleistungsstrukturen fördern.

Den statistisch bereits nachweisbaren Konzentrationsprozessen (siehe II.1.2.10. bzgl. Haushaltsgrößen, Altersstruktur) sollte durch eine Erweiterung des Angebots an unterschiedlichen Wohntypologien, als Mittel zur Zielgruppenerweiterung, entgegengewirkt werden. Einerseits geht es um die Verwirklichung der gesellschaftlich motivierten Zielsetzung, eine Teilhabe aller Bevölkerungsgruppen am öffentlichen Leben (dessen maßgeblicher Kristallisationspunkt im öffentlichen Raum der Stadtzentren liegt) zu ermöglichen. Andererseits geht es um Diversität als Qualität einer Gesellschaft, die ein aktives öffentliches Leben erst erzeugt.

In diesem Sinn gilt es, attraktive Angebote für bisher unterrepräsentierten Nutzergruppen zu schaffen. Unter anderem sind dies größere Wohneinheiten mit nutzbaren, halböffentlichen oder privaten Außenbereichen für Familien, barrierefreie Wohneinheiten für betreutes und betreubares Wohnen für SeniorInnen, oder Entwicklungsmöglichkeiten für "neue" Wohnformen in Form von Baugruppen. Wohnlösungen, die eine Kombination aus Wohnen und Arbeiten unter einem Dach oder innerhalb kurzer Distanzen anbieten, sind als Leerstandsverwerter der besonders kleinteiligen Erdgeschosszonen denkbar (Einpersonenunternehmen als NutzerInnen).

Es ist wiederum die Mobilisierung und die Unterstützung der ImmobilienbesitzerInnen von zentraler Bedeutung, um überhaupt erst die grundlegenden Voraussetzungen für diese Prozesse zu schaffen. Entscheidend sind diesbezüglich "schlanke" kooperative Genehmigungsverfahren mit einer frühzeitigen Einbindung aller Planungsbeteiligten, sowohl für den Umgang mit historischer Substanz, als auch für Grundstücksübergreifende Planungen.

Eine Möglichkeit, diese Entwicklung von kommunaler Seite zu unterstützen, ist die Sicherung von innerstädtischen Vorbehaltsflächen für Wohnbau durch die Gemeinde, welche dann als "Wohnbaupioniere" im Rahmen von Public-Private-Partnerships entwickelt werden könnten. Beispielhaft sei hier auf die Revitalisierung der Bamberger Burg verwiesen, die denkmalpflegerische Aspekte gelungen mit einer zeitgemäßen Adaptierung als Wohnraum für Familien kombiniert hat. Als sich selbst verstärkender Prozess erhöht die vermehrte Schaffung von Wohnraum im Kerngebiet, die Attraktivität der Innenstadt als Wohnort. Hierbei meint Schaffung von Wohnraum nicht zwangsläufig die Errichtung von Neubauten, sondern vorrangig die Adaptierung und Verwertung von Leerstandsflächen und die maßvolle Nachverdichtung im Bestand.

Nachdem die Innenstädte im Gegensatz zu den monofunktonalen Einfamilienhausgebieten von vergleichsweise hoher Dichte geprägt sind, sind qualitätsvolle, halböffentliche und private Freibereiche oft Mangelware. Der direkte Bezug des Wohnens zu einem "eigenen" Außenraum, ist eines der schwerwiegendsten Beweggründe, ins "Grüne" an den Stadtrand abzuwandern. Um dem zu begegnen, ist eine Requalifizierung der Freiräume und ihres unmittelbar erlebbaren Charakters vonnöten. Hierfür liegt ein großes Potenzial in den Innenhöfen der Altstadt. In vielen Fällen sind diese kleinteilig verbaut und werden vorrangig für das Parken verwendet. Darauf abgestimmt ist auch der bestehende öffentliche (Frei-)Raum zur Attraktivierung der Innenstadt als Wohnquartier einzubeziehen. Hier gilt es durch aktive Planung ein attraktives, abgestimmtes Geflecht von öffentlichen Räumen (die einen je eigenen "Charakter" haben können) herzustellen, die wiederum durch die halböffentlichen oder privaten Bausteine der wohnungeinheitsbezogenen Außenräume ergänzt werden.

Durch die Tendenz zum Rückzug des Einzelhandel ist es denkbar, ausgewählte Teilbereiche zukünftig in autofreie Quartiere mit der Schwerpunktnutzung Wohnen umzugestalten. Hierbei liegt die herausragende Qualität der Fußgängerzone in der Innenstadt in der Natur der Sache: der Kernbereich kann heute bereits als multifunktionale und vor allem "autofreie Siedlung" gelesen werden. Ein gefahrenarmes Wohnumfeld, in dem sich auch Kinder ohne Bedrohung ihres Lebens (durch Verkehr) frei bewegen können, ist für Familien ein wichtiger Standortfaktor. Gerade in der Innenstadt ist dies überwiegend bereits gewährleistet. Das innerstädtische und innenstadtnahe Angebot an Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ermöglicht Kindern eine selbstständige Bewältigung des Schulwegs.

Bei einer vertieften Fokussierung auf ein erweitertes Wohnraumangebot im Kerngebiet ist gegebenenfalls eine Flexibilisierung der Stellplatzverordnung vonnöten, um Wohnbau an diesen Orten überhaupt erst errichten und mit neuen, zeitgemäßen Qualitäten auszustatten zu können. Reduzierte Stellplatzerfordernisse für Wohnbau in Innenstadtlage oder flexible Lösungen mit dezidierten Anwohnerparkplätzen am Rande der Altstadt oder die Einbeziehung von Carsharing-Lösungen sind hier entsprechende Möglichkeiten. Auch bezüglich der potenziellen Umnutzung von Innenhöfen zu wohnraumbezogenen Freiflächen ist insofern ebenfalls eine Diskussion über entfallende Stellplätze zielführend.

III.2.1.3. Kommunale Angebote und Dienstleistungen

Gegenwärtig befinden sich in Villach nach wie vor ein große Anzahl an Behörden innerhalb der Altstadt (Magistrat, Mediathek, Musikschule, BFI, AK, VHS). Eine Bündelung öffentlicher Dienstleistungen, als Zieldestination alltäglicher Wege, trägt ebenfalls zu einer Bereicherung des öffentlichen Lebens durch zentrale Funktionen an dieser Stelle bei und stärkt den Standort Innenstadt. Auf Basis langfristiger Planungen ist es zielführend, einerseits die bestehenden Standorte zu sichern und darüber hinaus möglichst viele Funktionen mit öffentlichem Charakter, welche als Frequenzbringer dienen können und die sich zur Zeit außerhalb des Stadtzentrum befinden, hier anzusiedeln (z.B. Bezirkshauptmannschaft, Finanzamt, Wifi und Wirtschaftskammer, AMS, Vermessungsamt).

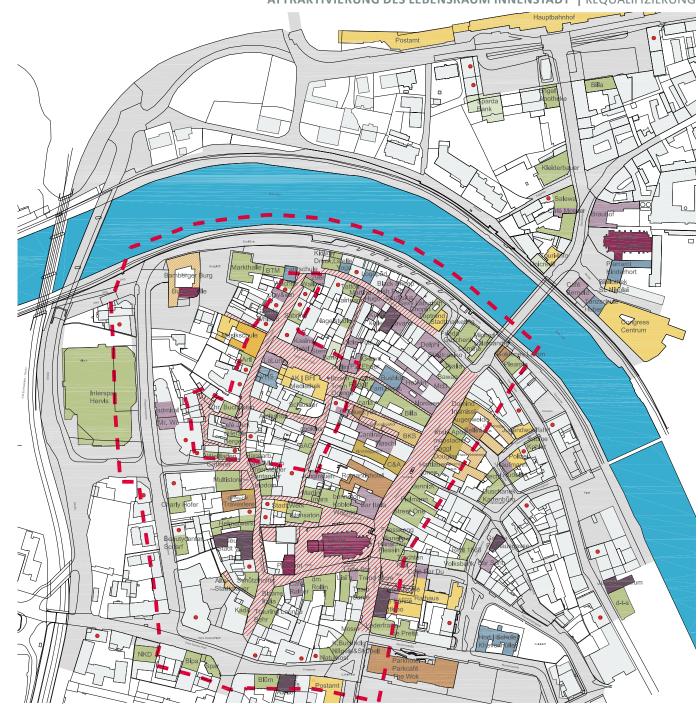
Im Zuge einer Ausweitung des familienbezogenen Angebots an innerstädtischen Wohnraum ist begleitend eine Evaluierung der Kapazitäten an Kinderbetreuungseinrichtungen, Schulen und außerschulischen Einrichtungen im Stadtkern erforderlich. Innenstädte die auch als Orte der Bildung und Ausbildung fungieren, offerieren eine weitere Bezugsebene für das öffentliche Leben. Gerade für Familien ist ein in direkter Nachbarschaft zum Wohnumfeld befindliches Betreuungsangebot ein wesentlicher Anreiz für die Wahl des Wohnortes. Auf diese Weise kann letztendlich auch die bisher unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppe der Kinder und Jugendlichen eher an die Innenstadt gebunden werden.

III.2.1.4. Nutzungsschwerpunkte durch Funktionsbündelung

Eine weitere Option, um einzelne Teilbereiche der Innenstadt aufzuwerten, kann das Herausarbeiten und dezidierte Potenzieren prävalenter Nutzungsschwerpunkte darstellen. Durch Gruppierung gleichartiger Funktionen wird themenspezifisch eine verstärkte Gravitation erzeugt, und auf diese Weise langfristig eine spezifische Standortprofilierung erreicht, die zur einer Aufwertung der unterschiedlichen Gebiete führen kann.

In Villach sind bestimmte "Clusterbildungen" zum heutigen Zeitpunkt bereits ablesbar. Der Hauptplatz und die angrenzende A-Lagen präsentieren sich schwerpunktmäßig als Haupteinkaufslage für tendenziell eher großflächige Geschäfte. Die Lederergasse ist inzwischen als gastronomischer Schwerpunkt etabliert. Als Gebiete, die zumindest temporär Marktcharakter aufweisen, sind der Burgplatz und nunmehr das Areal am Parkhotel. Ob der Biobauernmarkt zu einem späteren Zeitpunkt an den "neuen" Hans-Gasser-Platz zurückkehrt ist offen. Die Widmanngasse und der Kaiser-Josef-Platz verfügt über eine vergleichsweise hohe Anzahl an Kultur- und Bildungsangeboten, ist aber diesbezüglich nicht dezidiert als Standort entwickelt. Der Bahnhof samt Vorplatz fungiert als ÖPNV-Drehscheibe und ist entsprechend auf das Thema Mobilität fokussiert. In Hinblick auf eine anzustrebende Requalifizierung für innerstädtisches Wohnen können zukünftig auch dahingehend Schwerpunktgebiete ausgewiesen werden.

ATTRAKTIVIERUNG DES LEBENSRAUM INNENSTADT | REQUALIFIZIERUNG



Öffentlicher Raum

Gebäude

Fußgängerzone

Einzelhandel

Bank

Bildungseinrichtung

Gastronomie

Kultur

Kirche

Behörde

Historische Gebäude

Leerstand

Abb.83. Verteilung der Nutzungen Im Erdgeschoss Bereich Fußgängerzone Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)



Zitat: Österreichischer Städtebund, Landesgruppe Steiermark, Weißbuch Innenstadt, Graz 2014, S. 33



Abb.84. (v.o.) Jakominiviertel: Intervention im öffentlichen Raum zur Aufwertung und Identifikationsmerkmal für ein ganzes Quartier (Quelle: http://www.jakominiviertel.at / Foto: Jasmin Schuller) Abb.85. Nachfolgendes Bauprojekt als Indikator eines einsetzenden Gentrifizierungsprozesses (Quelle: http://www.jakominiviertel.at)

III.2.1.5. Temporäre Konzepte - was kann abseits des Konsum stattfinden?

Eine nach wie vor weitgehend unterschätzte Möglichkeit sowohl zur Attraktivierung öffentlicher Räume als auch zur Leerstandsverwertung ist die gezielte Ansiedelung von temporären (Zwischen-) Nutzungen. Oftmals, so stellen die Verfasser des Weißbuch Innenstadt fest,

"[...] steht die öffentliche Meinung und das traditionelle Selbstverständnis der StadtbewohnerInnen Bestrebungen entgegen, den Dienstleistungssektor stärker zu forcieren und leerstehende Geschäftslokale alternativ zu bespielen. [...].

Um die EigentümerInnen von der Zweckmäßigkeit der Öffnung ihrer Immobilien auch für alternative Leerstandsnutzungen wie insbesondere auch sogenannten 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. Im Rahmen einer Win-Win-Situation ist der Mehrwert für die Stadt ein Imagegewinn wie auch ein wesentlicher Beitrag zur angestrebten Innenstadtbelebung."

Zur gezielten Steuerung der Implementierung neuer Nutzungen, können geeignete Mietförderungen seitens der Gemeinde oder auch eine befristete Bereitstellung der Leerstandsflächen zum Selbstkostenpreis durch die EigentümerInnen dienen.

Ein gutes Beispiel ist in diesem Zusammenhang das Grazer Pilotprojekt "das Jakominivietel" für ein vormals unterentwickeltes Gebiet am Randbereich der Innenstadt. Über eine Neugestaltung des öffentlichen Straßenbereiches wurden zwei Straßenzüge durch eine visuelle Klammer in Form einer ausdrucksstarken, identitätsstiftenden und nicht zuletzt werbewirksamen Laufbahn zu einem gemeinsamen Bereich zusammengefasst. Innerhalb der dreijährigen Projektlaufzeit konnte durch eine gestaffelte Mietpreisförderung eine Vielzahl neuer Betriebe zur Neuansiedlung in diesem Bereich bewegt werden. Als ergänzende Maßnahmen wurden begleitende Marketingveranstaltungen und AnrainerInnenbeteiligungen gesetzt. In weiterer Folge wurden so letztendlich auch auf Seiten der EigentümerInnen Investitionen ausgelöst, lange hinausgeschobene Haus- und Fassadensanierungen durchgeführt und sogar bauliche Nachverdichtungen angeregt. (http://www.jakominiviertel.at/pilotprojekt/)

III.3. DER INNERSTÄDTISCHE ÖFFENTLICHE RAUM

III.3.1. Öffentlicher Raum als direkte kommunale Intervention

Im Vergleich zu den voranstehenden Maßnahmen des Kapitels III.2 nimmt die qualitätvolle Gestaltung des öffentlich nutzbaren Raumes in mehrfacher Hinsicht eine Sonderrolle im Rahmen einer nach Innen gerichteten Stadtentwicklung ein. Während es sich bei den geschilderten Maßnahmen überwiegend um Prozesse mit mittel- bis langfristigen Zeithorizonten handelt, die zusätzlich aufgrund externer, nicht beeinflussbarer Faktoren oft schwer steuerbar sind, ist für die Gemeinde bei der Neugestaltung öffentlicher Räume, bereits kurzfristig ein großer Handlungsspielraum gegeben: ein direkter Eingriff ist im Grunde jederzeit möglich.

III.3.2. Öffentlicher Raum als "weicher" Standortfaktor

Darüber hinaus kann die Bedeutung eines qualitätvollen öffentlichen Raums als identitätsstiftendes Element und Identifikationsmerkmal einer Stadt gar nicht hoch genug bewertet werde. Seine initiierende Rolle als Baustein von "Flair und Atmosphäre" für Villach wurde bereits unter Punkt II.1. herausgearbeitet. In der zeitgenössische Fachliteratur herrscht heutzutage eine weitreichender Konsens über die Umkehr des seit den 60er Jahren fortschreitenden Suburbanisierungsprozesses hin zu einer "Renaissance der Innenstädte" (vgl. Walter Siebel | Hartmut Häußermann: Neue Urbanität, Frankfurt am Main 1987). Im Zuge dessen wird das Image einer Stadt und damit vorrangig die Qualität der öffentlichen Räume zu einem wesentlichen Standortfaktor.

"Im anhaltenden Konkurrenzkampf der Städte um Einwohner und Unternehmen wird dem öffentlichen Raum eine wichtige Rolle in der Außenwirkung einer Stadt zugesprochen. Im Zuge der Transformation zu einer Dienstleistungsgesellschaft kommt den sogenannten "weichen Standortfaktoren" eine wachsenden Bedeutung zu. Zwar sind die klassischen "harten Standortfaktoren" wie Arbeitskräfteangebot, Absatzmarkt, Verkehrsanbindung, Infrastruktur für die Standortwahl von Unternehmen und Arbeitskräften immer noch bedeutend, doch verlieren sie mit der zunehmenden Standortungebundenheit der Unternehmen, der Tendenz zur ubiquitären Verfügbarkeit dieser Faktoren (zumindest in den Agglomerationsräumen) und den technischen Fortschritten der Informations- und Kommunikationstechnologie an Wichtigkeit. Die Qualität öffentlicher Räume sowie das Image der Stadt, das unter anderem über die öffentlichen Räume transportiert wird, können hier den Unterschied ausmachen. Öffentliche Räume in ihren Vielfältigen Ausprägungen haben sich zu einem wichtigen Argument für das Stadtmarketing entwickelt und auch die Qualität und Attraktivität der Innenstadt hängt maßgeblich von der Qualität ihrer öffentlichen Räume ab."

Zitat: Christa Reicher | Thomas Kemme, Der öffentliche Raum, Berlin 2009, S.22

Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 9)

Zitat: Bernhard Hue, Dokumentation zur Tagung: Der öffentliche Raum, Frankfurt am Main, 1999

III.3.3. Öffentlichkeit als Prinzip der demokratischen Stadtgesellschaft

Überdies ist der öffentliche Raum zentraler Bezugsort, Entfaltungsraum und Bühne für jede freie Gesellschaft. Dementsprechend fällt ihm für das Selbstverständnis ebendieser eine wichtige Rolle zu: Er ist der unbestimmte Raum inmitten der Gesellschaft, der Raum, in dem etwas in Erscheinung tritt, der Ort, an dem sich die Gelegenheiten eröffnen, der Ort, an dem sich die besseren Argumente zeigen und die Tugenden bewähren müssen – seit dem sokratischen Zeitalter liegt darin auch die Idee, dass der öffentliche Raum eine Funktion der Wahrheit (oder wenigstens der Wahrhaftigkeit) und der Erkenntnis ist. Seit der Antike ist der öffentliche Raum in der Stadt mit der Idee der unmittelbaren Begegnung (von freien Menschen), des Austauschs (von Waren und Nachrichten) und des bewegt-bewegenden Durchzugs des Fremden (Verkehr und Transit) verbunden. Hier überlagern sich notwendige Ereignisse (Transport, Arbeit, Markt, Ver- und Entsorgung mit Wasser und Unrat, religiöse Rituale) und optionale (soziale) Aktivitäten des Verweilens, des Spiels, des Gesprächs, der Kontemplation. Die Frequenz an optionalen Aktivitäten im öffentlichen Raum war stets ein wichtiger Indikator für den Reichtum und die Kultur des gesellschaftlichen Lebens. Die Hauptfunktionen (Handel, Begegnung, Verkehr) standen zu allen Zeiten in einem fein ausbalancierten Verhältnis zueinander. Die Diversität auf Basis der sich im "demokratischen" Gleichgewicht befindlichen Funktionen und Nutzergruppen ist ein Initial eines anziehenden und lebendigen Stadtorganismus.

"Eine Stadt bietet Raum für unterschiedlichste Nutzungen wie Wohnen, Arbeiten, Kultur, Freizeit und Verkehr. Hiermit verbunden ist ein klassisches Verständnis von Öffentlichkeit und öffentlichem Raum. [...] Gerade hierfür muss der städtische (öffentliche) Raum durch Offenheit, Verschiedenartigkeit und Überraschungen eine geeignete Bühne bilden. [...] Die hier anzutreffende Vielfältigkeit von Nutzungen und die damit verbundene baulich-räumliche Dichte sorgen dafür, dass Bürger und Besucher der Stadt sich von der Innenstadt angezogen fühlen und sie intensiv nutzen."

Diese Balance ist durch die 'car invasion' (Jan Gehl) seit den 1950er Jahren spürbar gestört worden. Die Dominanz des Autoverkehrs hat zahlreiche Aktivitäten aus dem öffentlichen Raum gedrängt. Geschwindigkeit, Gefährlichkeit und akustische Belästigung haben zur Verarmung des Lebens im öffentlichen Raum geführt. Die Planung des öffentlichen Raums wurde funktionalen Gesichtspunkten des Verkehrs untergeordnet, nicht gestalterischen Qualitäten zur Unterstützung und Stärkung optionaler (sozialer) Aktivitäten im öffentlichen Raum.

"Die Qualität der Stadt als Kultur befindet sich naturgemäß im öffentlichen Raum."

Heute wird der öffentliche Raum wieder vermehrt als Lebensraum begriffen. Es wird klar gesehen, dass nur bewusst herbeigeführte Balance aller Funktionen im öffentlichen Raum den gewünschten Reichtum an Aktivitäten und Handlungsmöglichkeiten eröffnet. Dass dies nicht nur durch Restriktionen und die Trennung von Funktionen geschehen kann, stößt zunehmend auf mehr Verständnis. Die Qualität der neuen Gestaltung im öffentlichen Raum misst sich an ihrer Fähigkeit, das soziale Leben zu unterstützen und zu stärken. Denn der beste öffentliche Raum ist im Kern eine soziale Tatsache, die sich räumlich Ausdruck verschafft. Letztendlich ist "Öffentlichkeit ein Prinzip der demokratischen Stadtgesellschaft" (vgl. Bernhard Schäfers, Ansprüche der demokratisch verfassten Gesellschaft an den öffentlichen Raum, in: Öffentlicher Raum und Stadtgestalt, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Bonn 2003). Im öffentlichen Raum bildet sich diese gelebte Öffentlichkeit ab.

Ein entscheidendes Kriterium hierfür ist seine Multifunktionalität und die uneingeschränkte Zugänglichkeit des öffentlichen Raums für alle Menschen (und Ideen). Dies ist bis heute ein unangefochtener hoher gesellschaftlicher Wert. Eine demokratische Aneignung durch alle Nutzergruppen sollte infolgedessen und insbesondere in Hinblick auf eine langfristige Resilienz, unbedingt ermöglicht und gefördert werden. Folglich hat die Erstellung eines integrativen Leitbilds zur inklusiven Adaptierung des öffentlichen Raums für alle Nutzergruppen, gerade für die oft unterrepräsentierten Gruppen, wie Familien, Senioren, Jugendlichen, aber auch z.B. Arbeitslosen, etc. einen hohen Stellenwert.

In jedem Fall ist die hochwertige Gestaltung des öffentlichen Raums von großer Wichtigkeit:

"Straßen, Wege und Plätze sollten auch künftig die Bezugsräume für die zukünftige Entwicklung der Innenstädte darstellen. Ihre Belebung und ihre attraktive Ausgestaltung mit wechselnden atmosphärischen Qualitäten von Bewegungsflächen, Aufenthaltsbereichen und unterscheidbaren Identitätsräumen sind von zentraler Bedeutung für die Attraktivität der Innenstädte. Der öffentliche Raum verknüpft die Baublöcke und Quartiere mit den benachbarten Lagen. Seine Attraktivität dient dabei entscheidend der Vernetzung zwischen den Einzelbereichen."

Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 9)



Zitat: Netzwerk Innenstadt NRW, Kurs Innenstadt, April 2010, S.15

III.3.4. Neue Entwürfe, neue Strategien, ein neue Planungskultur

Um den öffentlichen Raum neu und bewusst in Szene zu setzen, sind nicht nur neue Entwürfe und Verkehrskonzepte gefordert, sondern auch neue Planungs- und Entscheidungsprozesse. An diesen Prozessen müssen alle beteiligten Akteure von Anfang an mitarbeiten, um mit Unterstützung von ExpertInnen gemeinsame Leitvisionen entwickeln zu können. Die Umsetzung von Projekten im Sinne eines demokratisch geprägten öffentlichen Raumes bedingt daher auch ein modernes Verständnis eines Planungsprozesses: die Integration von Partizipation und der Dialog der Bürger mit der Politik . PolitikerInnen treten nicht auf als jene, die die Probleme für andere lösen, sondern als diejenigen, die andere dazu befähigen, ihre Probleme selbst zu lösen. Wenn wir davon überzeugt sind, dass BürgerInnen, UnternehmerInnen und Interessenverbände fähig sind, aus eigener Kraft Lösungen zu finden, verändert sich dadurch die Rolle der Politik. Es ist ein Grundprinzip dieser Strategie, gesellschaftliche Kraft und vorhandenes Wissen so gut wie möglich zu mobilisieren, um in einem konsequenten und für möglichst viele BürgerInnen offenen Partizipationsprozess einen qualitätvollen Konsens über ein lebendiges Leitbild für den öffentlichen Raum zu erzielen. Er soll zum Ausdruck und zur Bühne des gemeinschaftlich gewünschten Lebens werden.

"Die Lebendigkeit und Entwicklung der Innenstädte und Zentren ist ohne die Stadtgemeinschaft und Bürgerschaft undenkbar. Die Innenstadt als komprimierte Stadtidentität braucht Menschen der Innenstadt und Menschen für die Innenstadt. Integrierte Handlungsansätze für die Zukunft der Innenstadt müssen von dort ausgehen. [...] Die zentrale Herausforderung ist der Wandel vom individuellen Anspruchsdenken zum gemeinsamen Verantwortungsbewusstsein. Ziel aller Anstrengungen im Hinblick auf das bürgerschaftliche Engagement muss daher sein, mehr öffentliches Bewusstsein für urbane Zusammenhänge zu schaffen. Dieses Bewusstsein entsteht und wächst durch klare und offene Angebote zur Mitwirkung, faire Kontroversen, einen vertrauensvollen Umgang miteinander und untereinander, öffentliche Präsentationen und Veranstaltungen, ungewohnte Inszenierungen und die Einbeziehung neuer Partner, denn die Gestaltung des Lebensraumes Innenstadt gehorcht heute anderen Bedingungen als früher."

Zitat: Christa Reicher | Thomas Kemme, Der öffentliche Raum, Berlin 2009, S.16

III.3.5. Aktivierung durch Umfeldaufwertung

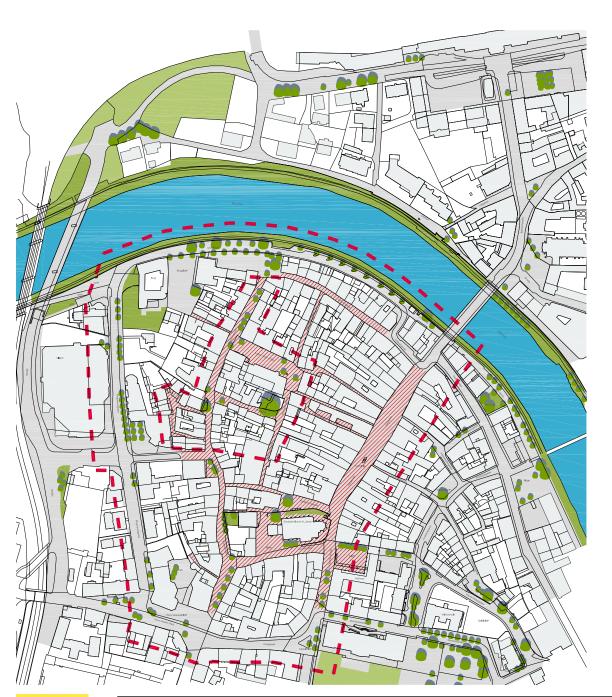
Einen durchaus wesentlichen Beitrag zur Anregung von Entwicklungen in benachteiligten, bzw. von Leerständen betroffenen Lagen, kann nachweislich durch die Requalifizierung des öffentlichen Raums in ebendiesen Bereichen erreicht werden. Der enge Zusammenhang des öffentlichen Außenraums mit den Nutzungen der ihn umgebenden Ensemble ist offensichtlich. Durch die gezielte Erzeugung von Synergien in Form von individuellen, idealerweise auf vorhandenen Tendenzen aufbauenden Schwerpunktsetzungen, im Rahmen von ortsbezogenen Nutzungs- und Gestaltungskonzepten, kann dies zu einer Erhöhung der Standortqualitäten und sogar zur Aktivierung angrenzender Leerstandsobjekte führen. Gerade im Zusammenhang mit der bereits genannten, unmittelbaren Eingriffsmöglichkeit seitens der Gemeinde präsentiert sich die Requalifizierung des öffentlichen Raums als interessantes Instrument zur Steuerung städtebaulicher Prozesse.

"Vernachlässigte oder stark verkehrsbelastete Räume können zur Abwanderung von Nutzungen führen. Die Aufwertung öffentlicher Räume hingegen kann das Gegenteil bewirken, und zur Steigerung von Lagewerten beitragen."

III.3.6. Innerstädtischer Grünraum

In jüngster Zeit ist wortwörtlich ein erneut aufkeimendes Interesse an Gärten und gärtnerischen Tätigkeiten auszumachen. Eine wiedererstarkte Vielzahl an Publikationen, Blogs zur Selbstversorgung und nicht zuletzt das allgegenwärtige "Urban Gardening", sowie eine erkennbare Erhöhung der Nachfrage nach kleinteiligen landwirtschaftlichen Nutzflächen in Form von Gemeinschaftsgärten mit Obstbäumen und Gemüsebeeten, rücken den privaten, bzw. halböffentlichen Garten, sowohl den öffentlichen Raum als nutzbarer Grünraum, neuerdings in den medialen Fokus (siehe z.B. http://www.zeit.de/themen/lebensart/urban-gardening/).

Öffentliche städtische Grünräume und Parks sind seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhundert wichtige Bausteine einer Urbanität. Sie offerieren für die Bewohner und Besucher der Innenstadt ein gestaltetes Natur(nah)erlebnis in kurzer fußläufiger Distanz. Aus ihrer Tradition heraus präsentieren sich Parks als die "gute grüne Stube der Stadt". Dabei ist ihr Nutzungsprofil, aus der Natur der Sache heraus, ein anderes als in den befestigten Bereichen des öffentlichen Raums innerhalb der historischen Baukörperensemble: Man verweilt in der Sonne, macht vielleicht ein Picknick, liest ein Buch, absolviert sein persönliches Fitnessprogramm oder geht einem anderen Grünraumbezogenen Hobby nach. Diese Nutzungen stellen eine komplementäre Angebotsergänzung zu den weiteren Funktionen der Innenstadt und des öffentlichen Raums dar und dienen so als "positive Räume einer öffentlichen Stadtkultur" (vgl. Jürgen Milchert, Neues aus dem Stadtpark, in: Plätze, Parks und Co., Hsg. Klaus Selle, Detmold 2010).



☐ Öffentlicher Raum
☐ Gebäude
☐ Fußgängerzone
☐ Grünraum: Widmung
☐ Grünraum: öffentlich nutzbar

Abb.86. Grünraum ohne private Flächen Bereich Fußgängerzone Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS) Denkbar ist, die eingangs beschrieben, auf individuelle gärtnerische Tätigkeiten abzielenden Entwicklungstendenzen innerhalb der Gesellschaft, auf öffentliche Grünräume zu übertragen, indem Beispielsweise an dieser Stelle entsprechende Nutzflächen zur Verfügung gestellt werden. Dies kann im Rahmen einer Förderung innerstädtischen Wohnbaus ein gutes Argument liefern, dem verbreiteten Wunsch nach dem "eigenen Garten", welcher ein wesentliches Initial des bislang praktizierten Suburbanisierungsprozesses ist, zu begegnen.

Eine prozessorientierte Herangehensweise zur Entwicklung von Grün- und Parkräumen bietet die Möglichkeit über integrative, Generationen- und Milieuübergreifen Maßnahmen, eine Aneignung dieser Räume themenspezifisch zu fördern und darüber hinaus über die Identifikation einer (Teil-)Öffentlichkeit mit diesem Ort eine Belebung zu erreichen. Als Best-Practice-Beispiel sei diesbezüglich das Projekt "Park(T)raum" angeführt, dass im Jahr 2006 im 15. Wiener Gemeindebezirk durchgeführt wurde. Im Zuge des Projektes wurde ein Maßnahmenkatalog für eine ehemals konfliktträchtige öffentliche Grünfläche von ca. 1000m² erarbeitet. In weiterer Folge wurde diese durch gezielte Aktionen bespielt und letztendlich auf diesem Weg nachhaltig die soziale Kohäsion und kulturenübergreifende Integration der NutzerInnen, AnrainerInnen und Prozessbeteiligten gestärkt.

("PARK(T)RAUM - Für ein gutes Miteinander. Handbuch zum Modellprojekt für generationenübergreifende Zusammenarbeit in öffentlichen Räumen", Hsq. Stadtentwicklung Wien - MA 18, Wien 2008)

In Villachs Altstadt sind gegenwärtig, wie bereits unter Punkt II.1.2.6. beschrieben, innerhalb des Fußgängerzonenbereichs der Altstadt, abgesehen vom Uferraum der Drau, keine öffentlichen Grünflächen und nur zu einem sehr geringen Anteil Baumbepflanzungen vorhanden. Angesichts des wiedererstarkten Interesses an Grünraum und vor allem angesichts der empfohlenen Attraktivierung der Innenstadt als Wohngebiet ist hier Handlungsbedarf festzustellen.

Abb.87. Logo und Titel des Projektes Park(T)raum (Quelle: Stadtentwicklung Wien - MA 18)



Handbuch zum Modellprojekt für generationenübergreifende Zusammenarbeit in öffentlichen Räumen



Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 7)

III.4. INNERSTÄDTISCHER EINZELHANDEL

übergeordnete Kriterien, Möglichkeiten, konkrete Maßnahmen

III.4.1. Entwicklung weiterer Einzelhandelsstandorte

Es wurde bereits unter Punkt II.2.5. kurz auf die abschätzbare Folgen des ursprünglich geplanten, aber zu guter Letzt doch nicht umgesetzten Shoppingcenters "Draupassagen" eingegangen. Auch wenn die Errichtung eines innerstädtischen Einkaufscenters in diesem Fall zur Zeit fraglich erscheint, ist es zukünftig nicht unwahrscheinlich, dass erneut potenzielle Investoren mit derartigen Anliegen an die politischen Entscheidungsträger herantreten, da gerade Orte mit überdurchschnittlich hoher Einzelhandelszentralität – und zu diesen ist Villach bekanntlich eindeutig zu zählen – eine große Anziehungskraft auf Center-Betreiber ausüben. Selbst gegebenenfalls rückläufige Einzelhandelsumsätze oder auch ein tendenziell vorhandenes Überangebot an Einzelhandelsflächen, wie auch in Villach vorhanden, werden nicht zwangsläufig als negative Standortfaktoren bewertet.

"Die Umsätze im Einzelhandel stagnieren und die Kaufkraft, insbesondere als Folge der negativen Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung, sinkt. Zudem ist die aktuelle Verkaufsflächenausstattung in Deutschland als Folge einer rasanten Aufwärtsentwicklung bei verschiedenen Betriebsformen in der jüngeren Vergangenheit bereits sehr hoch." Dennoch werden weiterhin große Center errichtet. "Seit Mitte der 90er Jahre wird zudem verstärkt der Standort Innenstadt gesucht, weil [...] die Genehmigungsvorbehalte bei "Grüne-Wiese-Standorten" größer sind und weil zudem auch ein innerstädtischer Centertypus geschaffen wird, der die "natürliche Frequenz" der Innenstadt gerne nutzt. [...] Diese Entwicklung spielt sich vor einem quantitativ gesättigtem Markt ab: [...] in vielen Regionen stagnieren oder sinken Bevölkerungszahlen und Kaufkraft."

Inzwischen existieren eine Vielzahl wissenschaftlicher Studien, die sich mit den Auswirkungen von Shoppingcentern auf die Innenstädte beschäftigen. Heutzutage herrscht ein weitreichender Konsens hinsichtlich der negativen Auswirkungen von großen Centern in Stadtrandlagen auf die zentralen Innenstadtlagen. Folglich sollte auch in Villach zukünftig von der Ausweisung weitere Einzelhandelsstandorte in der suburbanen Peripherie Abstand genommen werden, um den Konkurrenzdruck auf das "Herz der Stadt" nicht noch weiter zu erhöhen. Es ist auch diesbezüglich eine Festschreibung einer zukünftigen Innenentwicklung über die aktuelle Revision des STEK und in den Flächenwidmungsplänen anzustreben. **Zitat** IHK Hannover, Erfolgsfaktoren von Fußgängerzonen, Hannover 2009, S.10

Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 21 Die Industrie- und Handelskammer Hannover kommt in einer 2009 verfassten Studie zur "Erfolgsanalyse von Fußgängerzonen in Grund- und Mittelzentren" zu dem selben Schluss:

"Darüber hinaus muss die Stadt, damit sich die "Grüne Wiese" — vor dem Hintergrund städtebaulich begrenzter Möglichkeiten zur Verbesserung der Erreichbarkeit in Zentrumslage — im Wettbewerb nicht zum Problem des Einzelhandels in der Innenstadt | Fußgängerzone entwickeln kann, zumindest innerhalb ihrer eigenen Grenzen gegensteuern. Dazu gehört, dass zentrenrelevanter Einzelhandel auf der "Grünen Wiese" verlässlich dauerhaft ausgeschlossen wird und bleibt. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung für die Bereitschaft zu Investitionen in die Modernisierung, Erweiterung oder den Neubau von Einzelhandelsprojekten in Fußgängerzonen. Verlässlichkeit bietet: ein verbindliches Zentren- und Märktekonzept zur Entwicklung des Einzelhandels und eine verbindliche Bauleitplanung zum rechtsverbindlichen Ausschluss des zentrenrelevanten Einzelhandels an nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet."

An dieser Stelle sei nochmals deutlich herausgestellt , dass die Nichterrichtung der Draupassagen für den gewachsenen Einzelhandelsbestand, vor allem für die westlichen Lagen, eher positiv zu bewerten ist, da der projektierte Standort, beurteilt auf Basis der vorliegenden Studien, strategisch schlecht gewählt wurde.

"Besonders kritisch zu prüfen sind Center in Randlagen, auch dann, wenn sie über ein direkte Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich verfügen. Sie führen wegen ihrer Größe stets zu Ungleichgewichten in der Struktur der Geschäftslagen. Völlig risikobehaftet für die Entwicklung des Hauptgeschäftsbereichs und deshalb nicht mehr zu realisieren sind abgesetzt vom Hauptgeschäftsbereich liegende Einkaufscenter, da sie bekanntlich zu Umsatzrückgängen und damit zu starken funktionalen Störungen in den Hauptgeschäftsbereichen führen."

Im Folgenden soll die Zusammenstellung einiger Auszüge aus besagten Studien, im Zusammenhang mit neueren Beispielen für eine innerstädtische Center-Architektur, als kurzer kontroversieller Überblick dienen, um derartige Vorhaben zumindest in groben Zügen in einen erweiterten Kontext zu stellen und Anregungen zu geben. Im Rahmen dieser Potenzialanalyse kann es sich leider nur um einen kurzen Seitenexkurs handeln. Für weiterführende Informationen und vertiefende Kriterienkataloge zu diesem Thema verweisen für zur Lektüre auf unsere Literaturliste.

Zitat: Wolfgang Christ et al: Shopping_Center_Stadt – urbane Strategien für eine nachhaltige Entwicklung, Gelsenkirchen|Weimar 2003, S. 130

Zitat: Ulrich Hatzfeld, Malls und Mega-Malls – globale Investitionsstrategien und lokale Verträglichkeit, Dortmund 1998, S. 88

Zitat: Thomas Krüger | Monika Walther, Stadt, Raum und Gesellschaft, Band 24: Shopping Malls, Wiesbaden, August 2007, S. 206

III.4.1.1. Innerstädtische Standorte als Center – Chancen und Risiken

"Nachdem in Europa Center "auf der grünen Wiese" generell nicht mehr genehmigt werden sollen, wird die Integration von Stadt & Center zur städtebaulichen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Herausforderung!"

Wie bereits die in diesem Kapitel voranstehenden Zitate belegen, verlagert sich der Trend aus gegebenem Anlass Investoren-seitig auf die Entwicklung von Centern in innerstädtischen Lagen. Auf der einen Seite besteht durchaus die verführerisch erscheinende Möglichkeit positive Synergien mit dem Bestand zu erzeugen - und dies sowohl baulich, als auch ökonomisch oder sozial:

"Innerstädtische Shoppingcenter sind für viele Städte eine hervorragende Chance, eine urbane und zentrenorientierte Stadtentwicklungspolitik auch ökonomisch zu unterstützen. Dies setzt jedoch voraus, dass sich Städte im Umgang mit dem Potenzial, das große Handelsbetriebe für die Stadtbildung haben, der Begrenztheit dieses Potenzials bewusst sind."

Auf der anderen Seite stellen die positiven Beispiele, wie inzwischen empirisch nachgewiesen wurde, leider die Ausnahme dar. De facto birgt die Errichtung eines innerstädtischen Center, neben allen gegebene Chancen, gleichzeitig auch große Risiken für den bestehenden Stadtorganismus. Tendenziell kommt es in der Mehrzahl eher zu einer Umleitung der Kaufkraftströme zu Gunsten des Centers, als zu einem beiderseitig profitablen Miteinander zwischen Center-Betreibern und gewachsenem Bestand an inhabergeführten Läden:

"Wie gezeigt wurde, sind gegenüber dem Argument, Shopping Center stärken die Innenstädte, da sie die Zentralität erhöhen, empirisch erhebliche Zweifel angebracht. Neben Einzelfällen, wo dies gelang, sind in erheblichen Umfang "Mitnahme-Effekte" von vorhandener Zentralität zu konstatieren, bei denen die Ansiedlung von Shopping Centern erkennbar zu Lasten der vorhandenen innerstädtischen Standorte, Flächen und Sortimente geht, kaum aber zu Lasten der großflächigen Versorgungseinrichtungen am Stadtrand oder im suburbanen Raum."

Zitat: Thomas Krüger | Monika Walther, Stadt, Raum und Gesellschaft, Band 24: Shopping Malls, Wiesbaden, August 2007, S. 196

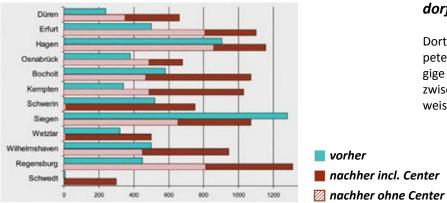


Abb.88. (v.o.) Entwicklung von 1A-Lagen nach Centererrichtung Abb.89.+90. (v.l.n.r.) Lagenentwicklung in Siegen 1997 & 2007 Abb.91.+92. Lagenentwicklung in Schwerin 1997 & 2004 (Quelle: Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern -Arbeitshilfe, Januar 2011, S.9)

Color Moor

Lagen

Rebenlage

Rendlage

Randlage

Darüber hinaus sei

"ein eindeutiger Zusammenhang […] zwischen der Ansiedlung eines ISC und einer deutlich negativen Mietpreis- und Immobilien-Entwicklung in den gewachsenen Citylagen auszumachen. Lediglich in wirklich großen Einkaufsmetropolen wie München, Hamburg, Düsseldorf oder Köln war dieser Zusammenhang nicht nachweisbar."

Dort allerdings, wo durch gelungene Partnerschaften von Projektentwicklern, bedachter Politik und fachkompetenter Verwaltung, unter Einbeziehung der Bevölkerung und unter Begleitung durch wirtschaftlich unabhängige Berater, verträgliche Lösungen gefunden wurden, kam es tatsächlich zu nachweisbaren Synergieeffekten zwischen Center und Hauptgeschäftslage. Einige dieser Best-Practice-Beispiele werden untenstehend, mit Hinweisen auf herausragende Kernkriterien, kurz vorgestellt.

III.4.1.2. Offener Centertypus

Als Beispiel sei an dieser Stelle das Konzept des jüngst eröffneten "City-Outlets in Bad Münstereifel" genannt, welches über eine komplementäre Angebotsergänzung, als Outlet für bisher nicht vertretene Marken, ein Verwerter eines vorhandenen Leerstands von ca. 12.000m² in historischer, überwiegend denkmalgeschützter Bausubstanz ist.

Hierbei handelt es sich um den noch jungen Typus des "offenen Centers", mit einer Gliederung in verschiedene Gebäude, die über den gesamten Altstadtkern verteilt angeordnet wurden. Der dazwischen liegende Raum ist nicht, wie in geschlossenen Centern üblich, privatisiert, sondern ist als öffentlicher Stadtraum für alle Menschen ausnahmslos zugänglich – der öffentliche Raum selbst ist konstitutiver Bestandteil des Centers Es handelt sich hier also ganz eindeutig nicht um einen "One-Stop-Shop", wie ihn die Mehrheit der zeitgenössischen Center darstellt, was eine beiderseitige Befruchtung, sowohl für den Centerbetrieb als auch die gewachsenen Lagen einfacher gestaltet. Eine Umsetzung dieses Typus stellt gegenwärtig eine seltene Ausnahme dar. Welche Auswirkung zukünftig hiervon für den gewachsenen Bestand ausgehen gilt es noch zu überprüfen. Allerdings ist anzunehmen, dass es überwiegend positive Effekte geben wird, da, durch die komplementäre Angebotsstruktur, die Einbeziehung der bestehenden Infrastruktur in Form von Gastronomie und der Altstadt vorgelagerten Parkplätzen, sowie die gelungene Einbeziehung der historischen Bausubstanz, auf eine bewusste Verflechtung mit der gewachsenen Innenstadt abgezielt wird.







Abb.93.+94.+95. (v.l.n.r.) Typologien von Centern: klassisches, langestrecktes und geschlossenes Einkaufszentrum, geschlossenes Einkaufszentrum mit mehreren Berührungspunkten offenes, bzw. teiloffenes Einkaufszentrum

(Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 12)

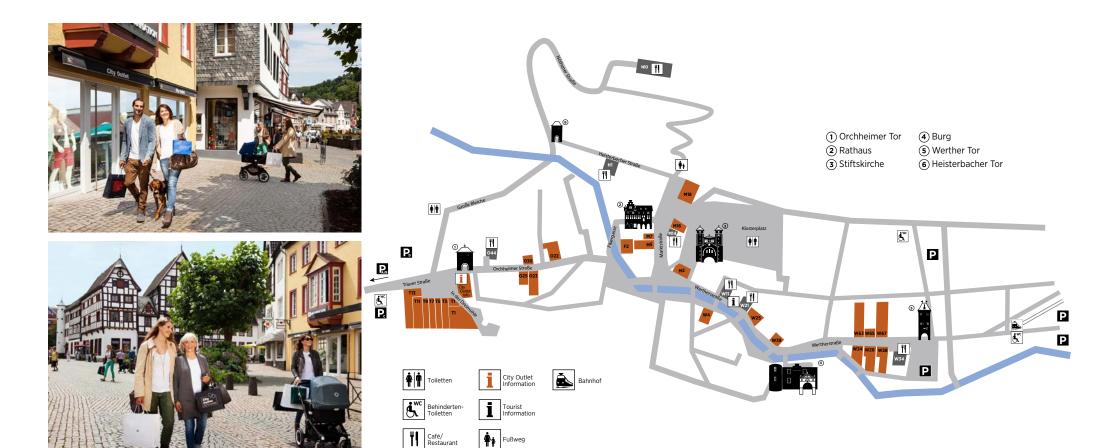


Abb.96.+97. (v.o.) Bad Münstereifel:
Dezentrales Centerkonzept in historischer Bausubstanz
fungiert als innenstädtischer Leerstandsverwerter
Abb.98. Centerplan Cityoutlet Bad Münstereifel
(Quelle: http:||www.cityoutletbadmuenstereifel.com)

Zitat: Martin Putschögl, Frequenzerhebung: Warum ein Center ins Zentrum gehört, in: Der Standard, 13 | 14.09.2014

Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 25

III.4.1.3. Geschlossener Centertypus

Einige weitere gelungene Beispiele, allerdings für den Typus des geschlossenen Center, stellen das "Kaufhaus Tyrol" in Innsbruck, die "Rosenarcade Tulln" und das "Leoben City Shopping" dar. In allen drei Fällen wurde das jeweilige Center am Hauptplatz positioniert, auf strukturelle Wegebeziehungen, bzw. mehrere sinnhafte Berührungspunkte mit der weiteren Umgebung geachtet. Aus architektonischer Sicht wurde jeweils ein respektvoller Umgang mit historischen Bausubstanz gewählt und die städtebauliche Massstäblichkeit gewahrt.

Besonders in Leoben konnte über diese strategisch richtige Positionierung innerhalb der Altstadt eine massive Frequenzerhöhung in den gewachsenen Lagen erreicht werden. Laut dem Standortentwicklungsberater "Cityteam", die Fußgängerfrequenz für 100 österreichische Innenstädte erhebt, konnte seit dem Jahr 2001 bis heute eine Steigerung der wöchentlichen Frequenz von 48.600 auf über 90.000 nachgewiesen werden.

"2013 konnte sich der Hauptplatz der zweitgrößten steirischen Stadt sogar vor den Zentren der wesentlich größeren Städte St. Pölten und Villach positionieren."

Auch bei "richtiger" Lage eines neuen Centers existieren Auswirkungen auf den Stadtraum. Die hohe Attraktivität der ansprechend und meist mit hochwertigen Materialien gestalteten Innenräume der Center kann zu einer gefühlten Abwertung des öffentlichen Raums führen. Unumgänglich erscheint bei der Errichtung eines Centers aus diesem Grund die begleitende Requalifizierung des städtischen Umfelds.

"Nur wenn parallel zum Centerbau auch Attraktivität steigernde Maßnahmen im vorhandenen innerstädtischen Raum durchgeführt werden, kann diesem drohenden Attraktivitätsgefälle in geeigneter Weise begegnet werden."









Abb.99.+100. (oben) Kaufhaus Tyrol in Innsbruck: Respektvoller umgang mit der historischen Nachbarschaft, hochwertige Architektur, städtebauliche Massstäblichkeit (Quelle: http://www.davidchipperfield.co.uk)

Abb.101.+102. Leoben City Shopping richtige Platzierung in der Hauptgeschäftslage, sinnhafte Berührungspunkte mit der Umgebung (Quelle: http://austria-forum.org/)

Zitat: Thomas Krüger | Monika Walther, Stadt, Raum und Gesellschaft, Band 24: Shopping Malls, Wiesbaden, August 2007, S. 205

III.4.1.4. Selbstverwaltetes Innenstadt-Management

Bei einer Requalifizerung einer historischen Altstadt in Hinblick auf das Shopping werden ehrlicherweise, großer Projektentwickler oder Betreiber hin oder her, dieselben Fragestellungen zu beantworten sein, die in erster Linie für die heterogene Innenstadtgemeinschaft aus Kommune, Besitzern, Bewohnern, Besuchern und sonstigen Akteuren virulent sind. Bei einer kooperativen Herangehensweise , eine entsprechende Dynamik bei Politik, Verwaltung und Eigentümerschaft vorausgesetzt, lassen sich auch ohne einen großen Betreiber, durch Flächenrestrukturierungen Anreize für die Ansiedlung komplementärer, publikumswirksamer Magnetstores schaffen und hinausgehend über die Monokausalität eines reinen Einzelhandelsbezuges, der im Rahmen eines Center Development in der Natur der Sache liegt, zusätzliche Gemeinschaftsinteressen mitentwickeln.

"Dass die Innenstadt eines Shopping Centers bedürfe, um für Menschen und leistungsfähige Anbieter überhaupt noch attraktiv zu sein, ist eine inzwischen weit verbreitete Legende, insbesondere unter Kommunalpolitikern."

Richtig ist indes, dass besonders erfolgreiche Angebotsformen des Handels, die als "Marken" die Menschen anziehen, inzwischen deutliche größere Mindestflächen benötigen, als dies noch vor 10 Jahren der Fall war. Wenn es jedoch gelingt, diese "neuen" Magneten punktuell – durch Flächenentwicklungen im bestand ebenso wie durch Baulückenschließungen - in die Innenstädte zu integrieren, können sie in ihrer Summe selbst im Wettbewerb mit peripheren Standtorten sehr gut bestehen, wichtige Impulse für ihre unmittelbare Nachbarschaft geben und und so der Innenstadt mehr Anziehungskraft verleihen.

Expansive Handelsunternehmen sind durchaus zur Belegung auch suboptimal geschnittener und schwieriger zu gestaltender Flächen bereit, wenn sie in einer Stadt, die gute Umsatzchancen bietet, vertreten sein wollen – vorrausgesetzt, die weitaus leichter umsetzbare Lösung wird ihnen nicht "mundgerecht" im neuen Shopping Center angeboten.

Die Strategie einer evolutionären Entwicklung der Innenstädte durch eine schrittweise Umstrukturierung und Ergänzung des Vorhandenen Angebotes kann durch eine Zusammenarbeit zwischen Politik und Verwaltung mit den Grundeigentümern und dem Handel erreicht werden. Die Kommunen unter Nutzung ihrer Instrumente im Bereich der Liegenschaften, der Verkehrsplanung, ihrer Kontakte zu Bauaufsicht und Denkmalschutz bis hin zur Einbindung von Sparkassen, lokalen Akteuren und der Städtebauförderung einen erheblichen Einfluss auf die Struktur und Entwicklung der Innenstädte nehmen."

Zitat: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen. Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Januar 2011, S. 21

Zitat: rockinger, schneider, skorka, Schlussbericht: Quartiersbildung – Aufwertung eines Stadtquartiers im Rahmen des Modellprojektes "lebenfindetinnenstadt", 2006/2007

Abb.103. Logo lebenfindetinnenstadt.de Abb.104.-106. Pläne aus dem Projektablauf (Quelle: http://www.lebenfindetinnenstadt.de)





lebendigen Bestandteil der Innenstadt zu transformieren."

sage fortsetzen."





Ein ganz entscheidender Punkt ist in jedem Fall die Konsolidierung der kleinstrukturierten Verkaufsflächen durch Flächenzusammenlegungen: "Die Umnutzung bestehender Bausubstanz und zum Teil überholter Einzelhandels-

formate ist häufig eine gute Möglichkeit, um nachhaltige Einzelhandelsentwicklungen in der Innenstadt zu

betreiben. Standorte im vorhanden Hauptgeschäftsbereich verdichten vorhandene Zentren und stärken sie. Es

können auch Blockinnenhöfe genutzt werden, um eventuell vorhandene Laufwege miteinander zu verbinden bzw. zu reaktivieren. Als "Kommunikationsachsen" der Stadt könnten sie die typologische Tradition der Pas-

Der entscheidende Vorteil ist offensichtlich: zu jedem Zeitpunkt behalten die handelnden und betroffenen Akteure, die Innenstadtgemeinschaft selbst, ihren Handlungsspielraum, die Entscheidungssouveränität und es kann nicht zuletzt auch ein Nachdenken über die Installation städtischer Funktionen abseits des Konsums stattfinden.

Besonders erwähnenswert erscheint diesbezüglich erneut das vom Österreichischen Städtebund als Best-Practice-Beispiel herausgestellte Projekt zur Quartiersbildung im Rahmen des Modellvorhabens "lebenfindetinnenstadt" für Fürstenfeldbruck nahe München. Ein rückseitig des Marktplatzes gelegenes Gebiet lag dort aufgrund einer ungelösten Erschließungsituation aufgrund festgefahrener Eigentumsverhältnisse brach und konnte bisher nicht entsprechend seines tatsächlichen Potenzials entwickelt werden. Im Zuge eines kooperativen Verfahrens

war es das Ziel, "einen Paradigmenwechsel zu erreichen, die stagnierende Situation aufzubrechen und das

Quartier durch eine städtebauliche Aufwertung und die Entwicklung der brachliegenden Flächen zu einem

gebildete Nachbarschaften



Entwicklung von Projekten aus den Nachbar schaften



Im Zuge eines von zwei Fachleuten moderierten Bürgerbeteilungsprozesses wurden Eigentümer, Bürger, aktive Gruppen (wie das Stadtmarketing, Vereine, die Pfarrgemeinde und andere), die Verwaltung und der Stadtrat und sogar Banken eingebunden. Die initiierten Einzelprojekte auf den unterschiedlichen Grundstücken wurden auf ein gemeinsam definiertes Ziel abgestimmt und die im Planungsgebiet tätigen Architekten frühzeitig bei der Gesamtkonzeption miteinbezogen. Nach Abschluss der zweijährigen Projektphase konnte ein neuer Quartiersplatz geschaffen werden und es befanden sich zuletzt insgesamt 18 Folgeprojekte, bestehend aus kommunalen und privaten Bauaufgaben, auf dem knapp 12ha großen Gebiet in Planung. Bis 2010 wurde die Mehrheit dieser Projekte dann realisiert.

Plan zur Quartiersentwicklung

- neuer Quartiersplatz im Bereich des jetzigen Schulhofes
- 2 Umnutzung eines städtischen Gebäudes zur Volkshochschule mit Mehrgenerationenhaus
- Bau einer Kinderkrippe in das Gebäude des Seniorenwohnheims
- 4 Baufeld Grundschule
- 5 neue altengerechte Wohnungen
- 6 Seniorenwohnheime Bestand
- 7 neue Wohnquartiere mit wichtigen Fußwegeverbindungen
- 8 Sportnutzung
- 9 Aufwertung der Bereiche an der Amper und Bau eines Fußgängersteges
- 10 Bau eines neuen Gemeindehauses der Pfarrgemeinde
- Verbesserung der rückwärtigen Gebäudeseite der Sparkasse
- 12 Sanierung des Straßenraumes
- 13 Aufwertung des Straßenraumes
- 14 neue Fußwege
- 15 neue wichtige Verbindung zwischen Innenstadt und angrenzenden Grünräumen
- 16 Friedhof
- 17 geplante Umgehungsstraße in Einhausung
- 18 Umgestaltung des bestehenden Parks bei Bau der Umgehungsstraße

Abb.107. Übersicht über die umgesetzte Vorhaben (Quelle: http://www.lebenfindetinnenstadt.de)

III.4.2. Stärkung der Konkurrenzfähigkeit des City-Shopping ausgehend vom Status Quo

Hinausgehend über die voranstehenden, übergeordneten Aspekte und Möglichkeiten einer Entwicklung des Einzelhandels anhand der angeführten Best-Practice-Beispiele, kann zunächst, ausgehend von der vorgefundenen gegenwärtigen Situation, über eine Verbesserung des innerstädtischen Angebots eine gesteigerte Attraktivität des City Shopping erreicht werden.

III.4.2.1. Abgleich in Service und Angebot zu den Mitbewerbern

Ausgehend von der gesamten innerstädtischer Verkaufsflächen für "Non-Food" in den Lagen 1A, 1B, 1C von 55.081m² im Jahre 2006, lässt sich das unter all den Mitbewerbern das am Stadtrand befindliche "Atrio" mit seinen 38.700m² Verkaufsfläche, eindeutig als Hauptkonkurrent ausmachen. Somit ist das "Atrio" allein flächenmäßig nur 30% kleiner als das gesamte Shoppingangebot der Altstadt.

Einige strategische Ansätze zur Stärkung der Konkurrenzfähigkeit des City-Shopping wurden bereits im Rahmen der CIMA-Studie formuliert. Durch die verstärkt anzustrebende "Einzelhandelsspezifische Positionierung über eine verstärkte Fachgeschäftedominanz", wird eine Ausrichtung auf eine Komplementarität im Shoppingangebot nahegelegt. Gleichzeitig sollte der, den Altbauten inhärenten, strukturellen Nachteilen, namentlich den "kleinstrukturierten Verkaufsflächen" entgegengewirkt werden, um hier die entsprechenden Branchenmindeststandardgrößen zu ermöglichen. Denkbar sind hier gebäudeübergreifende Zusammenlegungen von Geschäftsflächen über mehrere Erdgeschosszonen, oder sogar auch vertikal, was allerdings eine gewisse Dynamik und Übereinkunft in der Eigentümerschaft und den handelnden politischen Instanzen voraussetzt. Ein weiterer wesentlicher Aspekt der Kundengewinnung ist, dass sich zukünftig Service und Angebot des City-Shopping mit dem "Atrio" als direkten Mitbewerber abgleichen müssen. Sie sollten mindestens gleichwertig sein. Gegenwärtig existiert diesbezüglich noch Verbesserungspotenzial.

Zitat: CIMA-Studie Teil 1, S.83

Zitat: CIMA-Studie Teil 1, S.122

III.4.2.2. Öffnungszeiten

Während das "Atrio" Wochentags von 7:45 – 19:30 Uhr und an Samstagen bis 18 Uhr geöffnet hat, wurden innerhalb der CIMA-Studie 16 verschiedene Wochenöffnungszeiten, sowie 14 Schließzeiten festgestellt und erachtet "zumindest die Einführung von Kernöffnungszeiten für alle Betriebe mit "klassischem" Konsumgüterangebot" in Hinblick auf eine stärkere Kunden-, bzw. Marketingorientierung [als] wünschenswert."

III.4.2.3. Kundeninformation + Service Station

Als zentraler Anlaufpunkt existiert im "Atrio" ein viersprachig besetzter Frontdesk (Deutsch, Italienisch, Slowenisch, Englisch), die aufkommende Fragen von Seiten der Konsumenten beantwortet und hilft, die Sprachbarrieren beim Shopping zu überwinden. Gleichzeitig dient sie als Service-Point, an dem Interessierte gratis Buggys, Maxi Cosis, Trolleys und sogar Rollstühle, Gehilfen, sowie Rollatoren ausgeliehen werden können. Als kleines Willkommensgeschenk erhält man hier einen Gratis-Apfel. Solch ein zentraler Welcome Point ist für "das Haus Innenstadt" nicht vorhanden. Neben dem unkomplizierten Serviceangebot, welches gerade für Familien und Senioren das Shopping in der Altstadt erheblich bequemer und attraktiver machen würde, ist gerade in Anbetracht des sehr heterogenen und kleinteiligen Angebots in der Innenstadt und des großen Anteils an internationalen Kunden eine mehrsprachige Kundeninformation wünschenswert. Auch CIMA hält fest:

"Von Seiten der KonsumentInnen aus dem italienischen bzw. slowenischen Bereich wurde der Mangel an lingualer Kompetenz in den Raum gestellt".

Darüber hinaus lässt sich über eine niedergelassene Anlaufstelle als Marketinginstrument der Auftritt der Marken "City-Shopping" und "LokalHeroes®"weiter stärken und auch weiterführend touristische Destinationen oder städtische Interessen vermarkten.



www.feldkirch.at

FELDKIRCH BARRIEREFREI Ein Führer für Menschen mit Handicap



Abb.108. Broschüre Feldkirch Barrierefrei (Quelle: (http://www.feldkirch.travel/feldkirch-barrierefrei/)

III.4.2.4. Barrierefreiheit

Selbstverständlich ist das Shoppincenter 100% barrierefrei. Dies ist für den Gebäudebestand einer historischen Altstadt nur bedingt möglich. Umso wichtiger ist es, dass Menschen mit Handicap einen Überblick erhalten, wo der Zutritt für sie uneingeschränkt möglich oder zumindest erleichtert ist. Beispielhaft ist hier die Stadt Feldkirch, eine Broschüre herausgegeben hat, in der diese Informationen übersichtlich zusammengetragen sind, um auch dieser Nutzergruppe einen reibungslosen Besuch der Innenstadt zu ermöglichen. So zeigt zur Zeit eine Websuche nach "Villach Barrierefrei" gegenwärtig als besten Treffer die Website http://www.educare.co.at/villach, welche wiederum an exponierter Stelle folgenden Satz herausstellt: "Das Einkaufszentrum Atrio ist barrierefrei und verfügt über sehr schöne Lokale." Eine entsprechende Broschüre als Service des Stadtmarketing oder der Kommune bereitzustellen und dadurch die oft gute Zugänglichkeit der Angebote in der Altstadt zu unterstreichen wäre leicht möglich und marketingtechnisch positiv verwertbar.

III.4.2.5. Kinderbetreuung

Das "Atrio" macht mit "Lollipop", einer 600m² Kindererlebniswelt, das Shopping, wie auf der Website zu lesen ist, zu einem "Vergnügen für die ganze Familie". Eltern können ihre Kinder, ab einem Alter von 3 Jahren bis zwölf Jahren, während des Einkaufens in die Aufsicht durch fachkundige Erzieher abgeben. Die Betreuung erfolgt hier 7-sprachig: Deutsch, Englisch, Italienisch, Französisch, Albanisch, Serbokroatisch und Ungarisch. Darüber hinaus können hier auch Geburtstagspartys für Kinder gebucht werden. Für Familien ist die Kombination einer solchen Betreuungseinrichtung mit der Möglichkeit des Shoppings natürlich äußerst attraktiv und stärkt die Kundenbindung dieser Gruppe enorm. Dementsprechend sinnvoll wäre es ein vergleichbares Angebot in der Altstadt zu schaffen – gerade weil das ergänzende Angebot zum Einkaufen für Familien mit kleinen Kindern in der Innenstadt sehr gering ist.

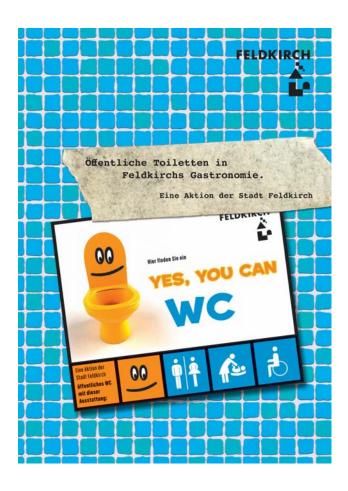


Abb.109. Öffentliche Toiletten in Kooperation zwischen Kommune und Gastronomie (Quelle: http://www.feldkirch.travel/stadtmarketingfeldkirch/serviceleistungen-stf/yes-you-can-wcs/)

III.4.2.6. Öffentliche Sanitäreinrichtungen

Das "Atrio" verfügt über fünf Sanitärgruppen, samt Behinderten-WC's, und Wickelräumen. Zusätzlich bekommen Familien bei Bedarf eine Gratis-Wickelbox zur Verfügung gestellt. Die gesamte Stadt Villach hat vier WC-Anlagen, mit saisonalen und sehr unterschiedlichen Öffnungszeiten, und drei Behinderten-WC's. Im direkten Vergleich besteht hier eindeutig Nachbesserungsbedarf. Dies muss nicht zwangsläufig bedeuten, dass nun eine Vielzahl an neuen Anlagen gebaut werden muss. Erneut sei am Beispiel Feldkirch eine smarte Alternative genannt: Mit ihren "Yes-you-can-WCs", stellen gastronomische Betriebe ihre Sanitäranlagen der Öffentlichkeit zu Verfügung. Diese sind auch im Rahmen des dortigen Cityshopping als öffentliche WC-Anlagen gekennzeichnet. Diese Art von Kooperation zwischen privaten Betreibern und der öffentlichen Hand wäre im Sinne eine Aufwertung des City-Shopping auch für Villach eine Möglichkeit.

III.4.2.7. Gratis W-Lan Hotspots

Im Atrio wird den Kunden Gratis Internet via W-lan bereitgestellt. Für die Altstadt wurde inzwischen ein entsprechendes Angebot eingeführt. Im Zeitalter der Allgegenwärtigkeit von Smartphones zielt diese Aktion weniger auf Einheimische als auf Touristen, die auf diese Weise ihre Datenroaming vermeiden können, bzw. auf (jüngere) Menschen mit reduzierten Datenvolumen. Die Ergänzung durch QR-Codes, die an historischen Sehenswürdigkeiten auf Links zu begleitenden Informationen verweisen, ist als gelungene Marketingaktion für den Tourismus zu bewerten, da sie den natürlichen Vorteil der historischen Altstadt zielführend implementiert..

III.4.2.8. Weitere Angebote

Daneben existieren noch weitere kleinere Angebote. So gibt es Schließfächer, in denen man zwischenzeitlich nicht benötigte Sachen ablegen kann, Hundewarteplätze mit Wasserversorgung, zur kurzfristigen Unterbringung von Vierbeinern, die auch aus der Altstadt bekannten Gratis Regenschirme und sogar eigenes Atrio-Merchandise für die gänzlich gewogenen Kunden. Solche Angebote existieren entsprechend dezentralisiert bereits auch innerhalb der Altstadt.

III.4.2.9. Parken und Anreise

Von Kundenseite wird die Parkplatzsituation als ungemein wichtiger Grund für einen Besuch im Atrio bewertet. Es stehen 2000 überbreite Gratis-Parkplätze (2,70m) zur Verfügung, 740 davon überdacht. Es beinhaltet zwei E-Tankstellen für PKW. Zur Vereinfachung der internen Abläufe wurde ein externes, digitales Parkleitsystem schon im Bereich der Zufahrten installiert. Intern funktioniert die Orientierung über ein Farbleitsystem. Über der Einfahrt prangt ein großer Astrio-Schriftzug als Identifikationsmerkmal und bildet so ein Eintritts-, bzw. Einfahrts-Portal aus. Die vorhandenen Fahrradabstellplätze sind überdacht und ebenfalls mit einer Ladesäule für E-Bikes versehen, wobei der Besuch mit dem Rad eine untergeordnete Rolle spielt. Letztendlich wird auch hinsichtlich Anreise von Seiten des Atrio lediglich auch PKW und ÖPNV verwiesen.

Die Parkplatzsituation in der Innenstadt, sowohl was die vorhandene Stellplatzanzahl, als auch die Länge der Wege vom PKW zu den Läden betrifft ist dem "Atrio" gegenüber gleichwertig und insgesamt als überdurchschnittlich gut zu bewerten. (siehe ausführliche Analyse unter Punkt V.1.2.). Gleichzeitig ist auf anderen Ebenen noch durch die Umsetzung kleiner Maßnahmen große Verbesserungspotenziale vorhanden:

Auf den Groß-Parkplätzen selbst fehlt ein Schriftzug als Identifikationsmerkmal der Altstadt an den Zutrittspunkten für den MIV. Entsprechend einfach ließe sich z.B. über den Einfahrten der verschiedenen Parkplätze Schriftzüge als Willkommensgruß zu platzieren und zu echten Zugangsportalen aufwerten. Sinngemäß: "Servus, Hello, Salut, Srecno, Ciao im Herzen von Villach!". Auf diese Weise wird der Eindruck erweckt, dass man - ähnlich wie im Atrio - mit dem Abstellen des Autos bereits angekommen ist. Bislang ist die vorherrschende subjektive Wahrnehmung davon geprägt, nach dem Parken noch erhebliche Wege zu Fuß zurücklegen zu müssen. Letztendlich sind in der Altstadt die Distanzen vom Parkplatz zum Beginn des Shoppingareals nicht (wesentlich) länger, als die Wege, die auf den Parkplätzen des Atrio bis zum tatsächlichen Eintreten in die Geschäfte anfallen. Letztendlich geht es also weniger um die objektive geometrische Nähe des Parkplatzes zum Geschäft, als mehr um die "gefühlte" Nähe in der Rezipienz der Besucher. Dementsprechend sind Maßnahmen zur Verringerung der subjektiven Distanz von immanenter Wichtigkeit – insbesondere da die Parkplatzsituation entgegen aller Fakten überwiegend als mangelhaft bewertet wird (siehe CIMA).

POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM KAISER-JOSEF-VIERTEL | VILLACH









Abb.110. (v.r.o) Zufahrtsportal Atrio: verringerte subjektive Distanz Abb.111. Hochwertigkeit der Materialien bereits am Parkplatz (Quelle: http://www.zoontjens.at/) Zusätzlich wäre im Bereich der Parkplätze eine Kombination mit dem Brand "City-Shopping | City-Bonus" möglich. Dies erhöht die Präsenz der Marke im Stadtkontext und kann auf diesem Weg auch die Wahrnehmung für nachfolgende Marketingmaßnahmen, wie den "City-Bonus" stärken. Das Gratis-Parken ist für Nutzer dieser Bonus-Punkte gegenwärtig schon Realität. Explizit zu beachten ist, dass es sich hier im Gegensatz zum "Atrio" nicht nur um shopping-bezogene Abstellplätze handelt, sondern auch alle weiteren Funktionen der Innenstadt bedient werden und dahingehend eine niederschwellige Integration dieser Werbemaßnahmen zu präferieren ist.

Eine zusätzliche Verbesserungsmaßnahme zur subjektiven Distanzverringerung der Ankunftssituation würde das Aufstellen einer Orientierungskarte ("You are here!") und eine Integration der Parkplätze in den Zielkatalog eines neuzugestaltenden Fußgängerleitsystems darstellen. Dies gilt sinngemäß für die übrigen Zutrittspunkte in die Altstadt durch ÖPNV (Haltestellen) und Radverkehr (Abstellplätze). Weiterführend ließe sich eine gestalterische Anbindung an die Fußgängerzone auch über eine entsprechende Oberflächengestaltung erreichen. Das Bereitstellen von E-Tankstellen wird zukünftig unumgänglich sein und sollte zumindest an ausgewählten Standorten zeitnah umgesetzt werden.

Radverkehr:

Größere Bedeutung als am Stadtrand fällt innerhalb einer Stadt dem Radverkehr zu. Mit dem zentralen Rad-Butler an den Draubermen wurde hier ein Schritt zur Attraktivierung des Verkehrsmittels Fahrrad gesetzt. Hier handelt es sich um eine bewachte Abstellfläche für Räder mit dazugehörigem Service, wie Luft und sogar Reinigung. Allerdings sind die Öffnungszeiten von 9-18 Uhr kürzer angesetzt als viele Ladenöffnungszeiten in der Altstadt und zusätzlich saisonal begrenzt. Die ersten zwei Stunden sind gratis, die weiteren Kosten mit zwei bis vier Euro sind zwar moderat, insgesamt ist das Angebot aber eher für Besitzer wertvoller Fahrräder interessant. Ergänzend wäre die Aufwertung der vorhandenen dezentralen Fahrradabstellplätze wünschenswert. Gegenwärtig finden sich im Stadtgebiet zwei Druckluftpumpen (Drauterrassen, Moritschstraße). Denkbar wäre ein angegliederter Self-Service mit Schlauchautomat samt Werkzeugkasten und E-Tankstellen für E-Bikes an ausgewählten Stellplätzen.

Abb.112. Farbleitsystem zur komfortablen Orientierung
Abb.113. tatsächliche Nähe des PArkplatzes zum Geschäft nicht geringer
(Quelle: ATP Architekten)

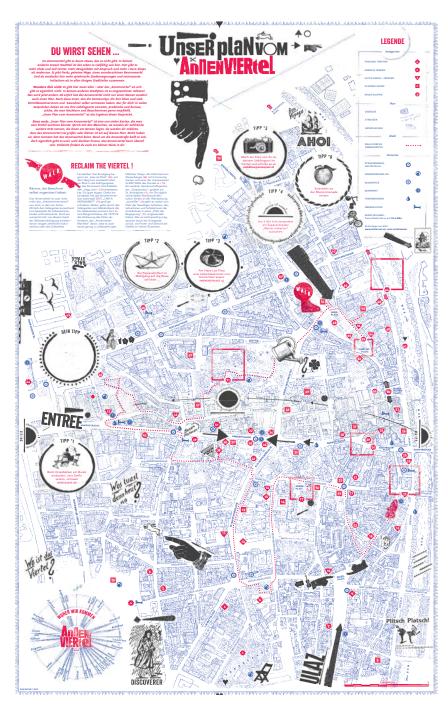
III.5. VERBESSERUNGEN FÜR DIE LESBARKEIT DES VORHANDENEN ANGEBOTS

Begleitende Maßnahmen

III.5.1. Stadtrundgänge und Führungen

Die Vermarktung des historischen und touristischen Potenzials in Form von Führungen und Stadtrundgängen ist ein weiteres Instrument zur Generierung von Besucherfrequenzen für die Innenstadt. Der "Villacher Altstadtspaziergang" stellt in diesem Zusammenhang eine gelungene Umsetzung dar. Er führt die Besucher z.B. auch zu Sehenswürdigkeiten in den weniger präsenten Innenstadtlagen der Widmanngasse. Das Beispiel der 20.000-Einwohner-Stadt Nördlingen (Bayern) lässt vermuten, dass diesbezüglich in Villach noch nicht abgeschöpftes Potenzial existieren könnte. Für Nördlingen werden mehr als 50 thematisch Unterschiedliche Führungen und Spaziergänge angeboten: Stadt- und Erlebnisführungen für Erwachsene, Stadtführungen für Kinder und Jugendliche, Kirchenführungen, Museumsführungen, Kulinarische Führungen und sogenannte Lauschtouren. Das dies auch für Villach möglich sein könnte, zeigt ein studentischer Beitrag, der im Rahmen des seitens des Instituts für Städtebau der TU Wien in Villach abgehaltenen Workshops (3.-13. Juli 2013) zum Thema Stadterneuerung: "The ABC of Villach" (Verfasser: Matejovska, Weber, Schöggl). Hier wurden drei themenspezifische Rundgänge für die Altstadt vorgeschlagen (sports & activities; bar & nightlife, art & culture).





III.5.2. Stadtteilmarketing

Eine zeitgemäße Methode des vertieften Stadtmarketings zur Hervorhebung spezifischer Qualitäten stellt das vermehrt praktizierte Stadtteilmarketing dar. Es handelt sich hierbei meist eine begleitende Maßnahme im Zuge von Requalifizierungsbestrebungen, um eine verstärkte Identifikation mit dem jeweiligen Viertel zu fördern und alternative Lesarten des Raums zu erzeugen. Im Zusammenspiel mit temporären Zwischennutzungen (und gegebenenfalls Fördermodellen) wird so versucht einer Aufwertung der jeweiligen Gebiete durch die Einleitung von Gentrifizierungsprozessen Vorschub zu leisten. Neben dem bereits unter III.2.1.5 genannten Beispiel "das Jakominiviertel" ist als weiteres Beispiel aus Graz das "Annenviertel" hervorzuheben, welches sich verstärkt als Kreativviertel positionieren möchte.

Analog zu dieser Schwerpunktsetzung wurde eine subjektiv geprägte Stadtkarte erstellt, die verweist auf sehr persönliche "Points-of-Interest" und diese zu einem alternativen Stadtrundgang zusammenfasst.

Dieses ehemalige vernachlässigte "Scherbenviertel" wurde langfristig aufgewertet und ist zum heutigen Zeitpunkt wieder ein lebendiger Bestandteil der Innenstadt und ein beliebtes Wohngebiet. Der Erfolg dieser Maßnahmen kann nicht zuletzt durch den gesteigerten Mietpreisspiegel in diesem Gebiet belegt werden. Die Rendite aus Vermietungen für den Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und auch Wohnen wurde deutlich erhöht und die ehemals ansässigen betriebe der Rotlichtbranche sukzessiv verdrängt.

Abb.115. subjektive Stadtteilkartierung im Grazer Annenviertel zur Schaffung von Identifikation (Quelle: http://annenviertel.at/2013/05/unser-planvom-annenviertel-2/)

IV. UNTERSUCHUNGSGEBIET

WIDMANNGASSE, KAISER-JOSEF-PLATZ, LEITEGASSE, PARACELSUSGASSE ERWEITERTES BETRACHTUNGSGEBIET

IV.1. EINBINDUNG INNERHALB DER ALTSTADT
IV.2. SYSTEM DER ÖFFENTLICHEN RÄUME | ERGÄNZENDE BAUSTEINE
IV.3. MASSNAHMEN FÜR DEN ÖFFENTLICHEN RAUM

IV.1. EINBINDUNG INNERHALB DER ALTSTADT

Essentiell für die Beurteilung der Einbindung des Untersuchungsgebietes in das Gesamtsystem Innenstadt ist die Analyse der Wegebeziehungen. Eine richtungsweise getrennte Betrachtung der fußläufigen Wege gibt hierbei Aufschluss, über durchlaufende Achsen, deren Unterbrechungen und letzendlich über die Hierarchisierung innerhalb des bestehenden Wegenetzes. Wegeführungen mit einer Vielzahl an Richtungswechseln, sowie eine sukzessive Reduzierung der Anzahl der Wege in eine Richtung zeugen von abnehmenden Durchlässigkeiten von einem Gebiet an das jeweils angrenzende. Es lässt sich generell ein direkter Zusammenhang mit den Fußgängerfrequenzen in den jeweiligen Arealen herstellen. Nicht zuletzt werden auf diese Weise fehlende Verbindungen, als auch Potenziale für neue Verbindungen besonders deutlich ablesbar.

IV.1.1. Wegenetz quer zur Drau

Die dominierende Bewegungsrichtung innerhalb des historischen Kerns ist jene quer zur Drau. Die Analyse der Wegebeziehungen unterstreicht die große Bedeutsamkeit der innerstädtischen Hauptachse vom Bahnhof über den Hauptplatz bis hin zum Stadtpark als ihrem Endpunkt.

Eine zweite durchlaufende Verbindung in Nord-Süd-Richtung über die Drau liefert die Steinwenderstraße. Allerdings liegt diese schon abseits der Altstadt, ist stark verkehrsbelastet und offeriert keine zentrenrelevanten Nutzungen (der Zugang des Interspar orientiert sich zur Ringmauergasse). Entsprechend unattraktiv ist ihre Benutzung für Fußgänger und Radfahrer. Sie hat mehr den Charakter eines notwendigen Übels, um hier den Fluss zu überqueren.

Weiters wird das Potenzial der Widmanngasse über seine Funktion als Marktachse hinaus erkennbar. Sie findet ihre Fortführung in der Italienerstraße, jener Straße außerhalb der Altstadt, in der ein guter Geschäftsbesatz vorhanden ist.

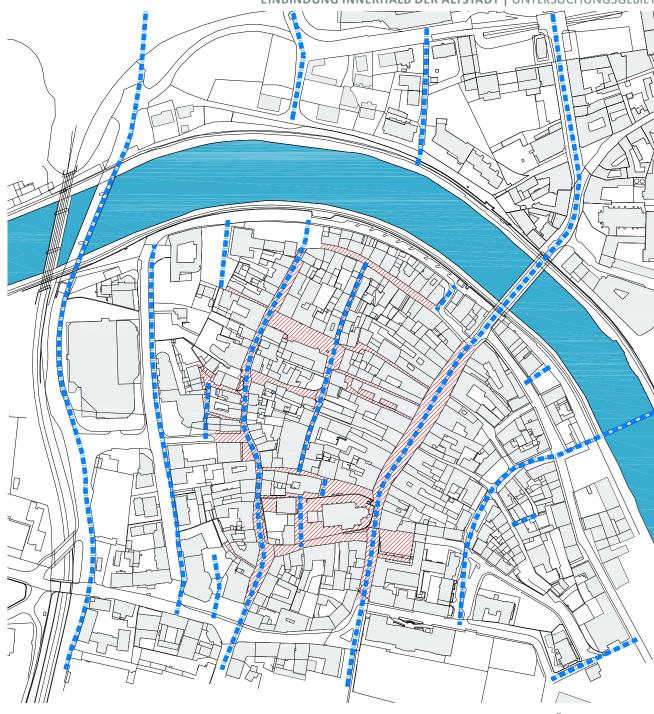


Abb.116. Wegenetz quer zur Drau (Quelle: AAPS)

IV.1.2. Wegenetz parallel zur Drau

Zunächst ist für das Gebiet im Bereich Widmanngasse die Anbindung an die Hauptgeschäftslage des Hauptplatzes von Relevanz. Die einzigen durchlaufenden Querverbindungen südlich der Drau finden sich entlang der Draulände und über den Hans-Gasser-Platz – Poststraße. Beide Wege passieren den historischen Kern am Rand, teilen die Benutzung mit dem motorisierten Verkehr und sind so tendenziell weniger attraktiv.

In diesem Zusammenhang ist auch der Wert der geplanten Maßnahmen für die Lederergasse und die angrenzenden Plätze klar erkenntlich. Sie verbindet das nördliche Ende des Hauptplatzes mit dem unteren Ende der Widmanngasse direkt und ist klar ablesbar. Eine rasche Umsetzung des Wettbewerbsergebnisses wird empfohlen.

Die Verbindung Burgplatz – Freihausplatz ist prinzipiell vorhanden, gleichzeitig ist dieser Weg durch mehrere Richtungswechsel gekennzeichnet. Die mehrdeutige

Wegeführung in der Anbindung zum Hauptplatz durch die schmalen Gassen, die zusätzlich etwas versteckt liegen und sich teilweise in einem schlechtem Zustand befinden, werden de facto größere (Bewegungs-)Flusswiderstände vom Hauptplatz nach Westen erzeugt als in die entgegengesetzte Richtung. Dabei kommt ihnen große Bedeutung für die Anbindung des Kaiser-Josef-Platzes und die untere | mittlere Widmanngasse zu: sie verbinden die Mitte des Hauptplatzes mit der Mitte der westlichen Altstadt. Über eine Requalifizierung der schmalen Gassen kann die Präsenz dieser Querverbindung gestärkt werden.

Entscheidend ist ebenfalls, dass eine weiterführende Querdurchwegung von der Widmanngasse zur Ringmauergasse über den Appendix der Leitegasse und die Hofeinfahrt unterhalb der Mariensäule angedeutet wird, dennoch aber nicht existiert. Hierdurch manifestiert sich die Widmanngasse als subjektive Grenze und als Endpunkt der Altstadt, da "nichts mehr dahinter zu liegen scheint"

Die zunehmenden Flusswiderstände zeigen sich besonders deutlich anhand der wenigen Einmündungen in die Ringmauergasse. Zentralen Stellenwert hat der Zugang über die Drauparkstraße aufgrund der Magnetfunktion des Interspar und des dort vorhandenen Parkplatzangebotes. Eine Verbesserung der fußläufigen Anbindung ist geeignet, zukünftig mehr Frequenzen für den westlichen Teil der Altstadt zu generieren und ein wichtiges Portal in die Altstadt auszubilden.

Um diese Frequenzen auch für die untere Widmanngasse nutzbar zu machen, ist es essentiell dort Anziehungspunkte im öffentlichen Raum zu schaffen, um der unter II.2.8. beschriebenen Trennung durch mangelnden Geschäftsbesatz entgegenzuwirken. Ohne diese Maßnahmen wird ein potenzieller Besucherstrom weiter den kürzeren und zur Zeit attraktiveren Weg nach Süden über die Weißbriachgasse nehmen.



Abb.117. Wegenetz längs zur Drau (Quelle: AAPS)



IV.1.3. Überlagerung und Schließung offensichtlicher Lücken im Wegenetz

Besonders augenscheinlich ist das herausragende Potenzial der Widmanngasse. Ein Lückenschluss, in Form einer Brücke über die Drau für Fußgänger und Radfahrer bindet den Udo-Jürgens-Platz an die Willroiderstraße und damit an die Bahnbrücke nach Lind an. Auf diese Weise entsteht eine zweite durchgehende Nord-Süd-Achse von großer Bedeutung. Der Rad- und Fußgängerverkehr erfährt hierdurch ein massive strukturelle wie auch qualitative Aufwertung, wird zukünftig also dezidiert durch die Widmanngasse als Teil der Altstadt geführt und kann so zur Belebung beitragen.

Bereinigung des Appendix der westlichen Leitegasse: Eine gesteigerte Durchlässigkeit der Widmanngasse nach Westen, in Verbindung mit einer gestalterischen Aufwertung des dahinter liegenden Areals und der Platzierung eines Attraktors (siehe unten: "Park und Allee", Abb. 124), kann die subjektive Grenze der Altstadt langfristig zur Ringmauergasse verschieben. Diese ist auch baustrukturell und historisch die Grenze der Altstadt.

Abb.118. EInführung einer zweiten Nord-Süd-Achse (Quelle: AAPS)

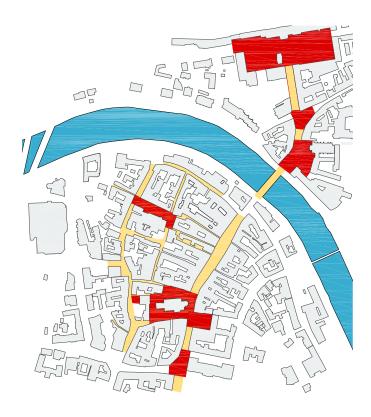
EINBINDUNG INNERHALB DER ALTSTADT | UNTERSUCHUNGSGEBIET





Abb.119.Längsachse durch Öffnung der Leinigengasse, Bereinigung des Appendix Leitegasse (Quelle: AAPS)

Abb.120. Wegenetz gesamt mit Ergänzungen (Quelle: AAPS)



IV.2. SYSTEM DER ÖFFENTLICHEN RÄUME | ERGÄNZENDE BAUSTEINE

Über die reine Wegeverflechtung hinaus ist für den öffentlichen Raum das Zusammenspiel und die Wechselwirkung der Plätze und Straßen als Aufenthalts- und Attraktivitätsräume wichtig.

Wie die Bestandssituation zeigt, existiert eine schwerpunktmäßige Häufung an (jüngst neugestalteten) hochqualitativen Attraktivitätsräumen entlang der Hauptachse. Einzig der Rosengarten und der Kaiser-Josef-Platz liegen als Anziehungspunkte etwas abseits.

Die anvisierte Aufwertung durch die Wettbewerbsergebnisse für die Lederergasse und den Hans-Gasser-Platz sind als fundamentale Maßnahmen zur Verbesserung der Anbindung und Abmilderung des singulären "Gravitationszentrums Hauptplatz" durch Schwerpunktsetzung außerhalb des Hauptbereichs bereits erkenntlich.

Diese Tendenzen aufgreifend und referenziert auf die Erkenntnisse aus der Analyse des Wegenetzes komplettiert sich das öffentliche Raumsystem der Altstadt: innerhalb der Widmanngasse ist eine Requalifizierung der vorhandene Plätze an den geometrischen Knickpunkten, welche die Blickachsen unterbrechen sinnvoll, um der beschriebenen Trennung (der unterschiedlichen Teile der Widmanngasse voneinander) entgegenzuwirken. Die Plätze als Attraktoren an diesen Scheitelpunkten signalisieren eine fortlaufende Wegeführung durch die Schaffung optischer Anreize in Form dezidierter Gestaltung und inhaltlicher Programmierung.

Die Neugestaltung und Ausnutzung des Potenzials des Burgplatzes zur weiteren Aufwertung der Marktfunktion stärkt diesen Standort als einen wichtigen Attraktor und Frequenzbringer am nördlichen Ende der Widmanngasse. Eine entsprechende Einbindung wurde bereits im Wettbewerbsprojekt für die Lederergasse seitens Club L94 skizziert.

Gebäude

Platz Bestand

Platz in Planung

Platz Handlungsbedarf Adaptierung

Fuzo und realisierte Neugestaltungen

Strassenraum in Planung

Strassenraum Handlungsbedarf

Abb.121. Bestandssituation (Quelle: AAPS)

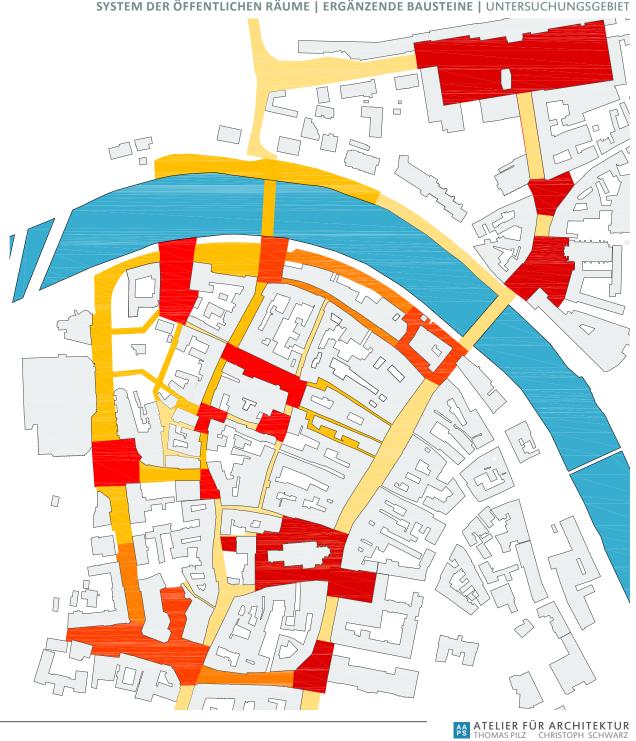


SYSTEM DER ÖFFENTLICHEN RÄUME | ERGÄNZENDE BAUSTEINE | UNTERSUCHUNGSGEBIET



Abb.122. Bestandssituation mit Ergänzungen durch bestehende Planungen (Quelle: AAPS)

Abb.123. Komplettiertes Gesamtsystem für die Altstadt (Quelle: AAPS)



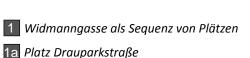
Auf die Wichtigkeit der Ausformulierung der Kreuzung Ringmauergasse | Drauparkstraße als Portal zur Altstadt wurde bereits hingewiesen (Reduktion der "gefühlten Distanz" vom Parkplatz zum "Haus Innenstadt"). In diesem Zusammenhang ist die Ausweitung der im Rahmen des Wettbewerbsergebnisses vorgeschlagenen Begegnungszone in der Einmündung der Ringmauergasse auf den Hans-Gasser-Platz zweckhaft. Eine weitere Verlängerung dieser Begegnungszone bis zum Burgplatz stellt in diesem Kontext einen sinnvollen Lückenschluss des Systems dar und erzeugt die beschriebene Aufwertung in Hinblick auf eine anvisierte Verschiebung der subjektiven Grenze der Altstadt.

Als ergänzende stadtstrukturelle Maßnahme dient die Brücke über die Drau zur Schaffung einer neuen Nord-Süd-Achse. Sie ermöglicht die Schaffung eines touristisch außerordentlich attraktiven Rundweges entlang der nördlichen Draupromenade mit Blick auf die flußgewandte "Schauseite der historischen Altstadt". Zur weiteren Attraktivierung dieses Weges wird eine Neugestaltung im nordseitigen Anknüpfungspunkt der Brücke, dem nach Süden gewandten Draufufer, vorgeschlagen – eine zusätzliche Maßnahme zur Einbindung des Drauufers als innerstädtischen Natur- und Grünraum in direkter Anbindung an die neue Nord-Süd-Achse.

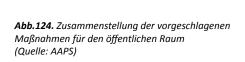
Eine weitere Schaffung von Grünräumen in der Stadt kann nachweislich nur mehr über die Inanspruchnahme von gegenwärtig im Privatbesitz befindlichen Flächen erfolgen. Als langfristige Vision könnte in diesem Zusammenhang die Schaffung eines innerstädtischen Parks, über die entsprechende Ausweisung von Vorbehaltsflächen, dem offenkundlichen Wunsch der Bevölkerung nach mehr Grün in der Altstadt Rechnung tragen. Prädestiniert hierfür ist nach Ansicht der Verfasser der südlich an die Bamberger Burg angrenzende Bereich, der einerseits einen zusätzlichen, nicht-kommerzialisierten Attraktor in der Nähe des Marktareals erzeugen würde, sowie gleichermaßen die Durchlässigkeit der Widmanngasse nach Westen erhöht und die Wegesituation im Appendix der Leitegasse bereinigt.

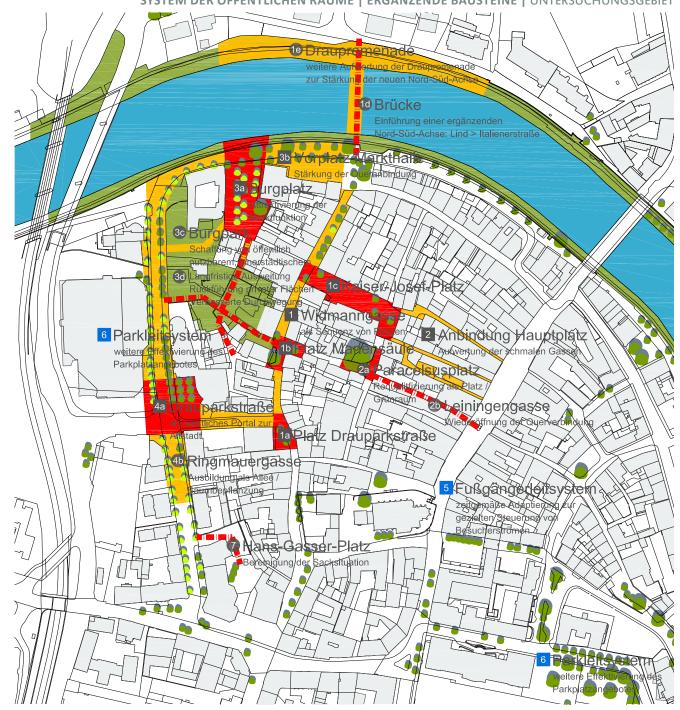
Ein weiterer Ort mit Grünraumpotenzial ist der ebenfalls private Garten am Kreuzungspunkt Leitegasse – Paracelsusgasse. Hier befindet sich der prachtvollste Baum der historischen Altstadt. Durch ein Öffnung des Gartens für die Allgemeinheit und mit einfachen gestalterischen Eingriffen kann, in diesem, im Bestand kaum genützten Raum, ein hochqualitativer Aufenthaltsraum entstehen. Ursprünglich mündete an diesem Punkt die Leiningengasse als weitere schmale Gasse vom Hauptplatz. Typologisch ist diese Gasse nach wie vor ablesbar und stellt in Verbindung mit einem zukünftigen "Burgpark" potenziell die Möglichkeit dar, eine zentrale, durchlaufende Querdurchwegung zu schaffen.

SYSTEM DER ÖFFENTLICHEN RÄUME | ERGÄNZENDE BAUSTEINE | UNTERSUCHUNGSGEBIET



- 1b Marienplatz
- 1c Kaiser-Josef-Platz
- 1d Brücke über die Drau
- 1e Draupromenade
- 2 Anbindung Hauptplatz: Karlgasse, etc.
- 2a Paracelsusgarten
- 2b Öffnung der Leinigengasse
- 3a Burgplatz
- 3b Vorplatz Markthalle
- 3c Burgpark
- 3d Ausweitung Burgpark, Wegeverbindung
- 4a Portal Drauparkstraße
- 4b Ringmauergasse
- 5 Fußgängerleitsystem
- 6 Parkleitsystem
- 7 Hans-Gasser-Platz





IV.3. MASSNAHMEN FÜR DEN ÖFFENTLICHEN RAUM

Gestaltungsoptionen - Maßnahmen der Aufwertung

Zum Abschluss des vorangehenden Kapitels wurden die verschiedenen Orte mit relevantem Handlungsbedarf, bzw. Potenzial zur Requalifizierung des Kaiser-Josef-Viertels auf Basis städtebaulicher Reflexionen definiert. Innerhalb dieses Kapitels werden die aus dem Analyseteil abgeleiteten Imperative auf diese Detailbereiche das Untersuchungsgebiet übertragen und gestalterisch formuliert.

Obgleich die Ursachen für den schlechten Status Quo der Widmanngasse außerst vielschichtig sind und diesen gleichermaßen auf unterschiedlichen Ebenen entgegengewirkt werden muss, um eine langfristige und vor allem nachhaltige Konsolidierung des Standortes Innenstadt zu gewährleisten, ist eine Aufwertung des öffentlichen Raums ein eminent wichtiger Baustein im Konzert der zu setzenden Maßnahmen.

Die prägende Bedeutung des Erscheinungsbilds des öffentlichen Raums und des durch ihn offerierten Nutzungsangebot für das Image einer Stadt und somit auch als weicher Standortfaktor, wurde im Zuge der Analyse wiederholt aufgezeigt: Die unmittelbar wahrgenommene Qualität des öffentlichen Raums beeinflusst das Verhalten vor Ort. Freundliche Stimmungen, Einladungen zum Aufenthalt und eine gut eingefügte Kette von Attraktionen bilden daher keinen marginalen Luxus, sondern sind essentiell für die unmittelbare Belebung des Quartiers.

Wesentlichen ist in diesem Zusammenhang auch die direkte Durchgriffsmöglichkeit von Seiten der öffentlichen Hand. Viele der im folgenden vorgeschlagenen Maßnahmen sind kurzfristig umsetztbar und bieten so eine gute Möglichkeit, die Entwicklungen im Kaiser-Josef-Viertel unmittelbar zu steuern. Andere Szenarien in diesem Kapitel werden wiederum als Visionen im Hinblick auf ein zukünftiges Villach 2030 formuliert, um langfristige Potenziale und Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Es sei herausgestellt, dass die skizzierten Maßnahmen als Grundlage und Anregung für eine weiterführende Diskussion zu verstehen sind. In keinem Fall sind die Vorschläge als sofort umsetzbare 'Top-Down-Projekte' konzipiert. Die Verfasser dieser Studie weisen als Verfechter eines partizipativen Planungsansatzes darauf hin, dass eine nachhaltige Akzeptanz des öffentlichen Raums in erster Linie durch eine proaktive Einbindung der Bevölkerung erreicht werden kann.

Als Leitbild dient dabei die Vision eines lebendigen Quartiers, in dem neben der Fokussierung auf Handelsnutzungen auch andere Aktivitätsmuster berücksichtigt werden wie z.B. eine Stärkung des Quartiers als innerstädtischer Wohnstandort oder die (Zwischen-) Nutzung von EG-Zonen für nicht handelsbezogene Funktionen, die Schaffung von Angeboten für gegenwärtig unterrepäsentierte Nutzergruppen, wie Senioren, Familien, Jugendliche, etc.

IV.3.1. Widmanngasse: Sequenzierung durch Plätze

Charakteristik der Bestandssituation

- ① Der Ort in der Altstadt mit den auffälligsten Störungen in der städtebaulichen Struktur: neuere Baukörper mit massiven Höhenüberschreitungen.
- 2 Die Oberflächen sind stellenweise reparaturbedürftig: "Flickenteppich"
- 3 Leerstandskulmination: Die Widmanngasse ist inzwischen eine überwiegend einzelhandelsfreie Zone
- 4 Fehlende nicht-kommerzialisierte Aufenthaltsmöglichkeiten
- 5 In der Folge entsteht in der Rezipienz ein geringeres Aufenthaltsambiente.
- 6 Häufung von geschlossenen EG-Fassaden an den geometrischen Scheitelpunkten: Ein durchgehender Besatz mit Schaufensterfronten und Handelsnutzungen ist de facto nicht möglich.
- 7 Stark abfallende Qualitäten von Süd nach Nord: Es erfolgt auf diese Weise eine unbewußte, direkte "Umleitung" der Besucherfrequenzen Richtung Hauptplatz.
- 8 Die mangelnde Querdurchwegung und die Andeutungen von Wegen im Appendix Leitegasse, die nirgends hinführen, bewirken, dass sich die Widmanngasse als gefühlte Grenze der Altstadt manifestiert. Es scheint nichts dahinter zu liegen.

Vorhandene Potenziale

- ① Bedeutung als Marktachse: Die Widmanngasse bildet eine durchgehende Nord-Süd-Verbindung vom Udo-Jürgens-Platz über den Hans-Gasser-Platz bis zur Italienerstrasse
- 2 relative Häufung an kulturellen und bildungsbezogenen Angeboten
- 3 sehr gute Parkplatzabdeckung innerhalb sehr kurzer Distanzen
- (4) "Grüne Gasse": Die neuen Baumpflanzungen verbinden die untere und mittlere Widmanngasse mit dem Grünraum der Drau
- ⑤ Die räumlichen Aufweitung der Wegekreuzungen innerhalb der Widmanngasse, im Bereich der Einmündung der Drauparkstraße und der Leitegasse, stellen spannungsreiche Ensembles und Raumkonfigurationen dar.

Empfehlungen zur Requalifizierung

- 1 Umwandlung der Wegekreuzungen zu platzartigen Situationen: In jenen Bereichen, an denen die Straßenachse die Richtung ändert, muss Leben spürbar sein, um Menschen anzuziehen. Dies kann über eine Aufwertung zu Orten mit Aufenthaltsqualitäten geschehen. Die Widmanngasse wird zu einer Sequenz aus attraktiven Plätzen, welche die unterbrochene Sichtachse, als Kette aus visuellen und funktionalen Anreizen verbindet. So wird ebenfalls dem Attraktivitätsgefälle entgegengewirkt.
- 2 Programmierung dieser Plätze mit Nutzungen, die Angebote für gegenwärtig unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen bereitstellen.

- Weitere Stärkung der Widmanngasse als zusätzliche Nord-Süd-Achse durch Errichtung einer Fußgängerbrücke: Es entsteht eine attraktive durchgehenden Verbindung von Lind bis in die Italienerstraße. zusätzlich ermöglicht sie die Schaffung eines touristisch außerordentlich attraktiven Rundweges entlang der nördlichen Draupromenade mit Blick auf die flußzugewandte "Schauseite der historischen Altstadt".
- 4 Zur weiteren Attraktivierung dieses Weges wird eine Neugestaltung im nordseitigen Anknüpfungspunkt der Brücke, dem nach Süden gewandten Draufufer, vorgeschlagen eine zusätzliche Maßnahme zur Einbindung des Drauufers als innerstädtischen Natur- und Grünraum und ein weiterer Baustein and der neuen Achse und in der Sequenz aus qualitätvollen Orten.
- 5 Die Schaffung von attraktiven Ort westlich der Widmanngasse kann eine sukzessive Verschiebung der gefühlten Grenze der Altstadt zur Ringmauergasse bewirken.
- 6 Verbesserung der Querdurchwegung in den angrenzenden Schnittstellen. Abbildung der Querdurchwegungen in den Oberflächen durch entsprechende Bänder innerhalb Pflasterungen.
- Weiterführende Requalifizierung als "Grüne Gasse": zusätzliche

Pflanzungen und temporäre Maßnahmen wie z.B. Urban-Gardening im zusammenspiel mit einer Leerstandsbespielung.

8 Eine Begrünung der hohen Baukörper mindert ihre überbordende Vertikalität durch "neue Horizonte" im Maßstab der historischen Bausubstanz









IV.3.2. Platz Drauparkstrasse | Widmanngasse

Charakteristik der Bestandssituation

1 Dieser kleine Platz an der Einmündung der Drauparkstraße ist durch eine Häufung neuerer Baukörper letztendlich nicht mehr als Teil einer gewachsenen Altstadt lesbar. Die westlichen Baukörper bilden durch ihre Struktur und Größe einen scharfen maßstäblichen Kontrast zu den bestehenden Gebäuden auf der Ostseite der Widmanngasse. Dieser Punkt markiert einen klaren Bruch innerhalb der städtebaulichen Struktur des Untersuchungsgebietes.

2 Die in den anderen Teilen vorhandene changierende Farbgestaltung innerhalb der Gasse weicht einem einheitlichen Grau.

3 Als visueller Abschluss der mittleren Widmanngasse nach Süden tritt die abweisende Seitenfläche des Hauses 30 besonders negativ in Erscheinung: Sie bildet keinen würdigen bzw. aktiv gestalteten Raumabschluss. Dies wird zusätzlich durch die vorhandene Vermüllung negativ verstärkt.

4 Durch die Positionierung des Brunnens wird der Vorbereich der Treppenanlage verstellt, ohne dem Platz eine Mitte zu geben.

5 Das Grün aus der Baumscheibe des alten Bestandsbaumes ergänzt keine hochwertige Grünraumqualität: es entsteht Trennung, nicht Verbindung.

Abb.126.-128. Bestandssituation Widmanngasse Ecke Drauparkstraße (Quelle: AAPS)

Vorhandene Potenziale

① Für BesucherInnen, die aus dem Westen (Parkplatz Interspar) in die Innenstadt kommen, ist dies der erste Platz innerhalb der Altstadt - ein wichtiger Bezugspunkt im System der öffentlichen Räume.

2 Die dreieicksförmige Fläche, die durch den nach Westen zurückversetzten Neubau (ehemals Billa) erzeugt wird, liegt außerhalb des bewegungsraums Widmanngasse und kann dezidiert als Platz inszeniert werden.

Empfehlungen zur Requalifizierung

1 Inszenierung der Südwand als visueller Abschluss durch eine Neugestaltung als Kletterwand. Mittels Beleuchtung wird hier eine feine Stimmung bei Tag und Nacht erzeugt. Es entsteht eine Attraktion, die Wand wird zur Bühne, die den Platz zum Auditorium macht. Durch die Einfügung einer Attraktion für jüngere StadtbewohnerInnen wird der Platz zu einem unaufdringlichen Aktionsraum im Gesamtgefüge der Stadt. Aus einer Nebenfläche wird ein Ziel, das bewusst aufgesucht wird.

2 Durch das Versetzen des Brunnens wird dem kleinen Platz eine freie Mitte gegeben.

3 In Verlängerung der Stiegen wird unter dem bestehenden Baum eine mondäne Sitzfläche errichtet. Der Weg in den Platz wird so frei gespielt.

4 Drauparkstraße: eine Reihe von Fahnen stellt die Verbindung zur neuen Promenade an der Ringmauergasse her. Fahnen reflektieren Wind und Licht und erzeugen eine feierliche Stimmung. Sie sind von Werbung frei gehalten und werden unter künstlerischen Gesichtspunkten als Melodie aus Farbtönen gestaltet.



Abb.129. Perspektive Widmanngasse Ecke Drauparkstraße: Die abweisende Wand wird zur einladenden Kletterfläche Drauparkstraße mit bunter Fahnengestaltung (Quelle: AAPS)







IV.3.3. Marienplatz: Widmanngasse | Leitegasse

Charakteristik der Bestandssituation

- 1 Dominant ist hier das topographisch bedingte starke Gefälle der Widmanngasse.
- 2 Der erweiterte Kreuzungsbereich zur Leitegasse (die sich im Ansatz platzartig weitet) bietet keine Ruhezonen und Aufenthaltsbereiche. Auch der neu gesetzte Baum ist bisher ohne Ergänzung durch Sitzgelegenheiten.
- 3 Die bestehende Gestaltung ist in fahrbahnartige (gepflasterte) Bereiche und Nebenflächen gegliedert und nutzt den zwischen den Gebäuden geometrisch vorhandenen Raum bisher nicht aus.
- 4 Geschlossene EG-Fassaden: Keine Verzahnung von Gebäude und öffentlichem Raum. Diese überwiegend einzelhandelsfreie Zone, trennt den oberen Teil der Widmanngasse vom unteren
- **5** Es gibt keine Attraktion im öffentlichen Raum, die dazu geeignet wäre, ihn zum Ziel zu machen er erscheint als "ungebremster" Transitraum.
- 6 Die Oberflächen und die Bausubstanz sind stellenweise reparaturbedürftig: "Flickenteppich"

Vorhandene Potenziale

- ① Der geweitete Ansatzbereich der Leitegasse kann als kleiner Platz ausformuliert werden.
- 2 Die Mariensäule bildet einen prägnanten Orientierungspunkt im Stadtgefüge aus und kann als Identitätsstiftendes Element genutz werden.

Empfehlungen zur Requalifizierung

- Gestalterische Ausformulierung der Plätze: Sie binden in die Widmanngasse ein und teilen diese so in Sequenzen
 Sitzgelegenheiten entlang der "Schanze" terrassieren die westseitigen Randbereiche der Widmanngasse.
- 3 Die Marienstatue wird besser integriert, "nahbar' (nicht mehr nur durch Distanzgrün abgegrenzt) und kann zum Namensgeber für den neuen "Marienplatz' werden.
- 4 Die Andeutung von einem Platz im Eingangsbereich der Leitegasse wird durch ein öffentlich zugängliches Spiel zum Ziel von Verabredungen, Spielleidenschaft und dem Wunsch, andere Menschen zu beobachten: Ein in den Boden integriertes Schachbrett gibt dem neuen Marienplatz eine gefühlte Mitte für soziale Aktivitäten.
- Sitzgelegenheiten für Zuschauer eingerichtet, ebenso wird die Baumscheibe um den neu gesetzten Baum zur zwanglosen Sitz- und Liegemöglichkeit 'erhöht'. Auch die Widmanngasse wird durch die Implementierung von kleinteiligen Ruhezonen zu einem Teil dieses kleinen Platzes. Zielgruppe können ältere Menschen sein, die sich hier (noch) selbständig im Quartier bewegen und sich (zum Beispiel zum Schachspiel) treffen.

Abb.130.-132. Bestandssituation Widmanngasse Ecke Leitegasse (Quelle: AAPS)



Abb.133. Perspektive Marienplatz Neue Mitte für soziale Aktivitäten (Quelle: AAPS)

IV.3.4. Kaiser-Josef-Platz

Charakter der Bestandssituation

- 1 Der namensgebende Platz des Quartiers hat eine wichtige Funktion für das öffentliche Leben.
- 2 Erweiterung des Spektrums der Lederegasse: Entlang der Südfassaden hat sich eine Konzentration von gastronomischen Nutzungen ausgebildet, die besonders im Sommer das Bild des Platzes prägen und eine intensive Verknüpfung von EG-Zone und Platzbereich herstellen.
- Behelfsmäßgie Begrünung der Gatsgärten und des Eingangs zur AK deuten den Wunsch nach mehr Bepflanzungen an. Die Verwendung von Pflanzgefäßen sichert die Möglichkeit, für Veranstaltungen unterschiedlicher Art eine zusammenhängende Freifläche zu bewahren. Die Grünausstattung des Platzes wurde in den vergangenen Jahren durch das Setzen von Platanen (ostseitig) und eines Ginkobaums (Übergangsbereich zur Widmanngasse) verbessert.
- 4 Die neue Glasfront der AK an der Südseite wirkt abweisend, eine Vernetzung der an sich öffentlichkeitsrelevanten Nutzungen des Gebäudes und des Lebens auf dem Platz findet nicht statt.
- 5 Die wertvolle Fassade Musikschule, bildet auf der westlichen Stirnseite des Platzes einen gestalterisch ansprechenden Abschluss.
- 6 Der strenge Charakter des Platzes steht auch im Zusammenhang mit einer mangelhaften Ausstattung an konsumfreien Aufenthaltsbereichen und vor allem dem großen Mangel an Sitzgelegenheiten.
- 7 Sehr hohe Bauwerke an der Nord-Westecke bewirken eine maßstäbliche Störung der bewegten Trauflinie, die ansonsten mit der Platzgröße korrespondiert.
- 8 Leerstand der ehemaligen Galerie Unart im Einmündungsbereich zur Widmanngasse

Vorhandene Potenziale

- ① Die relative Konzentration an öffentlichkeitsrelevanten Nutzungen (AK, BFI, Mediathek, Musikschule, VHS) in Kombination mit den vorhandenen gastronomischen Nutzungen
- 2 mögliche thematische Ausrichtung als Platz der Bildung und des Lesens.
- (3) Die zusammenhängende Größe des Platzes
- 4 Leerstand als Potenzial für neue Nutzungen an prominenter Stelle neben der Musikschule.
- (5) Fortführen der begonnenen Begrünung





Abb.134.+135. Bestandssituation Kaiser-Josef-Platz (Quelle: AAPS)





Empfehlungen zur Requalifizierung

gen.

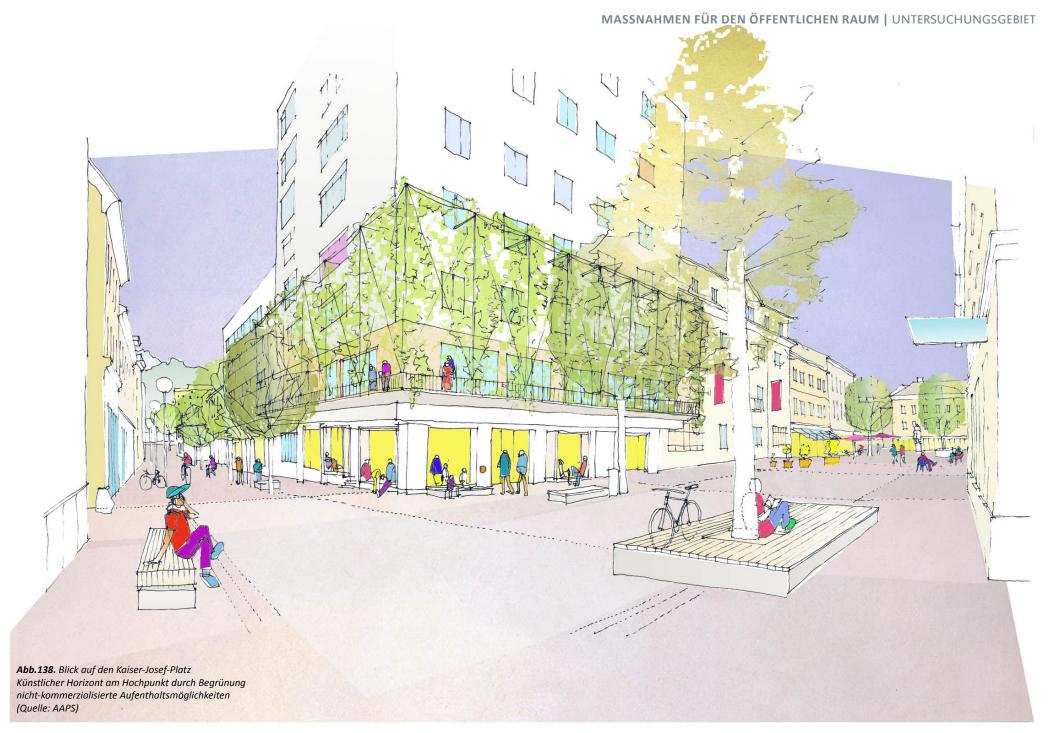
die (teilweise ohnehin bereits erhöhten) Baumscheiben genutzt werden, um zum Sitzen und Verweilen einzuladen.

2 Die Mediathek betritt den Platz – es werden (in Analogie zum Rathausvorplatz) frei bewegliche Sessel in Kombination mit Bücherstelen verwendet: Lesen und schauen am Platz, Neuzugänge, Tauschbörsen alter Bücher, Zeitun-

Ergänzung von Sitzgelegenheiten – generell können

- 3 im Zusammenhang mit der räumlichen Möglichkeit von Veranstaltungen auf dem Platz kann die Ausrichtung Platz der Bildung und des Lesens weiter gestärkt und vertieft werden.
- 4 Leerstandsverwertung: Weitere Aspekte zur Vertiefung dieser Charakteristik könnten durch die Implementierung einer Einrichtung für kurzzeitige Kinderbetreuung entstehen, eventuell im Zusammenhang mit einer weiteren gastronomischen Einrichtung (Beispiel hier Lokal-Kinderfreunde-Symbiose am Tummelplatz in Graz). Die ehemalige Galerie Unart bietet einen günstigen Standpunkt für die Einfügung einer Kinderbetreuungseinrichtung. Durch zusätzliche Sitzgelegenheiten in den vorhandenen Fensternischen entsteht eine verbesserte Kommunikation zwischen Gebäude und öffentlichem Raum.
- Maßstab und Begrünung für den 'Unart-Turm': Durch Betonung und Erweiterung des Gebäudevorsprungs im ersten OG kann in der Vertikalen ein Grünaspekt ergänzt werden, der zugleich eine angenehme, sekundäre Traufkante entstehen lässt und dem Gebäude sinnlichen Reiz und Maßstäblichkeit verleiht. Die Freundlichkeit dieser Geste strahlt zurück auf den Platz und in die Widmanngasse und ergänzt Ruhe und Intimität (ohne andere Bewegungsmöglichkeiten einzuschränken).
- 6 Ergänzungen der vorhandenen temporären Begrünung im Sinne des Urban Gardening.

Abb.136.+137. Best-Practice-Beispiel Kinderbetreung in der Grazer Innenstadt (mit angegliedertem Caféhaus | Bäckerei) (Quelle: AAPS)







IV.3.5. Strukturelle Maßnahmen: Brücke und Aufwertung Draupromenade

Charakter der Bestandssituation

1 Vor allem für Fußgänger und Radler gibt es westlich der Hauptbrücke keine angenehme, zwanglose Verbindung über den Fluss. Daher bildet sich im Nordwesteck der Innenstadt eine Art 'Endstation', an dem fußläufige Wegeverbindungen nicht attraktiv fortgesetzt werden können. Hier existiert eine auffällige Lücke im Wegenetz.

2 Die Drauufer sind westlich der Hauptbrücke bislang unzureichend in die Altstadt eingebunden.

3 Die nordwestliche Draupromenade dient bisher als reiner Bewegungsraum ohne gestaltete Aufenthaltsqualitäten. Von hier ist ein guter Blick auf die "Schauseite der Altstadt" möglich.

Vorhandene Potenziale

- ① Etablierung der Widmanngasse als integraler Bestandteil einer wichtigen strukturellen Nord-Süd-Achse
- 2 Schaffung eines attraktiven touristischen Rundweges entlang der Drau, Anbindung des Bahnhofsviertels
- 3 Nutzbarmachung des Natur- und Grünraums der Drau
- 4 Schaffung weiterer Anziehungspunkte in der Kette aus Attraktivitätsräumen entlang der Widmanngasse

Empfehlungen zur Requalifizierung

1 Einfügen einer Brücke, die am nördlichen Ufer auf zwei Höhenniveaus anbindet. Es entsteht eine Durchlaufende Nord-Süd-Achse von Lind bis in die Italienerstraße.

2 Kultivierte Gestaltung der Nordufer und der Promenade. Die Drau wird auch im westlichen Bereich zum Teil der Innenstadt: Sitzplattformen führen Passanten und Erholungssuchende noch näher an das Wasser. Sitzstufen schaffen eine zwanglose Freizeitlandschaft, die zugleich den Anforderungen verbesserter Radanbindung dient und den potenziellen touristischen Rundweg mit einem weiteren Anziehungspunkt versieht.

3 Ein hochwertiger innerstädtischer Erholungsraum stärkt die Qualitäten des gesamten Quartiers, gerade auch im Hinblick den vorhandenen Wunsch nach mehr Grün und für eine Stärkung diese Quartiers für Wohnnutzungen.

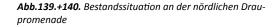


Abb.141. Schauseite der Altstadt (Quelle: AAPS)





Abb.142. Blick von der Draupromenade auf die Nordseite der Altstadt: Schaffung von Aufenthaltsqualitäten |eine neue Fuß- und Radbrücke zur Einbindung der Widmanngasse in eine zweite starke Nord-Süd-Achse (Quelle: AAPS)









IV 3.6. Anbindung an den Hauptplatz: Karlgasse | Rathausgasse | Seilergasse

Charakter der Bestandssituation

① Die Durchgänge bilden die Anbindung für das Kaiser-Josef-Viertel von der Mitte des Hauptplatzes zur Mitte der Widmanngasse

2 Ihre Präsenz zum Hauptplatz ist wenig spürbar.

3 Die engen Gänge zeigen dem Betrachter kein Ziel und haben keinerlei erzählerische Qualität. Man spürt nicht, wohin sie führen und wird auch sonst nicht angelockt, weil die Gestaltung nüchtern, kühl und fast ein wenig vernachlässigt in Erscheinung tritt: blinde Schaufensterfassaden und eine ausgeprägte Rückseitigkeit.

4 Zum Teil stark reperaturbedürftige Bausubstanz

5 Sie erzeugen größere (Bewegungs-)Flusswirderstände vom Hauptplatz nach Westen als umgekehrt.

6 Die im hinteren Teil der Gassen vorhandenen, an sich hochwertigen Höfe werden als private Parkplätze genutzt

Vorhandene Potenziale

① Die Gassen führen durch eine bauhistorisch wertvolle Substanz: Beispielsweise die Arkadenhöfe des Paracelsushofs und des Hirscheggerhofs.

2 Baugeschichtliche Bedeutung

③ Die Karlgasse ist Bestandteil der gegenwärtig einzigen zentralen Bewegungsachse parrallel zur Drau. Über sie ist der Burgplatz mit dem Freihausplatz verbunden

4 Die Enge der Gassen als spannendes Raumerlebnis

(5) Querverbindungen durch die Gebäude verbinden die Gassen zum Teil untereinander

Abb.143.-144. Zustand der Bausubstanz Abb.145. verparkter Arkardenhof Abb.146. geringe Präsenz am Hauptplatz (Quelle: AAPS)



Empfehlungen zur Requalifizierung

- 1 Ausrollen eines Pflasterteppichs, der in den Hauptplatz einbindet, um die Präsenz zu erhöhen.
- 2 Instandsetzung der Bausubstanz
- 3 Eine verfeinerte Gestaltung, lässt die Durchgänge hell, geheimnisvoll und einladend erscheinen. Jeder Passant spürt, dass diese Wege für sich genommen interessant sind und zu einem Ort führen, der aufmerksam gestaltet ist. Sie sind einladend, feierlich und überraschend, nicht finster und unheimlich.
- 4 Implementierung von visuellen Anreizen, Eye Catchern am vom Hauptplatz aus sichtbaren Ende zur Schaffung von Zieldestinationen
- **5** Lichtinszenierungen staffeln farbliche Lichtfelder und lassen sie als Lichtspiel mit wechselnden Lichtfarben ihren Zauber entfalten dieser Weg ist für sich genommen reich an möglichen Erlebnissen und anziehend.
- 6 Eine erneute Aktivierung der teilweise vorhandenen Schaufenster, erzeugt zukünftig mehr erzählerische Qualität.

















Abb.147.-151. Einbindung der schmalen Gassen am Hauptplatz **Abb.152.-156.** Farbreihe: changierendes Beleuchtungskonzept (Quelle: AAPS)

IV.3.7. Paracelsusplatz: Leitegasse | Paracelsusgasse + Öffnung der Leinigengasse

Charakter der Bestandssituation

- 1 Innerhalb der Paracelsusgasse ist die subjektive empfundene "Rückseitigkeit" der Fassaden besonders stark ablesbar: auf der Ostseite der Paracelsusgasse finden sich ausschließlich vergitterte Fenster, gänzlich geschlossene Wände und Einfahrten, bzw. Garagentore.
- 2 Es entsteht eine ambivalente Situation im unangenehmen Spannungsfeld zwischen privatem Hinterhofeingang und öffentlichem Geschäftseingang.
- 3 Charakter eines Durchgangsraumes mit verringertem Aufenthaltsambiente: "Man fühlt sich immer ein wenig fehl am Platz".
- 4 Am Kreuzungspunkt der zwei Gassen weitet sich der Raum zwischen den Baukörpern aufgrund einer privaten Grünfläche. Im Bestand ist es ein durch einen kraftvollen Eisenzaun abgegrenzter Raum, halb Vorplatz, halb Garten. Er wird privat genutzt, als Lagerplatz rund um eine nicht mehr aktive Werkstatt der Raum erscheint wie das Archiv verstrichener künstlerischer Möglichkeiten.
- **5** Eine weitere Störung stellt die Farbgestaltung des angrenzenden Gastronomiebetriebs mit seinen grellen Gelbund Orangetönen dar.

Vorhandene Potenziale

- ① Die große Qualität bietet die bereits vorhandene Grünausstattung hier steht der kraftvollste Baum des gesamten Quartiers.
- (2) Im gesamten Gefüge des Quartiers bietet sich hier die Möglichkeit, einen intensiv bespielten Garten zu etablieren, der eine bisher nicht vorhandene Qualität ergänzt. Der Garten ist bisher nicht Teil des öffentlichen Gutes, erscheint jedoch durch seine weitgehende Einsichtigkeit wichtig als räumlich frei gehaltene Zone mit Grünraumqualitäten.
- 3 Ursprünglich führte die Leinigengasse, die nun am Hauptplatz endet, bis in diesen Bereich. Sie ist bis heute baustrukturell ablesbar.

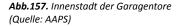






Abb.158. Bestandssituation Paracelsusgarten (Quelle: AAPS)

POTENZIALANALYSE ÖFFENTLICHER RAUM KAISER-JOSEF-VIERTEL | VILLACH





Empfehlungen zur Attraktivierung

① Öffnung des gesamten Gartens, Freistellung des zentralen Baums. Wenn es gelingt, die vorhandene Qualität des Gartens zu bewahren und ihn zugleich öffentlich frei zugänglich zu machen, kann hier Beispielsweise ein bisher im Quartier nicht vorhandener Spielbereich für Kinder entstehen.

② Öffnung der dem Platz zugewenedeten Fassade der AK (die dann zu einer Südfassade in den Park wird).

3 Ergänzung von Bäumen in der Paracelsusgasse, die eine räumliche Gliederung andeuten, ohne Bewegungen zu blockieren.

4 Ergänzen von Spielgeräten, Sitzgelegenheiten – Spielen, Warten und Beobachten im Paracelsusgarten.

Eine erneute Öffnung der Leinigengasse ermöglicht eine direktere Anbindung dieses Bereiches und erzeugt eine durchlaufende Verbindung vom Freihausplatz über den Hauptplatz bis zur Ringmauergasse und so eine verbesserte Durchlässigkeit vom Hauptplatz nach Westen. (Betonung dieser Wegeführung durch Ausrollen eines Pflasterteppichs).

6 Gestaltung der Garagentore im Rahmen eines Künstlerwettbewerbs

abgestimmte Farbgestaltung für den PLatzbereich

Abb.159.+160. Die gegenwärtig geschlossene Leinigengasse (Quelle: AAPS)



Abb.161. Blick auf den 'Paracelsusgarten': Einbindung des prägnanten Baums in den öffentlichen Raum Schaffung von Spielmöglichkeiten und Aufenthaltsqualitäten (Quelle: AAPS)

IV.3.8. Burgplatz | Burgpark | untere Ringmauergasse | Appendix Leitegasse

Charakter der Bestandssituation

- 1 Die nordwestliche Flanke der Innenstadt hat im Augenblick keinen klaren Abschluss; Wegeverbindungen werden unterbrochen oder finden kein Ziel.
- 2 Der nördliche Teil der Ringmauergasse bildet keine klare oder attraktive Kante zu den Grünflächen, die bezugslos um die Burg angeordnet sind.
- 3 mögliche Fußwegverbindungen zur Leitegasse werden durch untergeordnete Gebäude in Hinterhofsituationen (Garagen) unterbrochen.
- 4 Der Burgplatz wird als Parkplatz genutzt und wird so seinen Möglichkeiten nicht gerecht.
- 5 Jener Teil des Wochenmarktes, der im Freien stattfindet, wird an die Draulände abgedrängt, auf die Schattenseite nördlich der Markthalle, welche ebenfalls als Parkplatz dient.
- 6 Obwohl im diesem Bereich viel Grünraum sichtbar ist, kann dieser gegenwärtig nicht genutzt werden.
- Die Ringmauergasse wirkt als reiner Verkehrsraum überdimensioniert und wenig einladend. Subjektiv wähnt sich der Besucher schon weit ausserhalb der Altstadt.
- 8 die bestehende Wegebeziehung vom Burgplatz zum Magnet Interspar ist unattraktiv.

Vorhandene Potenziale

- ① Das Ensemble am Burgplatz hat großes Potenzial zur Herstellung einer stimmungsvollen Platzsituation.
- 2) Mit der Bamberger Burg und der neuen Musikschule finden sich hier asprechende Gebäude
- 3 Das Areal liegt in unmittelbare Nähe zum Naturraum der Drau
- 4 Frischemarkt in der renovierten Markthalle als Attraktor für das ganze Gebiet
- (5) öffentlich ungenutzte Grünflächenreserve bei der Bamberger Burg und südlich davon in Privateingentum

Abb.162. Bestandssituation Marktbereich: Draulände und Burgplatz **Abb.163.** Bestandssituation Burggarten (Quelle: AAPS)





Empfehlungen zur Attraktivierung

1 Neuorganisation des Burgplatzes und der Draulände zur Stärkung der Marktfunktion – auch hier Baumsetzungen, zugleich Entfernen von Distanzgrün im südöstlichen Bereich; Nutzung der zwei Platzfiguren, die durch die leichte Verdrehung im geometrischen Grundraster des Stadtgrundrisses entstehen, um einen baumbestandenen Bereich (zeitweise als Parkplatz genutzt) von einem frei zu haltenden Marktbereich zu trennen.

2 Einbindung der Drau in das Stadtbild, in Anlehnung an die Vorschläge des Wettbewerbsergebnisses Lederergasse

3 Langfristig: Schaffung eines kleinen Parks am Rande der Innenstadt, dem Burgpark, zur Ausweitung des Grünraumangebotes in der Altstadt. Einbeziehung der privaten Grünflächen in ein übergeordnetes Grünraumkonzept und Abbruch der untergeordneten Bauwerke in den Hinterhöfen. Auf diese Weise steckt die Burg nicht mehr nur abstrakt im Rasen, sondern ist in eine kleine Parklandschaft eingebettet.

4 Durchwegung des Burgparks zur Bereinigung des Appendix in der westlichen Leitegasse und Erhöhung der Durchlässigkeiten von der Widmanngasse.

S Konsequente Aufwertung der Ringmauergasse mit Baumsetzungen von der Drau bis zum Hans-Gasser-Platz zu einer durchgehenden Allee und Reduzierung der Fahrbahnquerschnitte im Sinne einer Begegnungszone.

6 Im Kanon der oben aufgeführten Empfehlungen entsteht ein Cluster an unterschiedlichen Attraktoren am nordwestlichen Rand der Altstadt, die zukünftig Besucherfrequenzen generieren können.

6 Die Widmanngasse erfährt durch ein attraktives, 'dahinter liegendes' Gebiet eine Aufwertung. Die gefühlte Grenze der Altstadt verschiebt sich so zukünftig zur Ringmauergasse.



Abb.164. Bestandssituation Ringmauergasse (Quelle: AAPS)

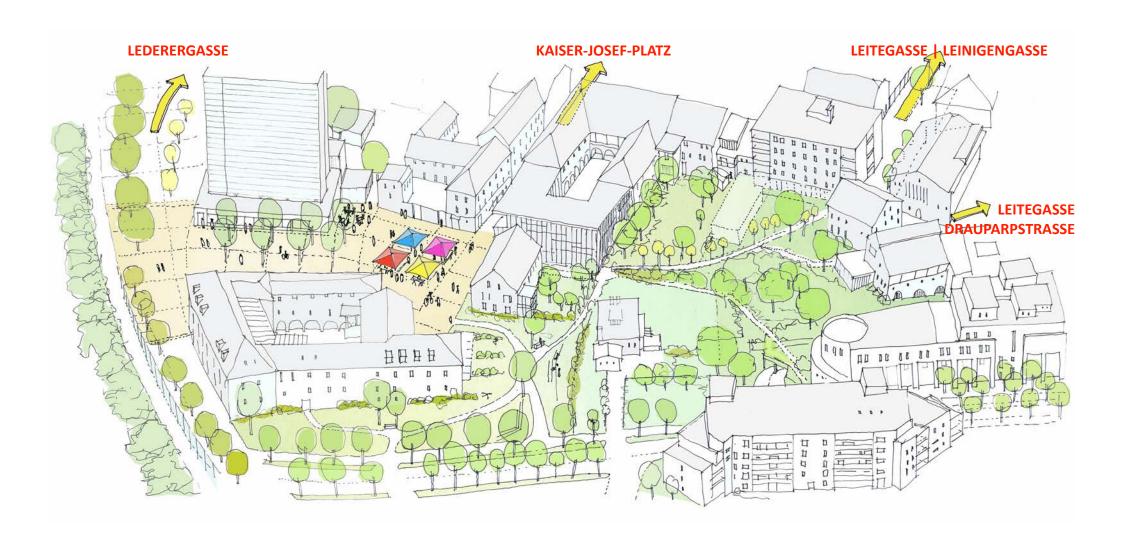


Abb.165. Übersichtsperspektive - Nordwestlicher Abschluss der Altstadt: Requalifizierung Burgplatz, Schaffung eines innerstädtischen Parks, Ringmauergasse als Allee (Quelle: AAPS)









IV.3.9. Portal Drauparkstraße | Requalifizierung der Ringmauergasse

Charakter der Bestandssituation

- 1 Der westliche Ankunftspunkt und Zutrittspunkt in die Innenstadt von dieser Bedeutung ist nichts zu spüren.
- 2 Strukturell stellt die Ringmauergasse den Abschluss des zusammenhängenden Kerns aus historischer Bausubstanz dar.
- 3 Die Kreuzung Ringmauergasse Drauparkstraße ist im Bestand eine überdimensionierte Verkehrsfläche, die vor allem den Anforderungen des MIV folgt. Die Dominanz des MIV erzeugt einen Zustand, in dem vor allem die Ringmauergasse eine starke Trennwirkung für Fußgänger und Radler hat.
- Dieser Zustand schafft eine große gefühlte Distanz zwischen dem Interspar, der mit seinen 357 Parkplätzen maßgeblich für die Stellplatzabdeckung für das Gebiet sorgt, und der Innenstadt jenseits der Ringmauergasse. Auch jene, die hier ihr Auto geparkt haben, haben noch nicht das Gefühl, in der Innenstadt angekommen zu sein. Das "Haus Innenstadt" hat hier kein Portal, sondern baut emotional eine Barriere auf.
- 5 Leerstehende Geschäfte, spärlich genutzte private Parkplatzflächen und unbebaute Grundstücke.
- 6 Aufenthaltsqualität und das typische Villacher Altstadtflair sind an dieser Stelle nicht mehr vorhanden.
- 7 Die Fußgängerzone beginnt erst circa in der Mitte der Drauparkstraße.

Vorhandene Potenziale

- ① Die Kreuzung ist funktionell das westliche Portal in die Altstadt
- 2 Vom Hans-Gasser-Platz nähert sich nach Umsetzung des Wettbewerbsergebnisses zukünftig eine Begegnungszone.
- 3 Platzreserven für Gestaltung innerhalb der Ringmauergasse durch überbreite Straßenquerschnitte
- 4 Bereits angedeutete Platzsituation durch das zurückspringende Halbrondell und den Vorbereich des Interspar.

Abb.166.-168. Bestandssituation Drauparkstraße Ecke Ringmauergasse (Quelle: AAPS)



Abb.169. Bestandssituation Drauparkstraße Ecke Ringmauergasse (Quelle: AAPS)

Empfehlungen zur Attraktivierung

1 Konsequente Reduktion der Verkehrsinfrastruktur – mehr Raum für Fußgänger und Radler im Hinblick auf eine ausgewogene Balance der unterschiedlichen Nutzergruppen. Unterstützung durch die Verordnung einer Begegnungszone (im Zusammenschluss mit dem neu gestalteten Hans-Gasser-Platz). Langfristige Ausweitung bis zum Burgplatz als Lückenschluss im abgestimmten System der öffentlichen Räume.

2 Neues Verhalten wird durch neue Gestaltung bewirkt – Ausbildung einer Allee, die der Straße Schatten und Rhythmus gibt und mit den Bewegungserfordenissen von Fußgängern und Radlern korrspondiert.

3 Verfeinerte Bodenmaterialien ersetzen den Asphalt. Sie sprechen schon hier die Sprache der langsamen und behutsamen Bewegungen.

4 Reduktion aller verkehrstechnischen Elemente wie Verkehrszeichen und Ampeln zugunsten einer klar sprechenden Gestaltungslösung.

Schaffen einer sinnlich wahrnehmbaren Verbindungslinie in die Innenstadt – hier vorgeschlagen als eine Folge von Fahnen, die Licht und Wind spiegeln und eine heitere Farbleiter in die Stadt bilden.

6 Die Ausbildung eines angemessenen Portals in die Innenstadt durchbricht die Trennwirkung der Ringmauergasse – die Kreuzung wird zum Begegnungsraum. Wer den Interspar verlässt, spürt eine Einladung in 'das Haus Innenstadt' und ist bereits angekommen. Die gefühlte Distanz zwischen den hier zahlreich vorhandenen Parkplätzen und dem Leben der Innenstadt verschwindet.

Die Aufwertung dieses Bereichs verschiebt die subjektive Grenze der Altstadt von der Widmanngasse so zukünftig zur Ringmauergasse, stärkt diesen Ort als echten Zutrittspunkt und verbessert auf diese Weise die Anbindung der westlichen Altstadt.



Abb.170. Perspektive Drauparkstraße Ecke Ringmauergasse: Das westliche Portal zum "Haus Innenstadt" (Quelle: AAPS)



V. VERKEHRSORGANISATION

VERKEHRLICHEN ANBINDUNGEN, MÖGLICHE SZENARIEN,
ALTERNATIVE MOBILITÄTSKONZEPTE

V.1. BESTANDSSITUATION – ÜBERGREIFENDE BETRACHTUNG
V.2. PROJEKTGEBIET IM DETAIL - VERKEHRLICHE ANBINDUNG DER WIDMANNGASSE
V.3. SZENARIEN | VARIANTEN DER VERKEHRSORGANISATION IN DER WIDMANNGASSE
V.4. ALTERNATIVE MOBILITÄTSKONZEPTE



Abb.171. Parkleitsystem VIllach Einteilung in vier Quadranten mit der dezidierten Ausweisung des roten Bereichs als Zentrum (Quelle: http://www.villach.at)

V.1. BESTANDSSITUATION – ÜBERGREIFENDE BETRACHTUNG DER ALTSTADT V.1.1. Übergeordnetes Verkehrskonzept

V.1.1.1. Parkleitsystem

Villach verfügt bereits über ein bestehendes Parkleitsystem. Dieses besteht aus einem nach vier Zieldestinationen farblich gegliedertem Wegweisersystem: Hauptbahnhof (grün), Congress LKH (lila), Zentrum (rot), Westbahnhof (orange). Hierüber können die entsprechenden Gebiete direkt angefahren werden. Obwohl es sich sehr übersichtlich gegliedert darstellt und Parkplätze gut auffindbar sind, hat es insbesondere für den westlichen Teil der Altstadt einen entscheidenen Nachteil: Die Zentrumsparkplätze für diesen Bereich sind dem Gebiet Westbahnhof zugeordnet. Ortsunkundige Innenstadtbesucher werden zuallererst der roten Beschilderung ins "Zentrum" folgen., obwohl es sich bei allen vier Zonen dezidiert um das Kerngebiet handelt. Dies ist ein weiterer Standortnachteil für das untersuchte Areal des Kaiser-Josef-Viertels: es ist aus verkehrsleittechnischer Sicht nicht Teil des Zentrums und für (touristische) Besucher unterrepräsentiert. Eine geänderte Namensgebung könnte hier leicht Abhilfe schaffen (zum Beispiel Rot: Zentrum + Hauptplatz; Orange: Zentrum + Marktviertel, Westbahnhof, etc.).

Darüber hinaus ist die Hauptzufahrtsrichtung zur Innenstadt durch die Lage der Autobahnabfahrten im Norden, Osten und Westen bestimmt (Wernberg, Faaker-See | Zentrum, Warmbad, Ossiacher See). Alle diese Abfahrten führen letztendlich auf die Ossiacher Zeile, von der dann das Parkleitsystem innerhalb des Quadranten Zentrum oder CCV verteilt. Der westliche Bereich liegt aus dieser Sicht abseitig. Lediglich Villach-West, führt über die Tiroler Straße potenziell von Westen in die Altstadt. Auf dieser übergeordneten Ebene ist das Parkplatzangebot im Bereich Ringmauergasse und Burgplatz strukturell im Nachteil. Touristen und Gelegenheitsbesucher werden aller Voraussicht nach ihren Weg hierher nicht finden. In diesem Sinne bildet sich das übergeordnete Attraktivitätsgefälle innerhalb des Parkplatzangebots tendenziell als Attraktivitätsgefälle in der Innenstadt ab.

Obgleich es sich hinsichtlich der quantitativen Verteilung des Verkehrs um ein bewährtes und im Grunde funktionierendes Leitsystem handelt, wirkt es im direkten Vergleich zum Parkleitsystem des "Atrio", welches über dynamische digitale Anzeigen schon im Bereich der Zufahrten verfügt, veraltet. Auch hier lässt sich entsprechend Nachrüsten, um mit der innerstädtischen Servicestruktur "gleichzuziehen" und ein zielgerichtetes Ansteuern von freien Parkmöglichkeiten zu erleichtern. Dies verringert einerseits die Verkehrslast durch Parkplatzsuchende und erhöht gleichermaßen die subjektive Benutzerfreundlichkeit des bestehenden Systems.

Abb.172. Parkleitsystem Rosenheim Dynamische Anzeigen: mehr Komfort & weniger Suchverkehr Abb.173. Online Information über freie Parkplätze (Quelle: http://www.rosenheim.de)



Beispielhaft sei hier das Leitsystem der Stadt Rosenheim genannt, die zusätzlich auf ihrer Website in Echtzeit Daten über verfügbare Parkplätze bereitstellt (http:||www.rosenheim.de|stadt-und-buerger|verkehr|parken. html), um eine Vorabinformation für Innenstadtbesucher zu ermöglichen. Gerade in massiven Stoßzeiten, wie zum Beispiel im Rahmen der großen Events, wie z.B. Kirchtag, oder Weihnachtsmarkt kann dies ein gutes Tool sein, um im Vorfeld Verkehrsflüsse zu steuern, oder Besucher zum Umsteigen auf den ÖPNV zu bewegen. Eine weitere zeitgemäße Ergänzung könnte eine Parkraum-App für Smartphones darstellen.



V.1.1.2. BesucherInnenleitsystem

Mittels eines Leitsystems als niederschwelliges Angebot lassen sich Besucher gezielt zu "Points-of-Interest" innerhalb der Innenstadt leiten. Auf diese Weise können auch vormals eher selten besuchte Bereiche verstärkt in den Fokus gerückt werden. Leitsysteme stellen einerseits ein sowohl klassisches, wie effektives Marketinginstrument für touristische Potenziale dar und können darüber hinaus Zieldestinationen für andere Nutzergruppen innerhalb des Stadtkontext abbilden.

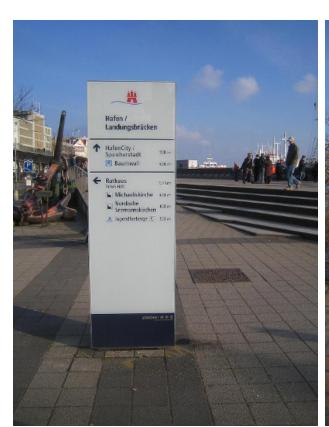
Das gegenwärtige Fußgängerleitsystem, in Form von beschilderten Formrohr-Stelen, mutet von seinem Erscheinungsbild her überaltert an und ist durch die Bestückung mit individualisierten Schildern, die in erster Linie auf einzelne Geschäfte hinweisen, wenig ansprechend und unübersichtlich bis verwirrend. Es ist weiterhin meist an eher versteckten Stellen positioniert, wenig prägnant und die Platzierungsdichte zu gering, so dass eine echte Orientierungsmöglichkeit nicht wirklich gegeben ist. Es fehlt augenscheinlich ein übergeordneter Zielkatalog, der vor allem geschäftsunabhängig, zu interessanten Orten in der Stadt leitet.

Wesentlich ist insbesondere die Einbindung der innerstädtischen Ankunftspunkte in einen zu erstellenden Zielkatalog. Diese variieren mit der Wahl des jeweiligen Verkehrsmittels: Bahnhof, ÖPNV-Haltestellen, Radabstellplätze, fußläufige Quartiersanbindungen und selbstverständlich PKW-Parkplätze.

Denkbar ist ebenfalls die Integration der verschiedener "Erlebnisrundgänge" innerhalb der Altstadt in ein übergeordnetes Gesamtkonzept. Zum Teil sind in diesem Zusammenhang auch bereits Vorschläge vorhanden, wie zum Beispiel der "Villacher Altstadtspaziergang".

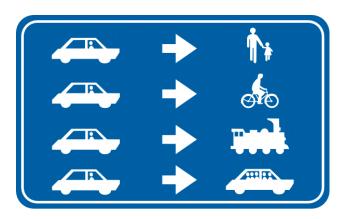
Ein herausragendes Best-Practice-Beispiel für ein zeitgemäßes Fußgängerleitsystem ist in Hamburg zu finden. Es verbindet innenstadtnahe Quartiere mit der City und weist Sehenswürdigkeiten, kulturelle Einrichtungen und die Haltestellen des öffentlichen Verkehrs aus. Auf einem weitläufigen Gebiet ist die Orientierung ohne Stadtplan ohne weiteres möglich. Es besteht aus einem kombinierten System aus Stelen an wichtigen, zentralen Orten und Pfeilwegweisern an insgesamt 290 Orten, welches auf insgesamt 150 Ziele verweist. Entsprechende Symbole verweisen auf nicht barrierefreie Erschließungen und offerieren jeweils eine alternative Wegeführung. Selbstverständlich liegen hier aufgrund der Stadtgröße andere Maßstäbe zugrunde, aber es zeigt, dass auch in einem äußerst komplexen Stadtgebiet mittels eines fundierten Leitsystems, für Ortsunkundige und auch Einwohner, fußläufige Verbindungen durch eine Sicherstellung der Orientierung gestärkt werden können und über die generierten Wegebeziehungen ein touristischer und letztendlich kommerzieller Mehrwert (erhöhte Passantenfrequenzen) erzielt werden kann.

Abb.174.+175. Fußgängerleitsystem Hamburg Stele und Pfahlwegweiser Abb.176. Radwegweiser Hamburg (Quelle: http://www.hamburq.de) Ein zeitgemäßes Leitsystems ist, insbesondere in touristisch geprägten Städten wie Villach ein wichtiges Werkzeug zur Steuerung von Besucherfrequenzen. Eine Überarbeitung des bestehenden Systems wird nachdrücklich empfohlen. Die voranstehenden Ausführungen sollen hierzu als Anregung dienen: Die Herstellung eines qualitativen Leitsystems ist ein aufwendiger Prozess und kann im Rahmen dieser Potenzialanalyse nicht abgedeckt werden.











V.1.1.3. Radverkehr und ÖPNV:

Villach verfügt über ein Radwegenetz von 120 km und liegt an mehreren überregionalen Radwanderwegen, was ein entsprechendes touristisches Potenzial darstellt. Mit dem bereits erwähntem "Radbutler", der in der Nähe der Drauterrassen direkt an diesen Routen liegt, wurde inzwischen ein Service eingeführt, welches ein geeignetes Mittel darstellen, dieses Potenzial besser abzuschöpfen und auf diesem Weg Frequenzen in die Innenstadt umzuleiten. Für die Stadtbewohner selbst liegt der Radbutler als Anlaufpunkt zu dezentral.

Gegenwärtig ist die Fußgängerzone für den Radverkehr gesperrt. Dies ist eindeutig aus den Radroutenplänen ablesbar: Die Innenstadt stellt für den Radverkehr eine ausgeprägte Barriere dar, die umfahren werden muss. Eine Öffnung der Fußgängerzone für den Radverkehr, würde das leicht beheben.

In erster Linie zielt diese Maßnahme aber auf die zukunftsgewandte Beeinflussung des Modal Split in Richtung umweltfreundlicher Verkehrsmittel ab. Die Möglichkeit, mit dem Fahrrad näher zu den Geschäften zu kommen als mit dem Auto, kann die InnenstadtbesucherInnen bewegen, ihre Verkehrsmittelwahl zu überdenken.

Entsprechendes gilt für den ÖPNV. In Hinblick auf einen anzustrebenden Modal Shift ist es zielführend, wenn die innerstädtischen Haltestellen räumlich eine größere Nähe zu den Hauptgeschäftsbereichen aufweisen als die PKW-Parkplätze. Diesbezüglich ist in Villach das ÖPNV-Netz gegenwärtig lediglich als gleichwertig zu bewerten.

Eine Anregung zur stärkeren Nutzung der sanften Verkehrsmittel und des ÖPNV hat verglichen mit der Aufschließung der Innenstadt durch den MIV, abgesehen von allen politischen Zielsetzungen die damit zu verfolgen sind, auch einen strategischen Vorteil: Villach ist allseitig gleichermaßen von Wohngebieten umgeben. Hinsichtlich Radverkehr und ÖPNV wäre zukünftig eine gleichmäßige Verteilung der Zufahrtsrichtungen anzunehmen. Durch eine Änderung des Modal Split kann die strukturelle Benachteiligung der westlichen Innenstadtgebiete in Bezug auf ihre verringerte Erreichbarkeit (s.o.) abgemindert werden.

Abb.177. Modal Shift

(Quelle: http://www.greenpeace.org)



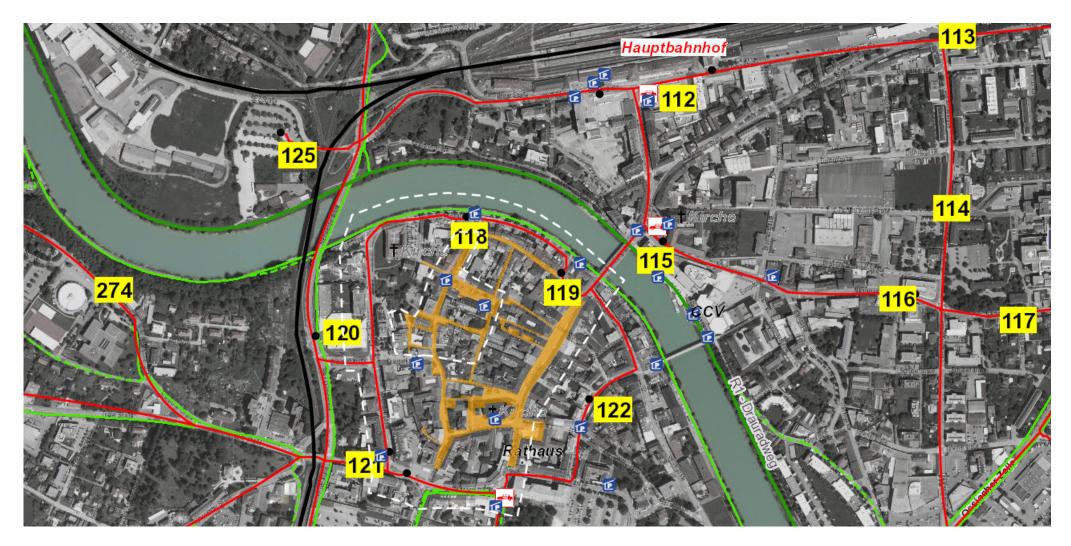


Abb.178. Verkehr: sanfte Mobilität und ÖPNV Datengrundlage http://gis.villach.at/(Quelle: AAPS)

Zitat: IHK Hannover, Erfolgsfaktoren von Fußgängerzonen, Hannover 2009, S.9

Abb. 179.+180. (Quelle: Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie, Gesamtverkehrsplan für Österreich, Wien 2012, S. 22+23)

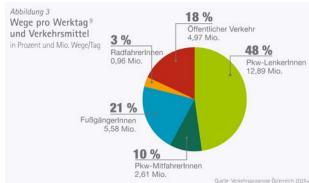
V.1.2. Parkplatzsituation und generierte Wegebeziehungen auf Basis akzeptierter Distanzen

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt gestaltet sich der Modal Split in Österreich derart, dass der MIV seine dominante Rolle mehr und mehr ausbaut. 48% der Bevölkerung benutzen in Österreich den PKW für ihre täglichen Wege. Die regional differenzierte Betrachtung sieht Kärnten, hinter Niederösterreich als Spitzenreiter, auf Platz 2 in der PKW-Benutzung.

Darüber hinaus geht aus einer Untersuchung der Industrie- und Handelskammer Hannover über die "Erfolgsfaktoren von Fußgängerzonen" hervor, dass der Umsatzanteil von Autofahrern an Konsumationsprozessen des Einzelhandels in Deutschland durchschnittlich höher ist, als der von Personen die andere Verkehrsmittel benutzen. Dies dürfte im wesentlichen auf Österreich übertragbar sein: "[...] Hinzu kommt, dass der Einkaufsbetrag von Pkw-Kunden mit 46 Euro (Durchschnitt bundesweit) mehr als 15 % über dem von ÖPNV-Kunden liegt. Im Vergleich zu Kunden die zu Fuß oder mit dem Fahrrad kommen wird von Pkw-Kunden sogar deutlich mehr als doppelt so viel je Einkauf aus-gegeben. So entfallen bundesweit auf die rund 45 % Pkw-Kunden 58 % des Umsatzes."

Es ist somit unstrittig, dass eine gute Erreichbarkeit mit dem PKW im gegenwärtigen Modal Split und somit im Kanon der verschiedenen Erfolgskriterien für den Einzelhandelsstandort Innenstadt einen wichtigen Stellenwert hat. Dies gilt für Innenstädte gleichermaßen, wie auch für die Konkurrenz auf der "Grünen Wiese". Der Einzelhandel in Stadtrandlagen ist aus Kundensicht, was seine meist sehr gute Verkehrsanbindung betrifft, der (anspruchsvolle) Vergleichsmaßstab für die Erreichbarkeit, an dem sich der innerstädtische Handelstandort messen muss. Dies gilt um so mehr, wenn die Peripherie zentrenrelevante Angebote offeriert und so in direkte Konkurrenz um Kundenfrequenzen und Umsatzanteile mit der Innenstadt tritt. Dieser Fall ist in Villach mit dem EKZ "Atrio" gegeben.





Stadt	Lage in der Innenstadt	Baustruktur	Verkaufs- fläche je Stellplatz (in m²)
Düren	intern	geschlossen	20
Erfurt	intern	geschlossen	26
Hagen	intern	geschlossen	26
Osnabrück	intern	offen	44
Bocholt	Rand	offen/geschlossen	27
Kempten	Rand	geschlossen	18
Schwerin	Rand	geschlossen	17
Siegen	Rand	geschlossen	17
Wetzlar	Rand	geschlossen	11
Wilhelmshaven	Rand	geschlossen	29
Regensburg	extern	geschlossen	14
Schwedt	extern	geschlossen	10

Abb.181. Parkplatzausstattung von Shoppingcentern in m² Verkaufsfläche je Parkplatz

(Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen:, Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern, Arbeitshilfe, Düsseldorf 2011, S.18) Hinsichtlich des Parkplatzangebotes, als ein Baustein von Erreichbarkeit durch den MIV, stellt sich die Situation vergleichend zwischen "Atrio" und Villacher Innenstadt wie folgt dar: Das Atrio verfügt bei 38.700m² Verkaufsfläche über 2.000 Parkplätze. Dies entspricht 19,35m² je Parkplatz. Die Innenstadt kommt bei 55.081m² (lt. CIMA, 2006) auf 5.000 Parkplätze (Quelle: http://www.villach.at/inhalt/3806.asp), was wiederum 11,02m² je Stellplatz entspricht.

Zieht man in Betracht, dass sich die Stellplätze des Atrio allesamt in kurzer fussläufiger Distanz zum Shoppingbereich befinden, kann man für einen quantitative Vergleich tatsächlich nur jene Parkplätze anrechnen, die in vergleichbar kurzer Entfernung bis zum Beginn des Shoppingareals in der Fußgängerzone befinden. Unbestritten ist: Kunden und Besucher nehmen nur begrenzte Wegelängen in Kauf: eine empirische Analyse des Benutzerverhaltens hat ergeben, dass diese Distanz in Mittelstädten mit einem normalen innerstädtischen Attraktivitätsniveau nur etwa 1000m beträgt (Quelle: Monica Popp: Innenstadtnahe Einkaufszentren, Besucherverhalten zwischen neuen und traditionellen Einzelstandorten, Passau 2002, S.120).

Vor diesem Hintergrund kategorisiert die CIMA Beratungsgesellschaft in einer Studie im Auftrag des Landesverband des Bayrischen Einzelhandels zum "Wirtschaftsstandort Innenstadt" das zu betrachtenden Parkplatzangebot in zwei Kategorien: Stellplätze in bis zu 300m Entfernung als Primärangebot und solche zwischen 300m bis 500m Sekundärangebot.

Legt man diese Wegelängen zugrunde, ergibt sich eine relevante Parkplatz-Abdeckung der Innenstadt von 2.141 Stellplätzen auf Groß-Parkplätzen und in Parkhäusern und 466 gebührenpflichtigen Parkplätzen. Dies ergibt einen Wert von 21,13m² Verkaufsfläche je Stellplatz. Damit befindet sich das Angebot an Parkplätzen in der Villacher Innenstadt genau im Durchschnitt der im Zuge der Arbeitshilfe "Zum Umgang mit innerstädtischen Einkaufscentern" untersuchten EKZ (21,58m²). Dies ist ein überaus guter Wert, der belegt, dass die Villacher Innenstadt mit ihrem Parkplatzangebot sehr gut aufgestellt ist und quasi direkt konkurrenzfähig ist - sogar im direkten Vergleich zu großen Einkaufszentren!

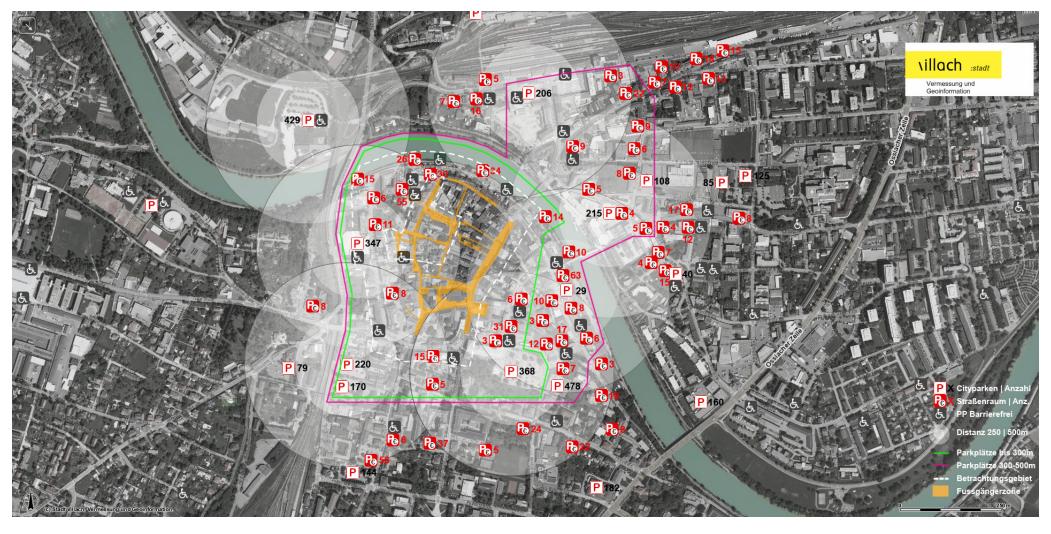


Abb.182. Verteilung des Parkplatzangebotes in der Villacher Innenstadt Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)

Zitat: CIMA i.A.d. Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.8)

Ø Gesamtgruppe	Ø Positive Teilgruppe	Ø Kritische Teilgruppe
68 EW: 1 Stellplatz	34 EW: 1 Stellplatz	130 EW: 1 Stellplatz

Abb.183. Durchschnittliche Parkplatzanzahl je Einwohner bis 300m Entfernung von der Fußgängerzone

(Quelle: CIMA i.A.d. Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.21)

Ø Gesamtgruppe	Ø Positive Teilgruppe	Ø Kritische Teilgruppe
	49 EW: 1 Stellplatz	115 EW : 1 Stellplatz

Abb.184. Durchschnittliche Parkplatzanzahl je Einwohner in 300m bis 500m Entfernung von der Fußgängerzone

(Quelle: CIMA i.A.d. Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.22) Eine weitere Herangehensweise, das Parkplatzangebot zu bewerten, ist die Betrachtung des Stellplatzangebots je Einwohner. Als Ergebnis der repräsentativen Untersuchung von bayrischen Klein- und Mittelstädten präsentiert CIMA folgenden Orientierungswert:

"Kleine und mittlere Städte mit guter PKW-Erreichbarkeit stellen im Durchschnitt zwei Stellplätze je hundert Einwohner in fußläufiger Entfernung zur Fußgängerzone bereit."

Villach stellt innerhalb von 300m zur Fußgängerzone insgesamt 1364 PP bereit. Das entspricht einem PP je 44 Einwohnern. Auch hier zeigt sich, dass Villach im Vergleich zur positiven Vergleichsgruppe innerhalb der Studie "Wirtschaftsstandort Innenstadt" über dem Durchschnitt liegt. In der Kategorie 300-500m stehen 1243 PP zur Verfügung: ein PP je 48 Einwohner. Hier fällt Villach zwar etwas unter den Durchschnitt der untersuchten Spitzengruppe, insgesamt gesehen, liegt es aber, mit einem Gesamtangebot von 2607 PP für knapp 60.000 Einwohner, ca. 217% über dem empfohlenen Richtwert (2 PP|100 EW). De facto existiert eine zentrumsrelevante Parkplatz-Abdeckung von 4,35 PP je 100 Einwohner. Dies ist objektiv herausragend gut.

Weitere wesentliche Bausteine für gute Erreichbarkeit, über das eindeutig quantifizierbare Parkplatzangebot hinaus, sind qualitative Kriterien wie ein unkompliziertes und übersichtliches Parkleitsystem, günstige Gebühren und eine Bequemlichkeit des Bezahlvorganges. Auf die maßgebliche Bedeutung der Verringerung der "subjektiven" Distanz, vor allem in Bezug auf die Konkurrenzsituation mit dem Einzelhandelszentren am Stadtrand, wurde bereits in Kapitel III.4.2.9. hingewiesen. Auch hierfür ist eine verbesserte Gestaltung des öffentlichen Raums geeignet eine ansprechende Einladung in das "Haus Innenstadt" auszusprechen.

Festzuhalten ist, dass die innerstädtischen Parkplätze für Benutzer des City-Bonus-Systems jetzt schon de facto kostenfrei sind. Prinzipiell steht diese System jedem offen, wird aber aufgrund mangelnder Bekanntheit und des erforderlichen Registrierungsprozesses von Touristen und Gelegenheitsbesuchern selten genutzt. Ein niederschwelligerer Zugang kann für diese Gruppen die Attraktivität der Innenstadt zusätzlich erhöhen.

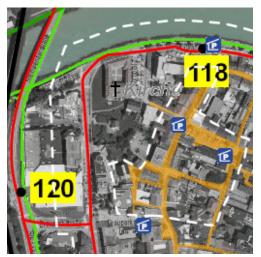


Zitat: CIMA i.A.d. Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.8)

Inzwischen wurde auf kommunalen Parkplätzen bereits eine kostenfreie Kurzparkzeit von 20min eingeführt. Aus den Untersuchungen der bayrischen Klein - und Mittelstädte im Zuge der Studie "Wirtschaftsstandort Innenstadt" geht die Empfehlung zu einer weiteren Ausdehnung der Zeitspanne auf eine Stunde hervor:

"Innenstadtlagen und Fußgängerzonen stehen zunehmend in Konkurrenz zum Einzelhandel auf der "grünen Wiese", der mit einer großen Anzahl kostenloser Parkplätze wirbt. Um in diesem Wettbewerb bestehen zu können, muss der Besuch der Fußgängerzone durch niedrige und nicht sofort einsetzende Parkgebühren weiter attraktiv bleiben. Städte mit hoch frequentierten Fußgängerzonen haben in der Regel kostenlose Kurzparkzeiten von einer Stunde in fußläufiger Entfernung zur Fußgängerzone eingeführt."

Eine zusätzliche Möglichkeit, Anreize zum Einkaufen in der Altstadt zu schaffen, könnten beispielsweise "gebührenfreie Samstage" sein, um gerade an diesem klassischen Einkaufstag den Mitbewerbern an der Peripherie zu begegnen.



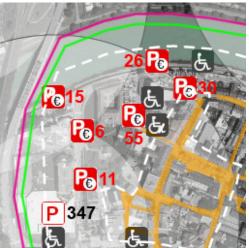


Abb.185.+186. Verteilung ÖPNV-Haltestellen und Parkplatzangebot in der unteren Widmanngasse Datengrundlage http://gis.villach.at/ (Quelle: AAPS)

V.2. PROJEKTGEBIET IM DETAIL-VERKEHRLICHE ANBINDUNG DER WIDMANNGASSE

V.2.1. ÖPNV

Für die ÖPNV-Anbindung sorgen drei Bushaltestellen. Der untere Teil der Widmanngasse wird von der Haltestelle Markthalle bedient. Diese befindet sich unmittelbar am Ende der Widmanngasse. Die Station Steinwenderstraße liegt westlich des Interspar. Von dort sind es 230m bis zur Einmündung der Drauparkstraße in die Widmanngasse. Die Haltestelle Hans-Gasser-Platz weist eine Distanz von 100m zum oberen Ende der Gasse auf. Die Versorgung mit Haltestellen für die Widmanngasse ist, nachdem sich diese Haltestellen alle innerhalb einer akzeptierten, kurzen fussläufigen Entfernung befinden, als gut zu bewerten.

V.2.2. MIV

In Kapitel V.1. wurde nachgewiesen: Villach verfügt über ein außerordentlich hohes Angebot an Parkplätzen in akzeptierten Distanzen – im Grunde ist für den alltäglichen Gebrauch bereits ein Überangebot vorhanden. In der genaueren Betrachtung des Untersuchungsgebietes stellt sich heraus, dass insbesondere der besonders von Leerstand betroffene Bereich der Widmanngasse objektiv gesehen über eine bessere Versorgung mit Parkplätzen verfügt, als der Hauptplatz.

Der untere Teil der Widmanngasse befindet sich in direkter Nähe zum gegenwärtig als Parkplatz genutzten Burgplatz (55PP; im Schnitt 80m vom Parkplatz bis zum Kaiser-Josef-Platz) und zu den Stellplätzen im Bereich Draulände westlich des Udo-Jürgens-Platzes (56 PP; im Schnitt 50m vom Parkplatz bis zum Beginn der Gasse). In weniger als 200m Entfernung sind 32 weitere Parkplätze im unteren Teil der Ringmauergasse und 34 zusätzlich nördlich der Lederergasse. Der mittlere Teil der Widmanngasse befindet sich in unmittelbarer Nähe der Parkgarage des Interspar (347 PP; 120m vom Verlassen des Geschäfts bis zum Platz Drauparkstrasse | Widmanngasse). Ein Versorgungsmangel mit Parkplätzen ist bei 524 Parkplätzen im unmittelbaren Umfeld nicht gegeben und kann als Ursache für geringe Umsätze ausgeschlossen werden.

Die Wegdistanzen zu den Geschäften der Widmanngasse sind gering – hier eine weitere Verkürzung zu fordern, ist im übertragenen Sinn vergleichbar mit der Idee, dass auch im Geschäftsbereich des "Atrio" mit dem Auto gefahren werden sollte, um über eine weiter verbesserte verkehrstechnische Anbindung mehr Umsatz generieren zu können.

Innerhalb des Leitsystems liegen die oben beschriebenen Parkplätze im Quadrant Westbahnhof. Die Zufahrt erfolgt von Westen über die Steinwenderstraße, Drauparkstraße, Ringmauergasse. Die strukturellen Nachteile dieser Lage auf der übergeordneten Ebene der Verkehrserschließung wurden bereits herausgearbeitet.

V.2.3. Radverkehr

Nördlich als auch südlich laufen zwei dezidierte Radwege unmittelbar an der Widmanngasse vorbei – der südliche Drauradweg und die Radweg Italienerstraße, die jeweils wichtige Verbindungen darstellen. Im Verlauf der Gasse weist das GIS Villach drei Radabstellplätze aus. Die Anbindung durch Radwege ist mit dem Hauptplatz vergleichbar, die Versorgung mit Abstellplätzen sogar besser. Insbesondere für den Radverkehr, eine Öffnung der Fußgängerzone für Radfahrer vorausgesetzt, besteht durch den vorgeschlagenen Lückenschluss durch eine zusätzliche Rad- und Fußgängerbrücke in der Verlängerung Widmanngasse-Udo-Jürgens-Platz-Willroiderstraße, ein großes Potenzial, hier ein wichtige zweite Nord-Süd-Achse zu etablieren.

V.2.4. Fußverkehr

Auf die große Bedeutung einer Stärkung der Queranbindung zum Hauptplatz wurde bereits mehrfach hingewiesen. Die entsprechenden Maßnahmen hierzu wurden in den voranstehenden Kapiteln bereits beschrieben. Gleiches gilt für die empfohlene verstärkte Vermarktung und Requalifizierung des am Burgplatz befindlichen Frischemarktes, der als nördlicher Magnet Frequenzen erzeugen könnte. Für das fußläufige Wegenetz stellt die vorgeschlagene Brücke zur Ausbildung einer Nord-Süd-Achse ebenfalls eine Stärkung dar. Darüber hinaus schließt sie eine potenzielle Ringverbindung von der Hauptachse über die Draupromenade bis zur Widmanngasse und retour.

Von großer Wichtigkeit ist die gestalterische Anbindung des Interspar samt seiner Parkgarage über die Drauparkstraße als Torsituation. Auf diese Weise wird der Spar als Magnetstore jenseits der Widmanngasse besser eingebunden und kann darüber hinaus seine Funktion als primärer Parkplatzversorger besser wahrnehmen. Als weitere, langfristige Maßnahme könnte die Umsetzung des Burgparks als Attraktor in direkter Ergänzung zum Burgplatz am nordwestlichen Ende der Altstadt einen zusätzlichen Anziehungspunkt kreieren, der Besucherfrequenzen für die Widmanngasse generiert. Ein weiterer Nutzen wäre eine gesteigerte Querdurchlässigkeit zur Ringmauergasse, der gleichzeitig die Sackgassensituation in der westlichen Leitegasse bereinigen würde.

V.3. SZENARIEN DER VERKEHRSORGANISATION IN DER WIDMANNGASSE

V.3.1. Transformation in eine Begegnungszone

In Bürgergesprächen und einer Bürgerversammlung wurde die Öffnung von Teilen der Fußgängerzone für den Autoverkehr angeregt – hier wird auf die positiven Effekte der Begegnungszone in der Bahnhofstraße und am Brauhausplatz verwiesen. Die Bahnhofstraße wurde von einer konventionellen Straße vor allem durch die radikal neue Gestaltung aufgewertet; es ist die dadurch bewirkte Reduktion der Präsenz und Dominanz des Autoverkehrs und das verbesserte Raumangebot für Fußgänger und Radler, die die verbesserte Situation bewirkt hat. Für die Widmanngasse wird nun seitens der Handelstreibenden und ImmobilienbesitzerInnen gefordert, einen umgekehrter Prozess einzuleiten, in der Hoffnung, ebenfalls eine Belebung bewirken zu können.

V.3.1.1. Belebung durch den Verkehr?

"Wie die Untersuchung gezeigt hat, wird die Frequenz von Seiten der Stadt und des Handels innerhalb eines Ortes oftmals sehr unterschiedlich beurteilt. Während die Kommunen offensichtlich stärker aufgrund des Straßenbildes urteilen (Außenbewirtschaftung Gastronomie gut besetzt, Anzahl der Passanten, Besucherzahlen bei Festen, etc.) beurteilt der Handel den Erfolg einer Fußgängerzone hinsichtlich der Frequenz nach dem Umsatz und der Zahl der Kunden."

Grundsätzlich ist zunächst festzuhalten, dass das Interesse des initiierenden Zusammenschlusses zuallererst auf eine Belebung des Geschäfts abzielt. Dies ist der mehr als berechtigte Kern dieser Initiative und für eine Requalifizierung der Widmanngasse besteht definitiv Handlungsbedarf. Die Forderung nach einer Begegnungszone beruht auf der Annahme, eine direkte Anfahrts- und Parkmöglichkeit zu den Läden sei geeignet, zurückgehende Umsätze zu konsolidieren. Oder im Umkehrschluss: ein Mangel an Verkehr und Parkplätzen in unmittelbarer Nähe sei die Ursache für die Umsatzeinbrüche und in weiterer Folge auch für die Leerstände.

Zitat: Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München 2004, S.21



Nachdem Durchzugsverkehr logischerweise keinen Umsatz generieren kann, müsste nach oben stehender Argumentation das Ziel sein, möglichst viele Parkmöglichkeiten zu schaffen. Parken ist in einer Begegnungszone nur auf ausdrücklich gekennzeichneten Plätzen möglich. Potenziell ließen sich aufgrund der engen Strassengeometrie, der strassenseitigen Hauseingänge, sowie der vorhandenen Baumbepflanzung, maximal sechs bis neun solcher Plätze - vorbehaltlich der feuerpolizeilichen Lösungen für das Gebiet (Zufahrt, Kurvenradien und Aufstellflächen für die Feuerwehr), die nicht erhoben wurden und die die Anzahl gegebenenfalls weiter reduzieren. Den Kaiser-Josef-Platz zum Parken zu verwenden wird dezidiert ausgeschlossen. Im mittleren Teil der Widmanngasse lassen sich im besten Fall drei Parkplätze unterbringen, die übrigen befinden sich zwischen Kaiser-Josef- und Udo-Jürgens-Platz – einem Bereich der bereits gut mit Parkplätzen erschlossen ist.

Um diese Parkplätze überhaupt zu ermöglichen, müssen Schaufensterflächen verstellt werden und die Autos zum Teil mit sehr geringem Abstand an den Hauswänden halten, so dass Fußgänger nicht mehr zwischen Haus und Auto passieren können. Ruhender Verkehr in dieser Form verstärkt die geometrische Enge der Widmanngasse, wird zur Barriere und damit zum zusätzlichen Störfaktor im öffentlichen Raum.

Eine ganze Straße erneut für PKW zu öffnen, um in einem Gebiet mit bereits überdurchschnittlich guter Parkplatz-Abdeckung (524 PP in kurzer Distanz), im besten Fall neun neue Parkplätze herzustellen, steht in keiner sinnvoller Kosten-Nutzen-Relation.

Wie in den voranstehenden Kapiteln herausgearbeitet wurde, sind die hohe Leerstandsquote und die geringen Umsätze einerseits durch übergeordnete, strukturelle Faktoren, deren Beeinflussung nur innerhalb einers langfristigen Zeithorizontes möglich ist, und andererseits durch lokal, räumliche Faktoren bedingt, die bereits kurzfristig gestaltet werden können.

Der Schlüssel für die Aufwertung des Quartiers liegt im Erscheinungsbild des öffentlichen Raums.

V.3.1.2. Bauliche Konsequenzen und zu erwartende negative Veränderungen des Gebietscharakters

Aufgrund der Analyse vor Ort und aus der Kenntnis über das Wechselspiel von Autoverkehr und der erlebbaren Qualität des Raumes zeichnet sich ab, dass eine Öffnung für den Autoverkehr im Status Quo und ohne vorherige gestalterische Aufwertung mit sehr großer Wahrscheinlichkeit zu einer weiteren Entwertung des öffentlichen Raumes und letztlich zu einer Verramschung des Quartiers führen würde.

Vor allem der zu erwartende Druck des ruhenden Verkehrs in einer Begegnungszone wäre angesichts der vorhandenen Straßenquerschnitte nur durch konsequente Verbote und Kontrollen und der Errichtung von physischen Barrieren in den Griff zu kriegen; Autos, die im öffentliche Raum parken, sind eindeutig als radikale Qualitätsminderung für Passanten, Besucher und Anwohner des öffentlichen Raums zu sehen. Der Flächenverbrauch des ruhenden Verkehrs schließt zahlreiche andere Aktivitätsmuster im Raum aus und reduziert daher die Attraktivität des Quartiers. Eine Öffnung der Fußgängerzone für den Radverkehr wird empfohlen, weil dadurch eine Belebung des Raumes ohne negative Nebeneffekte (Lärm, Gefahr, Emissionen, Flächenbedarf) zu erwarten ist.

V.3.2. Vergleichende Betrachtung weiterer Lösungsansätze

Über den Sinn der Änderung des Verkehrsregimes im Sinn einer Begegnungszone kann daher erst sinnvoll gesprochen werden, nachdem diese Aufwertung erfolgt ist. Die Qualität des Quartiers (auch für den Handel) entsteht da, wo der öffentliche Raum als attraktiver Lebens- und Aufenthaltsraum erlebt wird. Es bietet sich daher an, zunächst die Potenziale der Attraktivierung des öffentlichen Raums auszuschöpfen und genau zu beobachten, welche positiven Veränderungen im Quartier schon dadurch bewirkt werden können. Hierzu ist sinnvollerweise eine Grundlagenermittlung und begleitende Evaluierung durchzuführen, auch um die auftretenden Effekte von gegebenenfalls gewünschten, weiteren Maßnahmen objektiv bewerten zu können. Dies ist in jedem Fall ein langjähriger Prozess.

V.3.2.1. Zeitlich gestaffelte Lösung: dosierte Öffnung für den Verkehr in einem definierten Zeitfenster

Sollte selbst nach abgeschlossener Aufwertung des öffentlichen Raums noch der Bedarf nach einer auch nur versuchsweisen Öffnung für den Autoverkehr bestehen, wird empfohlen, dies nicht im Sinne einer generellen Umwandlung der Fußgängerzone in eine Begegnungszone zu ermöglichen, sondern mit dem Mittel von variablen Ausnahmeregelungen innerhalb der bestehenden Fußgängerzone zu operieren, weil dieses eine sehr gut und relativ kurzfristig handhabbare 'Stellschraube' für präzise und kultiviert gesteuerte Mobilität darstellt. Es gibt bereits jetzt zahlreiche Ausnahmeregelungen zeitlicher Natur bzw. im Sinne von Zufahrtsmöglichkeiten für Anrainer. So ist bereits jetzt die Erreichbarkeit des Quartiers mit Taxis und für Personen mit Mobiliätseinschränkungen sichergestellt. Erfolgreich ist eine Innenstadt, in der Menschen sich gerne und oft aktiv bewegen, in der sie lustvoll verweilen, spielen und streiten und in der sie gerne einkaufen gehen. Es muss sicher gestellt werden, dass diese positiven Qualitäten nicht durch die Belastungen durch den Autoverkehr erneut gefährdet oder verdrängt werden.

V.3.4.2. Evaluierung: Bewertungskriterien für den Erfolg

In Hinblick auf eine substantielle Bewertung der Effekte der jeweiligen Maßnahmen schlagen die Verfasser eine zielgerichtete Evaluierung vor. Hierfür sind jeweils vor und nach einer Umsetzung vergleichend folgenden Kriterien zu erheben:

- Passantenfrequenz
- Fahrradfahrerfrequenz
- Aufenthaltsdauer im öffentlichen Raum
- Nutzung der Angebote im öffentlichen Raum
- Besucher- und Anwohnerzufriedenheit

Über diese Kriterien kann ein direkter Bezug zu den angestrebten Verbesserungen hergestellt werden, für:

- Umsatzentwicklung
- Leerstandsentwicklung
- Mietpreisspiegel

Für die zu einem späteren Zeitpunkt gegebenenfalls durchgeführte phasenweise Erprobung von anderen verkehrstechnischen Lösungen sind darüber hinaus weiterhin zu erheben:

- Fahrzeugfrequenz (getrennt nach Anwohnerverkehr und Zielverkehr)
- Anzahl von Haltevorgängen
- Geschwindigkeit des Fließverkehrs
- ggf. Anzahl und Art der Unfälle

Durch die etappenweise Erhebung dieser Daten lassen sich dezidiert die jeweiligen Wirkungen der verschiedenen Maßnahmen nachweisen und Aussagen über ihre Effektivität und damit ihrer Sinnhaftigkeit treffen.

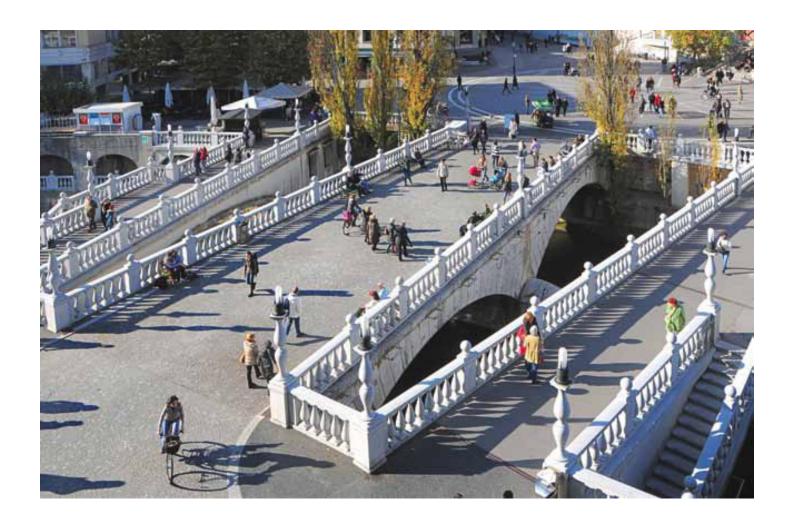
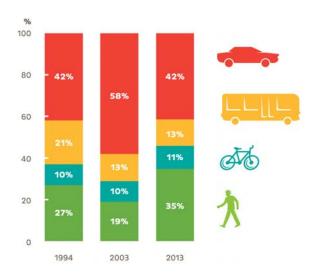


Abb.187. Hauptplatz Ljubljana: Die Fußgängerzone und die ergänzenden Mobiliätsmittel Fahrrad und Elektrocart (Quelle: Mestna občina Ljubljana, Portrait of a City, Ljubljana,Oktober 2014, S.41)

V.4. ALTERNATIVE MOBILITÄTSKONZEPTE IM HINBLICK AUF EINE BEIBEHALTUNG DER FUSSGÄNGERZONE

Als aktuelles Best-Practice-Beispiel für eine gleichermaßen radikale wie gelungene Umgestaltung einer Innenstadt unter Einbeziehung eines nachhaltigen Mobilitätskonzeptes präsentiert sich Ljubljana. Die Stadt wurde für ihre Bemühungen 2012 mit dem European Prize for Urban Public Space ausgezeichnet und zur European Green Capital 2016 ernannt. Im Zuge des Ljubljana Environmental Protection Program wurde 2006 eine Revitalisierung des Stadtzentrums eingeleitet. Hierfür wurden großräumig Plätze und Straßen in Fußgängerzonen umgewandelt und der ruhende Verkehr aus dem öffentlichen Raum verbannt und auch die Zufahrtsmöglichkeit für Bewohner und Lieferanten auf ein Zeitfenster von 6 – 9 Uhr beschränkt. Dieses Vorhaben stieß zunächst auf äußerst große Widerstände seitens der Bevölkerung und vor allem auch der Handelstreibenden, die im Vorfeld vor vermeintlichen starken Umsatzeinbrüchen aufgrund der zukünftig nicht mehr gewährleisteten Anfahrbarkeit der Geschäfte warnten.

Das Ziel seitens der handelnden städtischen Akteure war auch hier, über eine Attraktivierung des öffentlichen Raums eine Requalifizierung der Innenstadt als Lebens- und Aufenthaltsraum zu erreichen. Dabei wurde dezidiert auf eine Verdichtung des Fuß- und Radwegenetzes gesetzt und eine verstärkte Verbindung der zwei Flussseiten angestrebt – es wurden zwischen 2008 und 2011 insgesamt sieben neue Brücken gebaut. Gleichzeitig wurde die Einbindung des Flusses in die Altstadt über eine verbesserte Zugänglichkeit gesteigert und insgesamt eine Vielzahl an konsumfreien Aufenthaltsräumen mit Sitzgelegenheiten errichtet. Vorbildhaft wurde auf struktureller Ebene eine Stadtentwicklung nach Innen betrieben und eine Nutzungsmischung und Nachverdichtung im Innenstadtbereich gefördert.



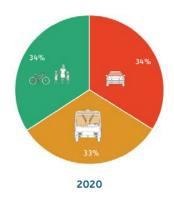


Abb.188. Die Entwicklung des Modal Split in Ljubljana in Dekaden **Abb.189.** Die ambitionierte Zielvorgabe des Modal Split für 2020

(Quelle: Mestna občina Ljubljana, Portrait of a City, Liubljana.Oktober 2014. S. 69+61)

V.4.1. Verschiedene Bausteine von Mobilität

Selbst gesteckte Zielvorgabe in Ljubljana ist die Umkehrung des Modal Split, der seit Mitte der 90er Jahre, nach der Abspaltung von Jugoslawien, durch eine gravierende Verschiebung in Richtung des MIV geprägt war. Die ehrgeizige Zukunftsvision für 2020 ist die Drittelung des Modal Split: 33% MIV, 34% ÖPNV, 34% Fuß- und Radverkehr.

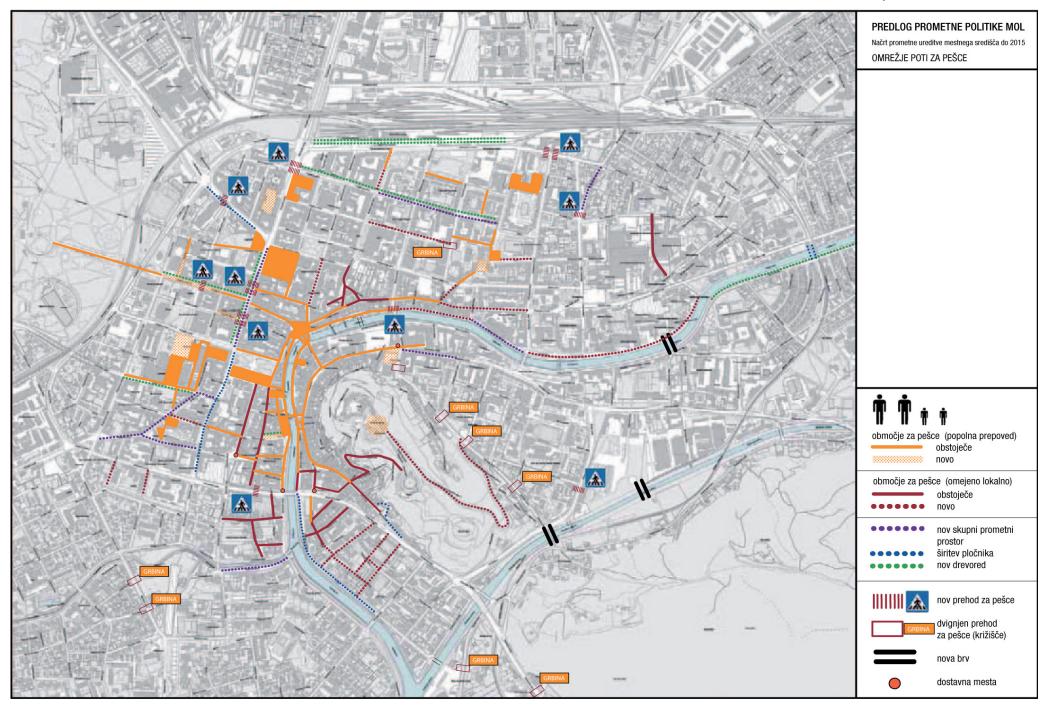
Ein entscheidender Baustein im Mobilitätskonzept Ljubljanas zur Erreichung dieses Ziels ist die Fokussierung auf den Fuß- und Radverkehr, die im Vergleich zum MIV kleinmaschige Verdichtung des Wegenetzes für diese sanfte Mobilität. Ergänzend wurde ein allgemein zugängliches, kommunales Fahrradverleihsystem nach Wiener Vorbild, genannt, BicikeLJ", eingeführt und das Radroutennetz an die neugeschaffene Fußgängerzone angebunden. Auf diese Weise konnte der Anteil der mit dem Fahrrad zurückgelegten Wege in der Innenstadt auf 20% erhöht werden.

Dem seitens der Gegner der Fußgängerzonen vorgetragenen Argument zu begegnen, ohne PKW-Verkehr sei eine Nutzung der Innenstadt für Menschen mit eingeschränkter Mobilität nicht mehr möglich, wurde mit der Einführung des "Kavalir" eine weiterer Baustein zur innerstädtischen Erreichbarkeit für alle Menschen implementiert. Hierbei handelt es sich um ein kleines Elektrofahrzeug in der Art eines umgebauten Golfcarts, dessen Nutzung gratis ist und das unkompliziert per Telefon gerufen werden kann und beliebige Ziele in der Fußgängerzone anfährt. Auf diese Weise ist ein Aussteigen direkt vor den jeweiligen Geschäften möglich, ohne dass hierfür PKW in der Altstadt verkehren.

Bis heute konnte durch diese Maßnahmen eine bemerkenswerte Trendumkehr im Modal Split erreicht werden. Ljubljanas Innenstadt hat sich in nur 7 Jahren von seiner übermäßigen Verkehrs- und Emissionsbelastung befreit und die aufgrund dieser Belastungen seinerzeit rückläufigen Besucherfrequenzen durch die gesetzten Requalifizierungsmaßnahmen im öffentlichen Raum, bis zum heutigen Tag massiv steigern können. Letztendlich haben hiervon auch der innerstädtischen Funktionen wie Handel, Gastronomie und auch der Mietpreisspiegel nachweisbar profitiert.

Abb.190. Ljubljana: Großflächige Schaffung von Fußgängerzonen Orange: seit 2006 eingeführte Fußgängerzonen Rot: FuZo mit Zufahrtsgenehmigung für Anrainer Violett: Shared-Space-Zonen Farblich punktiert: in Planung

(Quelle: http://www.ljubljana.si)



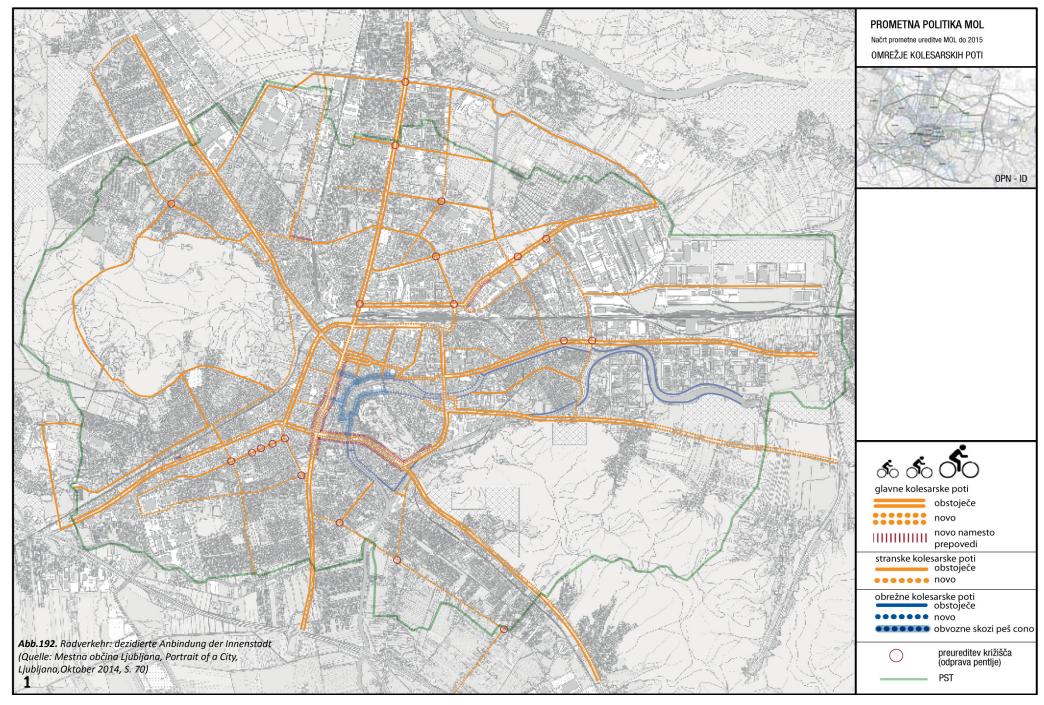
V.4.2. Verkehrliche Anbindung ohne eine Öffnung für den MIV

Wie das Beispiel Ljubljana sehr gut zeigt, existieren smarte Mobilitätslösungen, die eine Verbesserung der Erreichbarkeit erreichen, ohne zwangsläufig auf das Automobil zurückzugreifen. Besonders das Projekt "Kavalir" stellt eine großartige Ergänzung im Mobilitätsangebot dar, das für Menschen, denen die Distanzen zwischen Parkplatz und Zielort zu weit erscheinen, oder die für sie nicht zu bewältigen sind. Insofern ein direktes Umsteigen vom PKW in ein Elektrocart gewährleistet ist, besteht im Grunde kein Anlass Autos in das beruhigte Gebiet einfahren zu lassen. Im selben Zusammenhang können sogar die vorhanden Parkplätze außerhalb der durchschnittlich akzeptierten fußläufigen Distanz, besser zur Erschließung der Fußgängerzone genutzt werden.

Ein kommunaler Fahrradverleih mit Stationen direkt an den Parkplätzen ist ebenfalls geeignet die Bewegungsradien und Zufriedenheit der Besucher in der Stadt zu erhöhen. Ein Nebeneffekt des "Kavalir" ist übrigens, dass das Fahren mit dem Elektrocart sogar als touristische Attraktion vermarktbar ist.



Abb.191. Das öffentliche Fahrradverleihsystem "BicikeLJ" (Quelle: Mestna občina Ljubljana, Portrait of a City, Ljubljana, Oktober 2014, S. 68)



VI. RESÜMEE

ABSCHLIESSENDE BETRACHTUNGEN ZUR VORGELEGTEN POTENZIALANALYSE

Ausgangslage

Die dieser Potenzialanalyse zugrundeliegende Fragestellung war ursprünglich stark fokussiert: Aufgrund der schwereren Rahmenbedingungen für die Vermietung und den Betrieb von Immobilien und den Einzelhandel in der westlichen Altstadt, im Areal der unteren und mittleren Widmanngasse, des Kaiser-Josef-Platzes, sowie der Leitegasse und der Paracelsusgasse, sollte eine Überprüfung vorgenommen werden, ob die von einer Initiative aus Immobilienbesitzern und Handelstreibenden vorgeschlagene Öffnung der Fußgängerzone für den motorisierten Individualverkehr innerhalb der Widmanngasse sinnvoll sei, um diesen negativen Entwicklungen entgegenzuwirken. Weiterführend sollten Maßnahmen zur Requalifizierung des Quartiers und des öffentlichen Raums erarbeitet werden, die zu einer nachhaltigen Aufwertung des Kaiser-Josef-Viertels beitragen können.

Nachdem deutlich belegt werden konnte, dass es nicht ein Mangel an MIV und Parkplatzabdeckung ist, der die Benachteiligung der Widmanngasse und der angrenzenden Gebiete bewirkt, wurde die Frage nach weiteren Faktoren für die schlechteren Bedingungen virulent. Auch zur großen Überraschung der Verfasser wurde für die nordwestliche Altstadt eine bessere lokale Parkplatzversorgung nachgewiesen als beispielsweise für den Hauptplatz. Dies sowohl im Hinblick auf die Quantität als auch die fußläufigen Distanzen zum angrenzenden Geschäftsbereich.

Aus diesem Grund erschien aus Verfassersicht eine breitgefächerte Ursachenanalyse und eine Erweiterung der Betrachtungskriterien sinnvoll, um objektiv beurteilen zu können, welche Maßnahmen im Endeffekt geeignet sein können den negativen Konditionen innerhalb der nordwestlichen Altstadt zu begegnen.

Ursachen

Wie sich letztendlich im Zuge der vertieften Analyse gezeigt hat, sind die Gründe für den Status Quo des Quartiers gleichermaßen vielfältig wie vielschichtig.

Zum einen sind es übergeordnete wirtschaftsstrukturelle Umbrüche, wie die gedämpften Wachstumsperspektiven für die meisten europäischen Volkswirtschaften im Allgemeinen, sowie den Konsumgüterbereich im Speziellen, die zu rückläufigen Umsatzentwicklungen des Einzelhandels beitragen. Verstärkt wird dies zusätzlich durch die sich abzeichnenden Änderungen im Konsumverhalten der Menschen. Es ist davon auszugehen, dass der Handel weiterhin in der Wertedynamik der Verbraucher an Bedeutung verlieren wird und die Hoffnung auf eine Rückkehr zu seiner früheren Form einen frommen Wunsch darstellt, der sich nicht erfüllen wird (siehe Kapitel II.4.2.).

Obgleich Villach als Ganzes aufgrund seiner überregionalen Anziehungskraft insgesamt von diesen Entwicklungen gegenwärtig nur in abgemilderter Weise betroffen ist, konnte das untersuchte Gebiet in der Altstadt von der, mit der Strahlkraft Villachs einhergehenden und nach wie vor außerordentlich hohen Einzelhandelszentralität, nicht profitieren. Dies lässt sich maßgeblich auf die massive Erweiterung der Verkaufsflächen in Stadtrandlagen zurückführen, welche zwar eine weitere Verbesserung dieses Kennwerts für die Stadt als solche bewirken konnten, aber in direkter Konkurrenz zu den Innenstadtlagen stehen. De facto existiert in Villach ein Überangebot an Einzelhandelsflächen (siehe Kapitel II.4. + II.4.1.).

Auf die stetig zunehmenden Bevölkerungszahlen aufgrund der vorherrschenden Land-Stadt-Migration wurde in den vergangenen Jahrzehnten, in Villach gleichermaßen wie auch in den meisten europäischen Städten, im Sinne eines klassischen Wachstumsgedankens, mit der Ausweisung von attraktivem Bauland an den Randbereichen der Stadt reagiert. Auch wenn das stetige Wachstum im Grunde eine Erfolgsgeschichte abbildet, so führte diese anhaltende Politik der Aussenentwicklung zu wachsenden Distanzen der alltäglichen Wege, einer Selbstverständlichung des MIV und schlussendlich zu einer Marginalisierung der städtischen Kerngebiete (siehe Kapitel III.2.).

Dieses Mobiliätsverhalten bildet sich entsprechend im aktuellen Modal Split ab. Aus diesem Grund kommt gegenwärtig der Erreichbarkeit der Innenstädte durch den MIV große Bedeutung zu. Umso mehr gilt dies nach wie vor für den Einzelhandel. In diesem Zusammenhang konnte für die Villacher Innenstadt insgesamt eine herausragend gute und flächendeckende Parkplatzversorgung im Vergleich zu Städten ähnlicher Größe festgestellt werden (siehe Kapitel V.1.2).



Bedingt durch die Topografie, die Trassen der Eisenbahn, die Lage der Autobahn und ihrer Abfahrten, sowie der gewachsenen Stadtstruktur, erfolgt die Haupterschließung der Innenstadt für den MIV von der Ostseite der Stadt. Was also die übergeordnete Anfahrbarkeit der in ausreichender Zahl vorhandenen Parkplätze betrifft, erweist sich die westliche Altstadt tatsächlich als strukturell benachteiligt. Eine Verstärkung erfährt dies durch das bestehende Parkleitsystem, welches lediglich den südlichen Quadranten der Stadt als "Zentrum" ausweist (siehe Kapitel V.1.1.1.).

Weitere Standortbedingungen erklären sich aus der Analyse der stadträumlichen Faktoren und der Beurteilung des öffentlichen Raums. Villachs Innenstadt ist geprägt von der Dominanz der städtischen Hauptachse in der Verlängerung des Hauptplatzes. Im Rahmen der "Altstadtoffensive Villach" wurden lobenswerterweise bereits eine Vielzahl von Requalifizierungsmaßnahmen umgesetzt. Verständlicherweise lag der Fokus hier zunächst überwiegend auf dem Hauptgeschäftsbereich entlang dieser Achse. Dieser wurde hierdurch entsprechend gestärkt und gleichzeitig der Kontrast zu den abfallenden Qualitäten der Nebenlagen verschärft. (siehe Kapitel II.1.2. + II.2.1.).

Gleichzeitig zeigen sich bei der Betrachtung der internen Wegebeziehungen zunehmende (Bewegungs-) Flusswiderstände vom Hauptplatz nach Westen. Durch die stark abnehmende Querdurchwegung manifestiert sich die Widmanngasse als gefühlte Grenze und als Endpunkt der Altstadt (siehe Kapitel IV.1.). Die Ringmauergasse präsentiert sich ebenfalls als subjektive Barriere, die die gefühlte Distanz der westlichen Altstadt zu ihrem maßgeblich relevanten Parkplatz (Interspar) erhöht (siehe Kapitel II.2.10.+IV.2.).

Zur besseren Vernetzung des Kaiser-Josef-Viertels ist die Gestaltung dieser externen Schnittstellen von eminenter Bedeutung. Aus diesem Grund wurde ihre Betrachtung in Form eines erweiterten Untersuchungsgebietes in die Überlegungen einbezogen.

Darüber hinaus kommt insbesondere innerhalb der Widmanngasse, als auch der Paracelsus- und der Leitegasse, zu einer Häufung an strukturellen Störungen, die jeweils mit einer Akkumulation des Leerstands oder einem Mangel an Belebung zusammenfallen. Dies sind einerseits massive Höhenüberschreitungen durch neuere Baukörper innerhalb der mittelalterlichen Straßenquerschnitte, andererseits Mängel in der Bausubstanz und der Oberflächengestaltung, sowie eine ausgeprägte Rückseitigkeit von Fassaden, die einen durchgängigen Besatz mit Schaufenstern und öffentlichkeitsrelevanten Nutzungen unterbrechen und auf diese Weise Trennungen und niederschwellige Grenzen formulieren (siehe Kapitel II.2.8.+II.2.9.+II.2.12.).

Maßnahmen

Analog dem kaleidoskopartigen Zusammenspiel verschiedenster Ursachen, aus denen die festgestellte Benachteiligung des Kaiser-Josef-Viertels erwächst, bedarf es nach Ansicht der Verfasser eines breitgefächerten Maßnahmenkataloges, der versucht, den dem Status Quo zugrundeliegenden Entwicklungen, auf allen Ebenen zu begegnen.

Wesentlich für eine nachhaltige Stadtentwicklung insgesamt erscheint zunächst eine Abkehr vom Paradigma der fortschreitenden Aussenentwicklung einzuleiten und das Wachstum Villachs über maßvolle Nachverdichtung und Nutzungsänderungen nach Innen auszurichten. Eine (zu erstellende) Flächenpotenzialanalyse kann hier über die vorhandenen Möglichkeiten Aufschluss geben.

Entscheidend ist eine zukünftige Attraktivierung der Innenstadt als Lebensraum. Hierfür ist eine hohe Diversifizierung und Nutzungsdurchmischung anzustreben und der Standort Altstadt verstärkt für Wohnnutzungen für bislang unterrepräsentierte Bevölkerungsgruppen zu requalifizieren. Zielführend ist es, in diesem Zusammenhang langfristig möglichst viele öffentlichkeitsrelevante Nutzungen im Zentrum zu konzentrieren. Diese Maßnahmen sorgen nachhaltig für eine Belebung und generieren die vom Einzelhandel benötigten Frequenzen. Dennoch wird eine weitere Abnahme der Bedeutung des Einzelhandels prognostiziert. Für den Leerstand werden zukünftig alternative Nutzungsstrategien zu entwickeln sein. Über eine verstärkte Innenentwicklung lässt sich auch hier entgegensteuern. (siehe Kapitel III.1.+III.2).

Gegenwärtig muss sich der innerstädtische Einzelhandel bereits gegen die Mitbewerber in der Peripherie behaupten. Es wird dringend empfohlen keine weiteren Einzelhandelsflächen am Stadtrand mehr zuzulassen. Eine Festschreibung dieser zukünftigen Innenentwicklung durch kommunalen Instrumente der Stadtentwicklung und der Flächenwidmungspläne ist unbedingt anzustreben. Kritisch wird ebenfalls die geplante Errichtung der "Draupassagen" bewertet: Villach ist bereits jetzt mit Einzelhandelsflächen übersättigt. Darüber hinaus wurde der geplante Standort nach dem gegenwärtigen Erkenntnis auf der Basis verschiedener wissenschaftlicher Studien über Shoppingcenter, falsch gewählt und würde zu einer zusätzlichen Lagenverschiebung und Entwertung des Kaiser-Josef-Viertels führen. (siehe Kapitel III.4.).

Um den potenten Mitbewerbern auf der grünen Wiese zu begegnen, führt diese Potenzialanalyse einige Maßnahmen zur Stärkung der Konkurrenzfähigkeit des City-Shopping an. Hierfür versuchen die Verfasser einige Anregungen für einen Abgleich von Service und Angebot mit den Centern zu liefern, die gleichzeitig durch Synergieeffekte auch einen Mehrwert für die gesamte Innenstadt erzeugen können. (siehe Kapitel III.4.2.).

Aus verkehrstechnischer Sicht, ist die Erreichbarkeit der Villacher Innenstadt objektiv als sehr gut zu bewerten. In der subjektiven Rezeption durch die Bevölkerung und die Besucher stellt sich dies allerdings anders dar. Um hier eine Verbesserung zu bewirken schlägt diese Potenzialanalyse Maßnahmen zur Reduzierung der gefühlten Distanz der innerstädtischen Parkplätze vor. Eine zeitgemäße Adaptierung des Parkleitsystems ist eine weitere Möglichkeit diese gefühlte Erreichbarkeit zu verbessern. Ein wirksames Instrument zur Steuerung von Passantenfrequenzen innerhalb von Städten ist ein FußgängerInnenleitsystem. Eine Überarbeitung des bestehenden, stark überalterten Systems wird dringend empfohlen. (siehe Kapitel V.1.).

Im Zuge des Verkehrskapitels wird ebenfalls die eingangs formulierte Frage nach der Sinnhaftigkeit einer Öffnung der Fußgängerzone im Bereich der Widmanngasse beantwortet. Aus Sicht der Verfasser ist dies nicht zielführend, da die zu erwartenden Folgen dieser Maßnahme in keiner Relation zu dem potenziellen Nutzen zu stehen scheinen. Von vordergründiger Wichtigkeit ist zunächst die Aufwertung des öffentlichen Raumes im Untersuchungsgebiet und die Requalifizierung der Schnittstellen des Kaiser-Josef-Viertels mit seiner unmittelbaren Umgebung. Für den Fall, dass auch nach Umsetzung der Requalifizierungsmaßnahmen der Wunsch nach der Erprobung einer Änderung des Verkehrsregimes besteht, definiert die Potenzialanalyse Kriterien zur Evaluierung und versucht anhand alternativer Mobiliätsszenarien andere Lösungsmöglichkeiten aufzuzeigen (siehe Kapitel V.2.bis V.4.).

Die prägende Bedeutung des Erscheinungsbilds des öffentlichen Raums und das durch ihn offerierten Nutzungsangebot für das Image einer Stadt und somit auch als weicher Standortfaktor, wurde im Zuge der Analyse wiederholt aufgezeigt. Insbesondere in Villach mit seiner wertvollen historischen Bausubstanz stellt der öffentliche Raum ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal und somit einen wertvollen Standortfaktor dar. Eine Aufwertung des öffentlichen Raums im Untersuchungsgebiet ist somit ein eminent wichtiger Baustein im Konzert der zu setzenden Maßnahmen – vor allem auch im Hinblick auf die Verschärfung des Kontrastes durch die bereits erfolgten Aufwertungen entlang der Hauptachse.

Letztendlich strahlen die abfallenden Qualitäten der B- und C-Lagen auch auf die Gesamtwahrnehmung der Altstadt und somit auf das Image der Stadt ab. Von einer Aufwertung der Nebenlagen profitiert im Sinne einer Win-Win-Situation auch die Hauptgeschäftslage.

Als erste Schritte warten die Ergebnisse der Wettbewerbe für die Lederergasse und den Hans-Gasser-Platz auf eine Umsetzung. Ihre Bedeutung für das Untersuchungsgebiet kann an dieser Stelle nur nochmals betont werden. Eine möglichst zeitnahe Umsetzung wird empfohlen (siehe Kapitel II.2.4.+II.2.6.).

Im wesentlichen Gliedern sich die Vorschläge zur Requalifizierung des öffentlichen Raums, die aus dem Analyseteil dieser Studie hervorgehen, in vier Kategorien. Das Ziel ist die Komplettierung des durch die Maßnahmen innerhalb der "Altstadtoffensive" und durch Wettbewerbsbeiträge angelegten Systems der öffentlichen Räume (siehe Kapitel II.2.).

Zum ersten wird die Stärkung des Potenzials der Widmanngasse als neue potente Nord-Süd-Achse avisiert. Über eine Brücke wird eine unmittelbare Anbindung, des Bahnhofsviertels erreicht und eine durchgängige Verbindung von Lind bis in die Italienerstraße geschaffen. Um den Trennungseffekten durch fehlenden Besatz, insbesondere an den Scheitelpunkten, entgegenzuwirken, empfehlen die Verfasser an den relevanten Punkten eine dezidierte Aufwertung zu kleinen Plätzen mit spezifischen Attraktoren im öffentlichen Raum. Die Widmanngasse gliedert sich auf diese Weise, analog einer Perlenkette, in eine Sequenz von Anziehungspunkten. Die skizzierten Vorschläge finden sich in den Kapiteln IV.2. bis IV.2.5.

Als zweite Kategorie werden Vorschläge zur Verbesserung der zentralen Durchlässigkeiten und Anbindungen zum Hauptplatz formuliert. Hier kommt der Präsenz und der Gestaltqualität der schmalen Gassen vom Hauptplatz aus maßgebliche Bedeutung zu. Als weitere Maßnahme wird mit der Wiedereröffnung der Leinigengasse eine weitere durchgängige Wegeverbindung von der Ringmauergasse bis zum Freihausplatz geschaffen. Die Gestaltung des Kreuzungspunktes der Paracelsusgasse zur Leitegasse in Form eines Gartens platziert an zentraler Stelle einen Anziehungspunkt und trägt dem Wunsch der Bevölkerung nach mehr öffentlichem Grünraum Rechnung (siehe Kapitel IV.2.6.+IV.2.7.).

Als drittes empfehlen die Verfasser die Schaffung eines starken Attraktors am nordwestlichen Rand der Altstadt. Eine Requalifizierung des Burgplatzes unterstützt die Funktion und Wertigkeit des Frischemarktes. Die Schaffung eines kleinen Stadtparks ("Burgpark") wertet diesen Bereich zusätzlich auf und bietet die Möglichkeit eines gestalteten Naturerlebnisses innerhalb der Altstadt. Die Aufwertung der Ringmauergasse zu einer Allee bindet den Naturraum der Drau bis zum Hans-Gasser-Platz ein und verleiht ihr Aufenthaltsqualitäten.

Als weitere Folge dieser Maßnahmen erhöht sich die Durchlässigkeit der Widmanngasse nach Westen. Sie erhält ein attraktives "Dahinter". Auf diese Weise verschiebt sich die gefühlte Grenze der Altstadt von der Widmanngasse zur Ringmauergasse, die sowohl historisch, als auch strukturell den tatsächlichen Abschluss der Altstadt markiert (siehe Kapitel IV.2.8.).

Zuletzt erscheint den Verfassern die Ausbildung eines Portals in die westliche Altstadt von Bedeutung. Die schwellenlose Anbindung des Interspar (einerseits als Magnet und andererseits als wichtige innerstädtische Parkmöglichkeit) über die Drauparkstraße reduziert die gefühlten Distanzen vom Parkplatz in die Innenstadt. Hierfür wird der aus dem Wettbewerb stammende Vorschlag einer Begegnungszone für die obere Ringmauergasse aufgenommen und ausgeweitet. Die Altstadt erhält so im Westen einen würdigen, glacisartigen Abschluss (siehe Kapitel IV.2.9.).

Wesentlich für die Gestaltung des öffentlichen Raums ist die direkte Durchgriffsmöglichkeit von Seiten der öffentlichen Hand. Viele der hier vorgeschlagenen Maßnahmen für den öffentlichen Raum sind kurzfristig umsetzbar und bieten so eine gute Möglichkeit, die Entwicklungen im Kaiser-Josef-Viertel unmittelbar zu steuern. Andere Szenarien wie beispielsweise der "Burgpark" sind wiederum als Visionen im Hinblick auf ein zukünftiges Villach 2030 formuliert, um langfristige Potenziale und Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Es sei nochmals herausgestellt, dass die skizzierten Maßnahmen als Grundlage und Anregung für eine weiterführende Diskussion zu verstehen sind. In keinem Fall sind die Vorschläge als sofort umsetzbare 'Top-Down-Projekte' konzipiert. Die Verfasser dieser Studie weisen als Verfechter eines partizipativen Planungsansatzes darauf hin, dass eine nachhaltige Akzeptanz des öffentlichen Raums in erster Linie durch eine proaktive Einbindung der Bevölkerung erreicht werden kann.

VII. LITERATURLISTE

IN CHRONOLOGISCHER REIHENFOLGE DER ZITATE

LITERATURLISTE

CIMA Österreich GmbH, Wirtschaftliches Masterplankonzept zur unterstützung der "Altstadtoffensive Villach", Ried im Innkreis, 2006

Stadt Villach, Statistisches Jahrbuch, Villach 2011

Stadt Villach, Statistisches Jahrbuch, Villach 2014

Netzwerk Innenstadt NRW, Kurs Innenstadt NRW, Düsseldorf, April 2010

VCÖ - Mobilität mit Zukunft, VCÖ-Magazin 14-05, Jan Gehl im Interview, Wien, 2014

Standort und Markt Beratungsgesellschaft m.b.H., City-Retail 2013 | 14, Baden, 2014

Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen, Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufscentern - Arbeitshilfe, Düsseldorf, Januar 2011

CIMA-Studie im Auftrag des Landesverband des Bayrischen Einzelhandels, "Wirtschaftsstandort Innenstadt", München, 2004

Handelsverband – Verband österreichischer Mittel- und Großbetriebe des Handels, Retail 3 | 2014- Magazin für den österreichischen Handel, Wien, 2014

Österreichischer Städtebund - Landesgruppe Steiermark, Weißbuch Innenstadt, Graz, 2014

Christa Reicher | Thomas Kemme, Der öffentliche Raum, Berlin, 2009

Bernhard Hue, Dokumentation zur Tagung: Der öffentliche Raum, Frankfurt am Main, 1999

LITERATURLISTE

Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Öffentlicher Raum und Stadtgestalt, Bonn, 2003

Klaus Selle (Hsg), Plätze, Parks und Co., Detmold, 2010

Industrie- und Handelskammer Hannover, Erfolgsfaktoren von Fußgängerzonen, Hannover, 2009

Wolfgang Christ et al: Shopping_Center_Stadt — urbane Strategien für eine nachhaltige Entwicklung, Gelsenkirchen|Weimar 2003

Ulrich Hatzfeld, Malls und Mega-Malls – globale Investitionsstrategien und lokale Verträglichkeit, Dortmund, 1998

Jan Wehrheim (Hsg.), Stadt, Raum und Gesellschaft, Band 24: Shopping Malls - Interdisziplinäre Betrachtungen eines neuen Raumtyps, Wiesbaden, August 2007

Martin Putschögl, Frequenzerhebung: Warum ein Center ins Zentrum gehört, in: Der Standard, 13 | 14.09.2014

Rockinger, Schneider, Skorka, Schlussbericht: Quartiersbildung – Aufwertung eines Stadtquartiers im Rahmen des Modellprojektes "lebenfindetinnenstadt" 2006 | 2007, Fürstenfeldbruck, 2007

Bundesministerin für Verkehr, Innovation und Technologie, Gesamtverkehrsplan für Österreich, Wien 2012

Monica Popp, Innenstadtnahe Einkaufszentren, Besucherverhalten zwischen neuen und traditionellen Einzelstandorten, Passau 2002

Mestna občina Ljubljana, Portrait of a City, Ljubljana, Oktober 2014

