Der Städtetourismus boomt. Doch allzu viele Besucher bringen das Gleichgewicht vieler Städte zum Kippen. Wenn die Geschäfte für den täglichen Einkauf verschwinden und Mieten für Einheimische unleistbar werden, gibt es Handlungsbedarf.

Text: Brigitte Suchan

Venedig ist von Tagestouristen überfüllt.
Foto: Giuliano Koren/Corbis

Wann ist genug zu viel?

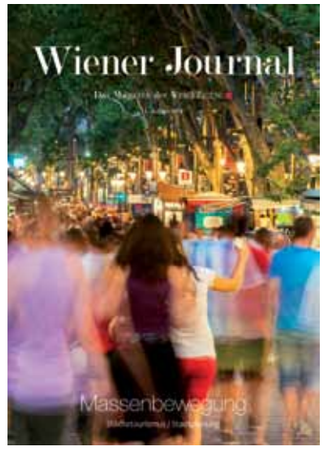
Barcelona steht auf der Wunschliste vieler Reisender ganz oben. Etwa 10 Millionen Besucher jährlich kann die katalanische Stadt am Mittelmeer verbuchen, um ein Vielfaches mehr als noch vor einigen Jahren. Die riesigen Kreuzfahrtschiffe spülen Tausende Touristen täglich in die Altstadt. Dort wird es den Einheimischen langsam aber sicher zu viel. Der Markt an den Ramblas zum Beispiel ist überfüllt mit Touristen, die eifrig knipsen, was die Marktstandler feilbieten. Nur die wenigsten kaufen etwas – was sollten sie mit frischem Fisch oder Gemüse auf ihrem schwimmenden Hotel, in das sie nach der Stadtbesichtigung wieder zurückkehren, auch anfangen. Die Bewohner von Barcelona aber, die den Markt für den täglichen Einkauf nutzen, haben keine Lust mehr, sich durch die Massen zu drängeln. Die Standler, die nur mehr als Fotomotiv dienen, verdienen inzwischen zu wenig, um ihre Geschäfte zu betreiben und sind in ihrer Existenz gefährdet.

Laut der europäischen Statistikbehörde Eurostat führt Spanien mit knapp 250 Millionen Übernachtungen aus dem europäischen Ausland das Ranking der klassischen Urlaubsländer an, gefolgt von Italien, Frankreich, Großbritannien und Österreich auf dem fünften Platz.

„Wir machen immer noch Werbung und Marketing für mehr Touristen, aber wenn es so weitergeht, müssen wir in eine andere Richtung denken und den Massenstrom reduzieren“, sagt die Fremdenführerin Maria aus Granada, die selbst ein kleines Tourismusunternehmen leitet. Sie stammt aus Malaga, das bis vor wenigen Jahren abseits der großen touristischen Routen lag. Die Altstadt verkam, die Menschen wollten in den schicken, modernen Vierteln an der Strandpromenade leben. Vor zehn Jahren begann die Stadtverwaltung Malaga als Picasso-Stadt zu vermarkten, weil Picassos Geburtshaus in der Altstadt liegt, und gründete das Picasso-Museum. Schon in den ersten drei Jahren ging die Rechnung auf, und das historische Zentrum wurde revitalisiert. Weitere drei Jahre später waren die Geschäfte für den täglichen Bedarf in den Straßen rund um das Museum Souvenirläden und Tapasbars gewichen. „Der Massentourismus zerstört die Strukturen“, meint Anna und führt auch Granada als Beispiel an. Vor zehn Jahren gab es ein Fünf-Sterne-Hotel in Granada, heute sind es fünf, und es werden noch mehr. Drei Millionen Besucher jährlich kommen nach Granada, um in erster Linie die Alhambra zu sehen. Dort hat man die Besucherströme bereits reguliert, der Eintritt zu den Nasridenpalästen mit dem berühmten Löwenhof ist nur während der auf der Eintrittskarte angegebenen halben Stunde möglich, da die Kapazität auf 300 Personen pro halbe Stunde beschränkt ist. Man sollte sich mindestens ein Monat im Voraus anmelden, empfiehlt Anna, wenn man nicht stundenlange Wartezeiten in Kauf nehmen möchte.

Lange Wartezeiten und Menschenschlangen findet man auch vor den Sehenswürdigkeiten in den Städten Italiens. „In den Sommermonaten kann man kaum über die Piazza gehen, so viele Menschen stehen da angestellt, um in den Dom zu kommen“, klagt die Stadtführerin Alessandra, die überhaupt nicht versteht, warum die Touristen in Scharen ausgerechnet im Sommer, bei brütender Hitze, nach Florenz kommen. „Im November ist es doch viel schöner!“

Die Kehrseite des Massentourismus beschreibt die Filmdokumentation >



Hätte uns auch gut gefallen

ALTERNATIVE TITELSEITE

Foto: Stefano P. Markovina/JAI/Corbis

Wir stellen vor

Marie-Thérèse DEMBLIN DE VILLE

AUTORIN

Beiträge im WJ seit: 2011

Hat neben ihrem Medizinstudium und Sommerstudien im Fashiondesign in New York und London bei Daniel Swarovski Paris und Diva gearbeitet und immer schon gerne die Welt bereist.

Fotos: selfies

> „Das Venedig-Prinzip“ von Andreas Pichler drastisch: Das Venedig von früher war ein Dorf, heute strömen 30 Millionen Besucher pro Jahr in die Stadt. Die Nahversorgung ist zusammengebrochen, weil die Läden hauptsächlich Souvenir-Ramsch verkaufen. Wohnraum ist so teuer, dass viele sich die Mieten nicht mehr leisten können und aufs Festland ziehen müssen. Das führt dazu, dass auch Postämter, Krankenhäuser und Schulen geschlossen werden, weil es in der Stadt zwar viele Besucher gibt, aber nur noch wenige Einwohner. In einem Worst-Case-Szenario wurde berechnet, dass 2030 niemand mehr in Venedig wohnen wird. Milliarden aus dem Tourismusgeschäft fließen in internationale Konzerne, aber die Stadt ist praktisch wehrlos.

Ströme lenken

Eine Milliarde Reisen werden derzeit pro Jahr weltweit gezählt. Diese Zahl wird sich bis 2020 verdoppeln, sagen die Prognosen der Tourismusexperten voraus. Der Städtetourismus in Österreich legt schon seit langem überdurchschnittlich stark zu und wird dies bis 2025 auch weiter tun, so das Ergebnis einer Tourismus-Studie des WIFO-Experten Egon Smeral. Sie zeigt, dass sich der Anteil der Städte (Bundesländerhauptstädte und Wien) an den Übernachtungen zwischen 1975 und 2012 fast verdoppelt hat. Laut Smeral ist das wirtschaftlich umso bedeutender, weil Gäste in den Städten pro Tag mindestens um die Hälfte mehr ausgeben als im Gesamttourismus.

Der Städtetourismus boomt also. Es hat den Anschein, dass er in den nächsten Jahrzehnten Wachstumsmotor für den gesamten europäischen Tourismus sein wird: In Kontinentaleuropa sind von 2000 bis 2012 die Gesamtnächtigungen jährlich um durchschnittlich 1,3 Prozent gestiegen, in Städten aber um 3,7 Prozent, vermeldete das Branchenblatt „Tourist Austria International“ kürzlich. Das klingt angesichts der Zustände in vielen europäischen Städten wie eine wilde Drohung. Kann sich noch jemand daran erinnern, dass man vor nicht allzu langer Zeit ohne größere Probleme einfach in ein Museum gehen konnte oder in eine Kirche, ohne sich dafür im Internet anmelden oder stundenlange Wartezeiten in Kauf nehmen zu müssen? Abgesehen davon, dass sich auch

Um in die Gemäldegalerie der Uffizien in Florenz zu kommen, nehmen Besucher stundenlange Wartezeiten in Kauf.
Foto: Marco Bucco / Epa / picturedesk.com

die Menschen der Schwellenländer mit so riesigen Märkten wie China, Russland, Indien oder Brasilien zunehmend auf Reisen begeben – was zieht die Menschheit im Urlaub so vehement in die Städte?

Der Städteboom hat viele verschiedene Faktoren meint Josef Peterleithner, Präsident des Österreichischen ReiseVerbandes (ÖRV). Er nennt im Gespräch mit dem „Wiener Journal“ unter anderem das veränderte Reiseverhalten, nicht nur der Österreicher: „Es wird nicht mehr ein großer Urlaub gebucht, sondern mehrere Kurzreisen, Städte bieten sich da an. Da steht ein großes Angebot an verschiedenen Unterkunftsmöglichkeiten und Flugverbindungen zur Verfügung, das viel einfacher gebucht werden kann als früher. Auch der Bereich Social Media spielt eine nicht zu unterschätzende Rolle. Junge Menschen sind sehr vernetzt und international unterwegs, sie sind viel reiseerfahrener als noch ihre Elterngeneration. Sie können auf leicht zugängliche Informationen zurückgreifen zum Beispiel auf Tipps von Freunden auf Facebook oder Twitter, Reiseführer-Apps und vieles mehr. Und natürlich tragen auch die Billigflieger zum Boom der Städtereisen bei.“

„Das Problem ist mit den günstigen City-Tours im Kontext von Billigfluglinien und dem Kulturmarketing, das die Städte betreiben, um Touristen anzulocken, außer Kontrolle geraten“, analysiert Kurt Luger, Leiter der Abteilung Transkulturelle Kommunikation und Unesco-Lehrstuhlinhaber „Kulturelles Erbe und Tourismus“ an der Universität Salzburg, für das „Wiener Journal“. „Zu viele Touristen zur selben Zeit am selben Platz zerstören oder beeinträchtigen das Erleben dessen, weswegen sie eigentlich die Reise machen: die einzigartige Wahrnehmung berühmter Kunstwerke, die spezielle Anmutung einer historischen Altstadt, die großartige Welterbe-Architektur, das positive Gefühl, seinen kulturellen Horizont hinauszurücken.“

Gefährdet der Massentourismus Kulturdenkmäler? Sollte man an Strategien arbeiten, um Touristenströme zu lenken? Dazu Luger: „Lösungen für Städte wie Venedig und Florenz, mit geringerer Dringlichkeit auch für Salzburg, also relativ kleinen Städten mit großer Berühmtheit und einer Anhäufung von Höhepunkten kultureller Leistungen, gibt es derzeit nicht, sieht man von Lenkungsmaßnahmen ab, wie sie im Schloss Schönbrunn angewendet werden: Tausend Besucher pro Zeiteinheit sind genug, wären mehr im Haus, würde dies die Qualität der Wahrnehmung reduzieren, der Kulturgenuss nimmt ab und der Vandalismus zu. In größeren Städten wie Wien oder Paris lässt sich dieses Problem abfedern, obwohl auch dort Lenkungsmaßnahmen wie zeitliche Entzerrung, etwa günstigere Angebote in der Nebensaison etc., sinnvoll sind. Altstädte werden insbesondere von Tagestouristen – meist Bustouristen oder Individualreisende mit dem Auto – überlaufen. Eine Zusammenarbeit mit Busreiseunternehmen wäre vernünftig, um eine zeitliche Kompression zu vermeiden. Altstädte kurzfristig zu sperren

Die Teenager von heute sind Weltenbummler, ergab eine Studie von Club Med.

geht aber nicht so einfach, das tut dem Tourismus nicht gut. Da hat es Schloss Schönbrunn leichter, auch in Versailles wird dies seit Jahren praktiziert. Langfristig wird man aber um eine Besucherstromlenkung in den Hot Spots nicht herumkommen“, meint der Unesco-Experte.

Auch Egon Smeral stellt in seiner Studie die Frage, warum der Städtetourismus so außerordentlich boomt, und beantwortet sie so: „Weltweit leben immer mehr Menschen in Städten und haben Geld für Reisen zur Verfügung, das sie zunehmend für Sightseeing in anderen Städten ausgeben.“ Mehr Geld für Dienstleistungen und Freizeitgüter werde auch deshalb auf Reisen ausgegeben, weil bei diesen Menschen der Bedarf an Grundgütern und dauerhaften Konsumartikeln bereits ausreichend gedeckt sei. Dazu komme noch ein ausgeprägter Trend zu Kurztrips mit Kulturreisen. Auch dabei sei der Grund in einer gewissen Marktsättigung zu sehen: Massentouristische Angebote verlören Marktanteile – sie wurden >

> schon ausreichend konsumiert –, nun würden höherwertige Individual-Reiseformen gesucht. Das Publikum sei global reiseerfahren, flexibel, unabhängig, anspruchsvoll und weniger preisempfindlich, so Smeral. Es bevorzuge kürzere, maßgeschneiderte Aufenthalte mit hochspezialisierten Reiseerlebnissen. Nichts entspreche dem besser als Städtereisen. Zudem seien Städte leicht mit dem Flugzeug erreichbar. Das macht sie zu Hauptgewinnern der Globalisierung, mit der die wachsende Anzahl von Gästen aus Fernmärkten einhergehe. Nicht zuletzt kommt dem Städtetourismus zugute, dass seine wichtigste Zielgruppe rapide wachse: Die meisten Städtereisenden seien selbst Städterinnen und Städter. Der weltweite Trend zur Urbanisierung bleibe bestehen: Bis 2030 werden fünf Milliarden Menschen in Städten leben, fast zwei Milliarden mehr als 2000.

„Der typische Städtetourist ist überdurchschnittlich gebildet", in Österreich sei er um die 40 Jahre alt, er „ist sehr technologieaffin, aber auch kritisch", sagt Norbert Kettner, Geschäftsführer des Wien Tourismus. „Er schaut sich genau an: Wo fahre ich hin, und was wird mir dort geboten?" Jeder sechste Städtetourist ist nach Expertenschätzungen inzwischen ein „Kulturnomade" – ein Urlauber, der international von einem Kulturevent zum anderen reist. Das sei eine hochinteressante Gästeschicht, so Dieter Hardt-Strehmayr, Präsident von European Cities Marketing: „Die haben Geld, die haben Zeit, die nutzen diese Zeit nicht nur zu den Hauptsaisonen, sondern auch in den Nebensaisonen. Das macht sie für die Städte so spannend."

Nachhaltigkeit bitte warten

Während also die Bereisten oftmals schon genug davon haben, von nicht enden wollenden Touristenströmen entdeckt zu werden, basteln Veranstalter und Marketingexperten eifrig weiter an Konzepten, die noch mehr Gäste ins jeweilige Land bringen sollen. Selbst in der Branche Tätige sprechen hinter vorgehaltener Hand schon von Gier. Kaum ein Wirtschaftszweig spült so zuverlässig Geld in die Kassen wie die Tourismusindustrie. Geld, das viele Staaten im südlichen Europa etwa bitter nötig haben. Der Tourismus macht fast ein Fünftel der griechischen Wirtschaftsleistung aus. Im vergangenen Jahr hat dieses florierende Geschäft dazu beigetragen, dass Griechenland zum ersten Mal seit 1948 einen Überschuss in seiner Leistungsbilanz erzielen konnte. Wer fragt da schon nach, ob touristische Angebote noch sozial verträglich sind?

Eine wenig optimistisch stimmende Umfrage, die der Österreichische Reise-Verband in Zusammenarbeit mit der Best-Sabel-Hochschule Berlin unter allen österreichischen Reisebüros durchgeführt hat, ergab, dass Umweltschutz und soziale Verantwortung nur für 25 Prozent der österreichischen Reisebürokunden wichtig sind, nur 9 Prozent fragen konkret nachhaltige Produkte im Reisebüro nach, in Deutschland sind es gar nur 5 Prozent. Die Möglichkeit der CO_2-Kompensation durch einen Aufpreis, der Klimaschutzorganisationen zu Gute kommt, interessiert überhaupt niemanden. Zwar belegen mehrere Studien, dass die Gruppe der LOHAS (Lifestyles of Health und Sustainability), die in ihrer Freizeit Wert auf nachhaltige Produkte legen, kontinuierlich wächst, doch in der Reisebranche spielt Nachhaltigkeit noch eine untergeordnete Rolle. „Der Kunde ist nicht bereit, für nachhaltige Produkte mehr zu bezahlen", bringt es ÖRV-Präsident Josef Peterleithner auf den Punkt. „Da ist noch jede Menge Überzeugungs- und Aufklärungsarbeit nötig." ⌟

Nur noch vier Stunden Wartezeit ... Foto: Carlo Ferraro / Epa / picturedesk.com

Der Tourismus braucht auch Einkaufsstraßen wie die Getreidegasse in Salzburg.
Foto: Austrophoto / F1Online / picturedesk.com

Tourismus braucht Einzelhandel

Es ist ein heißer Donnerstag auf der Wiener Kärntner Straße: Eine junge Japanerin blickt sich suchend um und fragt mehrere Passanten nach einem „Supermarket". Denn die Touristin will ihren Durst nicht in der teuren Innenstadt-Gastronomie löschen, sondern sich bloß eine Flasche Mineralwasser zum Mitnehmen kaufen. Allein, den Supermarkt sucht sie auf der Kärntner Straße vergeblich.

Eine Szene, die auch auf der Salzburger Getreidegasse, der Piazza Navona in Rom oder der Pariser Avenue des Champs-Élysées spielen könnte. Auf vielen touristischen Einkaufsmeilen sucht man Supermärkte vergeblich – ein Zeichen von Fehlplanung? „Nein", meint der berühmte deutsche Stadtplaner Walter Brune im Gespräch mit der „Wiener Zeitung": „Supermärkte gehören nicht auf die Haupteinkaufsstraße, sondern in die nahegelegenen Straßen dahinter, als Nahversorger für die örtliche Bevölkerung." (Tatsächlich findet unsere Japanerin in der Mahlerstraße ums Eck einen Billa).

Das Schlimmste, was man einer Stadt, die auch von Besuchern lebt, antun könne, sei eine Verlagerung des Einzelhandels aus dem historisch gewachsenen Kontext hinaus, warnt der berühmte deutsche Städteplaner Walter Brune. Ein Fehler, den er selbst einst im Ruhrgebiet gemacht hat.

Text: Mathias Ziegler

Apropos Fehlplanung: Die entdeckt Brune – nicht nur in Wien, sondern in vielen europäischen Städten – an anderer Stelle. Und sie hat durchaus auch mit einkaufenden Touristen zu tun. Dem Stadtplaner und Architekten sind nämlich jene Shopping Center auf der grünen Wiese ein Dorn im Auge, die „den gewachsenen Einzelhandel aus der Innenstadt heraus unter ihr Dach ziehen, was so ziemlich das Schlimmste ist, was einer Stadt passieren kann." Die Folgen bekommen mehrere Wirtschaftsbereiche zu spüren: Erstens verlieren hunderte Ladeninhaber ihre Existenz, „weshalb diese Gewinnverlagerung auch aus sozialen Gründen kritisch zu sehen ist". Zweitens ist es für die Hausbesitzer eine dramatische Entwicklung, „weil ihnen das Erdgeschoß ausgeräumt wird, und >

> da zieht oft lange Zeit keiner mehr ein“. Und drittens leidet der Tourismus. Denn zugleich wird die Innenstadt immer leerer – und mittelgroße „Schlafstädte“ ohne urbanes und kulturelles Leben ziehen auch keine Touristen mehr an, warnt Brune.

„Theater, Diskotheken, Opern, Kinos, Museen, Kirchen – all diese Elemente einer Kultur, die in der Innenstadt gewachsen sind, brauchen auch Menschen, die in eben dieser leben“, betont der Stadtplaner. „Wenn die aber nicht nur außerhalb dieses Bereichs arbeiten, sondern auch extern einkaufen, dann verödet die Innenstadt. Und das ist ein Verbrechen an der Stadt.“ Er versteht nicht, dass „die Zerstörung unserer Kulturstädte widerspruchslos hingenommen wird“. Die Politik sei dringend gefordert, hier als Gesetzgeber einzuschreiten, um weiteren Schaden zu verhindern, „zumindest in den Städten, die noch nicht davon heimgesucht worden sind“.

Aus ihm spricht der geläuterte Architekt. Anfang der 1970er, als es in Europa noch kein einziges richtiges Shopping Center gab, hat Brune nämlich selbst das erste große Einkaufszentrum geplant, und zwar nahe der deutschen Stadt Mülheim, direkt neben der Autobahn. Es sollte eine Alternative zum innerstädtischen Einkaufen für die Bewohner des Ruhrgebietes sein. Jedoch: „Nach zwei Jahren hatten Mülheim und auch das benachbarte Essen ihren innerstädtischen Einzelhandel weitgehend verloren. Die berühmte Schloßstraße in Mülheim war so gut wie leer, da spielten Kinder Fußball.“ Damals schwor sich Brune, nie wieder ein Einkaufszentrum zu bauen und stattdessen den Kampf dagegen aufzunehmen. Und den führt der 88-Jährige nun seit vier Jahrzehnten. In dieser Zeit hat sich laut ihm auch die Schloßstraße noch immer nicht erholt, während das Shopping Center blüht. Brune indes hat das mittlerweile fünfte Buch gegen diese Entwicklung geschrieben, in dem er sich gegen eine weitere Steigerung des Shopping Centers auf der grünen Wiese wendet: das Factory Outlet Center, in dem die Textilketten noch billigere Stücke verschleudern, „die in Billiglohnländern eigens dafür produziert, aber als vergünstigte Trendstücke vom Vorjahr verkauft werden“. Mindestens genauso schlimm wie externe Shoppingtempel findet Brune allerdings auch Einkaufszentren, die isoliert in der Stadt stehen, ohne Anbindung an das urbane Gewerbe. „Die sind genauso schädlich für den natürlich gewachsenen Einzelhandel rundherum. Und ich verstehe auch nicht, warum ein Bahnhof unbedingt ein solches Shopping Center dazu braucht.“ Auf dem Flughafen stört es ihn hingegen kaum: „Sie müssen bedenken, dass die Menschen dort nicht shoppen gehen, wenn sie in einer Stadt ankommen, sondern dass die Fluggäste sich vor dem Abheben noch schnell mit Dingen eindecken, die sie sonst ohnehin im Ausland kaufen würden.“

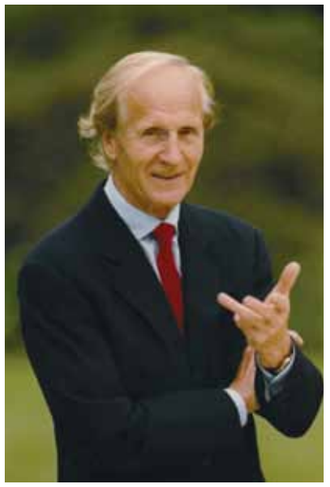
Der Architekt Walter Brune versteht die Vorteile der SCS für die Kunden, er plädiert aber für Galerien direkt an den Einkaufsstraßen in der Stadt.
Fotos: APA/Herbert Pfarrhofer, Ringstraßen-Galerien

Der geläuterte Architekt Walter Brune versteht nicht, „dass die Zerstörung unserer Kulturstädte widerspruchslos hingenommen wird.“

Alles unter einem Dach und viele Parkplätze

Brune versteht aber natürlich den Reiz eines überdachten Einkaufszentrums, in dem der Kunde alles vereint findet. Und in dem die Preise so niedrig >

Zu breit dürfen Fußgängerzonen wie nun auf der Mariahilfer Straße nicht sein, warnt Walter Brune (u.).
Fotos: Christian Kreuziger/picturedesk.com, Brune Immobilien GmbH



> sind, dass man mit ein paar Stücken die Tankrechnung schon wieder herinnen hat. Was – auch hier sind wir bei einer Form von Tourismus – zum Beispiel viele Ostösterreicher an Shopping Centern nördlich der Grenze schätzen. „Aber es ist eben ein städtischer Ersatz", sagt Brune, „eine Konkurrenz und keine Ergänzung. Während die Besucher bequem einkaufen können, stirbt nebenan die Stadt, aus der sie kommen." Die Zerstörung der Urbanität trifft in erster Linie die ältere Bevölkerung, „aber auch die Jungen werden ja irgendwann älter, das sollten sie bedenken".

Ein wesentlicher Punkt, der aus Sicht der Kunden für die Shopping Center spricht, ist das kostenlose und umfangreiche Parkplatzangebot. Innerstädtische Einkaufsstraßen können hier selten mithalten. Dabei sei es ein großer Fehler, die Zufahrt mit dem Auto zu erschweren, warnt Brune: „Sie müssen bedenken, dass das Auto einen Kofferraum hat und somit die größte Einkaufstasche ist. Wer die Autos verbannt, verdrängt damit Kunden." Deshalb ist Brune auch teilweise skeptisch, was reine Fußgängerzonen betrifft.

Und in Hinblick auf die nun autofreie Mariahilfer Straße spricht er noch einen wichtigen Punkt an, den man bei der weiteren Umsetzung des Projekts nicht vernachlässigen dürfe: „Eine Fußgängerzone darf nicht zu breit sein. Denn wenn die Leute in der Mitte Platz zum Gehen haben, schauen sie nicht mehr in die Schaufenster links und rechts, und das senkt den Umsatz der dortigen Geschäfte um 15 bis 18 Prozent." Wichtig sei es deshalb, zwischendurch Hindernisse einzubauen, zum Beispiel in Form von Schanigärten. Denn viel Platz in der Mitte einer Fußgängerzone ziehe auch Demonstrationen magisch an – und die wiederum seien ebenfalls schlecht fürs Geschäft der ansässigen Einzelhändler.

NACHLESEN

Walter Brune: „Die Stadtgalerie – Ein Beitrag zu Wiederbelebung der Innenstädte". Campus Verlag (1996); 240 Seiten; 9,50 Euro

Walter Brune: „Angriff auf die City – Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen". Droste Verlag (2006); 286 Seiten; 16 Euro

Holger Pump-Uhlmann: Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie – Bauten für den Handel von Walter Brune. Verlag Jovis Berlin (2011); 176 Seiten; 34 Euro

Walter Brune: „Factory Outlet Center – Ein neuer Angriff auf die City". Immobilien Zeitung Edition (2014); 120 Seiten; 24,90 Euro

Die Stadtgalerie als Ausweg

Brune wettert aber nicht nur gegen verfehlte Stadtplanung und schädliche Shopping Center. Er hat auch durchaus eine sinnvolle Lösung parat, um den Einzelhandel – und damit auch die Tourismusstädte – zu retten. Er schlägt innerstädtische Galerien mit angeschlossenem Parkhaus vor: „Nehmen Sie einen brachen Block direkt an einer Einkaufsstraße und setzen Sie dort mehrere kleine Geschäfte hinein. Das ist eine gute Ergänzung, weil dort auch jene Händler und Gastronomen einen Platz finden, die sich die hohen Mieten draußen an der Hauptstraße nicht leisten können." Diese sind aber wichtig, betont er: „Wenn eine Boutique 300 Euro pro Quadratmeter bezahlen kann, ein Café aber nur 30 Euro, ist klar, wer rausfliegt. Aber wenn nicht beides vorhanden ist, schadet das der ganzen Einkaufsstraße." Wichtig ist auch hier eine Durchmischung, sagt Brune. „Und auch das Sortiment muss zwischen Straße und Galerie gut abgestimmt sein, damit beides einander ergänzt und nicht einander gegenseitig Kunden wegnimmt."

Eine solche Stadtgalerie darf freilich nicht zu groß sein, sonst hat sie den gleichen Effekt wie ein abgeschottetes Einkaufszentrum. „Wenn die Leute hinten mit dem Auto reinfahren, drinnen einkaufen und dann wieder hinten rausfahren, ohne vorne rausgegangen zu sein, bringt es der Stadt wieder nichts." Für die Wiener Kärntner Straße zum Beispiel nennt er 15.000 Quadratmeter als sinnvolle Größe für eine solche Galerie. „Dafür würde sich sicher ein guter Standort finden lassen."

In Wien sucht er die ideale Einkaufsstraße bisher vergeblich: Der Mariahilfer Straße fehle eine geeignete Autoanbindung, die Ringstraßen-Galerien seien im Ansatz gut, aber etwas zu weit weg von der Kärntner Straße, das Donauzentrum wiederum sei ein Beispiel für ein isoliertes innerstädtisches Einkaufszentrum. Aber er sieht viele Örtlichkeiten, an denen eine Stadtgalerie ganz leicht geschaffen werden könnte. „Wenn der Wille da ist, schafft man es auch", ist Brune überzeugt. Er wartet nur auf den Anruf der Planungsstadträtin. ⌟