



# ARKADEN WÄREN ES GEWESEN

Tulln hat sich mit einem moderierten Prozess ein neues Gesicht gegeben – die Shopper am Hauptplatz freut's, allein: Manche sehen nur die zweitbeste Lösung realisiert.

Autor: Rudolf Preyer

**E**s war Dagmar Dittrich von der gleichnamigen Agentur für Stadtentwicklung und Kommunikation, die den Tullnerinnen und Tullnern diesen Floh ins Ohr gesetzt hatte: Arkaden müssten es – im Zuge des städtischen Faceliftings – schon sein.

Dittrich wurde eingeladen, den Tullner Stadtentwicklungs-Prozess zu moderieren. Sie begründet ihren gestalterischen Vorschlag für die Einkaufspassagen am Hauptplatz und in Nebengassen so: „Arkaden waren Jahrhunderte Markenzeichen für die besten Geschäftsstraßen der Städte.“

Aus dreierlei Gründen, so Christian Mikunda, Vordenker der Erlebniswirtschaft und Begründer der Strategischen Dramaturgie, werten Arkaden Einkaufspassagen auf und beleben folglich Innenstädte: Zum ersten bilden sie einen sogenannten „dritten Ort“ – ein emotional hochaufgeladenes „Home Away From Home“; zum zweiten bieten Arkaden eine psychologische Orientierungshilfe – eine „kognitive Landkarte“ der Stadt; und zum dritten spielen Arkaden mit der Dichotomie Innen/Außen. Oft zitiert wird innerstädtische Architektur, vulgo Häuserfassaden. Was sich ehemals kulissenhaft gestaltete, wird heute „designig“ angegangen: All diese Bemühungen zeitigen freilich nur Erfolg, sofern Stadt- und Mall-Marketing Hand in Hand arbeiten.

Kaum beginnt es zu regnen, halbiert sich erfahrungsgemäß der Kundenstrom fast um die Hälfte – eine Regenwoche kann geschäftlich kaum mehr eingeholt werden. In der prallen Sonne hingegen macht bei aufgeheizten Gehsteigen das Flanieren entlang der Hauptplatz-Auslagen keinen Spaß, die Geschäftsstraßen und Innenstädte sind dann fast menschenleer.

Arkaden als Universal-Wetterschutz wären also die Antwort gewesen, formschön ausgeführt werden sie auch zum Markenzeichen.

## Et in Arcadia ...?

Aufgrund der mangelnden Attraktivität im Branchenmix gingen dem Bezirk Tulln jedes Jahr rund 130 Millionen Euro Kaufkraft verloren. Erklärtes Ziel des Stadtentwicklungs-Prozesses war es, zumindest die Hälfte des Kaufkraftverlustes wieder in die Stadt (zurück) zu holen.

Großes Plus: Es gelang, die fehlenden Magnete, die fehlenden Marken-Großanbieter über das Einkaufszentrum, das harmonisch in das bestehende Stadtensemble eingefügt wurde, in der Innenstadt anzusiedeln.

Allerdings: Für viele Bürger stellt sich prinzipiell die Frage, weshalb sie ihre Einkäufe überhaupt in der Innenstadt erledigen sollen – Einkaufszentren und Fachmärkte auf der

Tulln wurde schöner!  
Unter dem Hauptplatz  
ist die Tiefgarage und  
oberhalb wird wieder  
stärker eingekauft.

grünen Wiese bieten mitunter ein größeres Angebot und sind besser erreichbar.

Natürlich sei die Wetterbilanz von Jahr zu Jahr und in jeder Stadt verschieden, aber circa 60 Prozent der Tage im Jahr würden Wetterschutz benötigen, überlegt Dittrich.

Nun, Einkaufszentren an der Peripherie bieten zu meist diesen Wetterschutz und zeigen den Innenstädten, wie Kundenfrequenz gehalten werden kann: Das „Fashion Outlet Parndorf“ etwa macht es vor: Arkaden gehören dort zum „Standard-Programm“ – dem Vernehmen nach sehen die neuen Eigentümer, die Villagio Group, keinen Grund, auf den „Attraktionsfaktor Arkaden“ zu verzichten.

### Gestürzte Arkaden

„Die elementare Frage der Wettersicherheit gehört zu den schwierigsten Punkten in der Stadterneuerung“, so Dittrich. „und bedarf intensiver Betreuung, viel Geduld und ausdauernden Gesprächen.“

Zwar wären die gegensätzlichen Vorstellungen der Gemeinde, der Anrainer und des Denkmalschutzes durchaus unter einen Hut zu bringen gewesen – allein: auf den letzten Metern kamen die für Tulln geplanten Arkaden zu Sturz.

Zurückgeschärft. Etablierte, große Einkaufsstädte stagnieren – Bezirksstädte hingegen legen bei der Verkaufsfläche zu. Überdies sehen Experten ein enormes Investitionspotenzial gerade in den Innenstädten der Bezirksstädte: Zwischen 30 und 100 Millionen Euro an primär privaten (!) Investitionen in die Stadterneuerung für neues Leben in alten Häusern sowie für Neubauten wären in den 140 Innenstädten Österreichs in den nächsten zehn Jahren erzielbar.

Viele Städte besitzen zweifellos Lücken im Branchenmix. Besonders schwierig ist die Eingliederung von Magnetbetrieben in historische Stadtkerne. Helfen hier vielleicht Arkaden? «