

"Ich bevorzuge die Fußgängerzone in der Stadt"

Wojciech Czaja: ein Interview mit Ulli GLADIK
19. Oktober 2014

Ein Gespräch mit Regisseurin Ulli Gladik über die Doku "Global Shopping Village", die kommende Woche in den Kinos startet

Trotz der Konkurrenz durch den Onlinehandel ist die Shoppingcenter-Dichte Europas so hoch wie noch nie. Mit 320 m² Retailfläche pro 1000 Einwohner hat Österreich - nach Slowenien - die zweihöchste Dichte in Europa. Das belegen aktuelle Zahlen von RegioData. Die Spitzenposition ist alles andere als ein Grund zur Freude, meint die Wiener Filmemacherin Ulli Gladik, die von 2011 bis 2014 an ihrem filmischen Opus Magnum "Global Shopping Village" arbeitete. Der 80-minütige Dokumentarfilm, der am 24. Oktober in Wien Premiere hat, bietet traurige Bilder aus Österreich, Deutschland, Kroatien und Bulgarien. Vor allem aber schockiert er mit Informationen und Originalstatements aus den Abgründen der Immobilienwirtschaft. Diese - und nicht zuletzt die allzu beugsame österreichische Raumplanung - ist schuld daran, dass die Speckgürtel wachsen und die Innenstädte aussterben.

STANDARD: Wie kam die Idee zustande?

Gladik: Ich bin in Murau aufgewachsen. In den letzten 20 Jahren sind dort mehrere Kreisverkehre und Fachmarktzentren entstanden, gleichzeitig ist das kleinstädtische Leben im Ortskern verlorengegangen. Heute ist Murau tot. Das hat mich inspiriert, über die Thematik nachzudenken.

STANDARD: Wussten Sie zu Beginn des Projekts bereits, worauf Sie sich da einlassen?

Gladik: Die wahren Ausmaße habe ich erst erkannt, als ich auf der Real Vienna, auf der Expo Real in München und auf der MapiC in Cannes Einblick in die Immobilienwirtschaft bekommen habe. Da wird ein Shoppingcenter nach dem anderen beworben. Hier wird eine Illusion aufrechterhalten, denn in vielen ehemaligen Ostblockländern ist der private Verschuldungsgrad mittlerweile so hoch, dass die Investitionen am Marktbedarf vorbeiführen. Die Resultate sind unübersehbar. Viele Shoppingcenter sind fast leer, sind wieder geschlossen oder wurden niemals fertiggestellt.

STANDARD: Was war Ihr größter Schock während der Recherchen?

Gladik: Mein größter Schock war, wie offen auf den Immobilienmessen darüber gesprochen wird, auf welche Art und Weise man am schnellsten Geld machen kann. Der einzige Motor ist die hohe Rendite.

STANDARD: Die größte Bühne in Ihrem Film bieten Sie dem Shoppingcenter Arena in Fohnsdorf. Obwohl Fohnsdorf ein kleiner Ort ist, hat das Einkaufszentrum bereits an die 50.000 Quadratmeter Retailfläche. Wie ist das passiert?

Gladik: In einem Ort wie Fohnsdorf sind laut regionalem Entwicklungsplan 5000 Quadratmeter zusammenhängende Shoppingcenter-Fläche möglich. Mittlerweile hat die Arena wahrscheinlich schon mehr als 50.000 Quadratmeter, und sie wächst weiter. Eine Antwort war, dass es sich bei der Straße, die durch das EKZ führt, um eine öffentliche Straße handelt, und so ist die Arena per Definition kein 50.000 Quadratmeter großes Shoppingcenter, sondern eine Ansammlung von vielen Retail-Gebäuden links und rechts der Straße. So wie ich das verstanden habe, muss das ein Schlupfloch im Raumordnungsgesetz gewesen sein, das von vifen Juristen ausgelotet und ausgenutzt wurde. Jedenfalls wird die Arena als ein Shoppingcenter vermarktet. An der Einfahrt steht ein Pylon mit den Worten: "100 Geschäfte, 1 Adresse".

STANDARD: Im Film ist ersichtlich, dass Sie sich um eine Stellungnahme der Raumordnungsbehörde bemüht haben, was allerdings abgelehnt wurde.

Gladik: Mich hätte die offizielle Begründung zur Größe der Arena sehr interessiert. Und ich nehme an, die Zuschauerinnen und Zuschauer auch.

STANDARD: Wie kommt so eine Schlupflochpolitik zustande?

Gladik: Da fehlt offensichtlich der politische Wille. Außerdem, denke ich, mangelt es an einer gewissen Aufklärung, denn die Bürgermeister, die so ein Projekt begleiten und bewilligen, machen das im Gegensatz zum Shoppingcenter-Entwickler meist nur einmal im Leben, und verfügen oft nicht über das nötige Fachwissen und die nötige Erfahrung, um die Konsequenzen mitzubedenken: Zersiedelung, Abwanderung der Arbeitsplätze, hohe Infrastrukturkosten, und so weiter.

STANDARD: Würde Österreich anders aussehen, gäbe es mehr Aufklärung?

Gladik: Ich denke: ja. Ich glaube an Aufklärung.

STANDARD: Einige Shoppingcenter-Entwickler wie etwa die deutsche ECE haben sich auf Shoppingcenter in Innenstadtlagen spezialisiert. Ist das die Lösung zum Problem?

Gladik: Aus meiner Sicht nicht. Denn meist werden auch die innerstädtischen Shoppingcenter sehr groß dimensioniert und bilden ein eigenes Universum. Laut Stadtplaner Walter Brune, der als der deutsche Victor Gruen bezeichnet wird, ist ein Innenstadtcenter nur dann legitim, wenn das Shop-Angebot eine Ergänzung und keine Verdoppelung des Innenstadtsortiments ist. Das ist meistens nicht der Fall.

STANDARD: Nach all der Kritik: Gibt es für Sie persönlich auch positive Shoppingcenter-Beispiele?

Gladik: Ich finde Shoppingcenter spannend im Sinne künstlich geschaffener Orte. Und ich finde es spannend, die Menschen darin zu beobachten. Aber mir fällt kein Beispiel ein, wo ich persönlich sagen könnte: Hier fühle ich mich wohl, hier will ich mich eine Zeit lang aufhalten. Zum Einkaufen bevorzuge ich die Fußgängerzone in der echten Stadt.

STANDARD: Gibt es Wünsche für die Zukunft?

Gladik: Ich wünsche mir mehr Diskussion und mehr kritische Auseinandersetzung. Die Shoppingcenter-Entwicklung hat unsere Städte in den letzten 20 Jahren massiv verändert, und es gab wenig Diskussion darüber, wie wir in Zukunft leben und einkaufen wollen. Das würde ich gerne nachholen. Wenn das nicht passiert, dann werden die Leute die öffentlichen Räume

in der Stadt verlassen und sich immer mehr in die eigenen vier Wände zurückziehen - was sie ohnehin schon tun. Stichwort: Online-Handel. Ist das die Zukunft, in der wir leben wollen? (DER STANDARD, 18.10.2014)

Vita

Ulli Gladik (44) absolvierte die Schule für künstlerische Fotografie bei Friedl Kubelka und studierte an der Akademie der bildenden Künste in Wien. Seit 2003 ist sie freischaffende Fotografin und Filmemacherin.

<http://derstandard.at/2000006982551/Ich-bevorzuge-die-Fussgaengerzone-in-der-Stadt>

« Je préfère les zones piétonnes dans les centres-villes. »
(traduit par Bénédicte Terrisse et Elisabeth Kargl)

Interview de Ulli GLADIK
Par Wojciech Czaja
19 octobre 2014

Entretien avec la réalisatrice Ulli Gladik sur son documentaire « Global Shopping Village », qui sort la semaine prochaine dans les cinémas.

Malgré la concurrence du commerce en ligne, la concentration de centres commerciaux en Europe est plus élevée que jamais. Avec 320 m² de surface de vente pour 1000 habitants, l'Autriche a, après la Slovénie, la densité la plus élevée en Europe. Les chiffres actuels de RegioData le prouvent. Cette position en tête n'a pas de quoi réjouir, avance la cinéaste viennoise Ulli Gladik qui, de 2011 à 2014, a travaillé à son opus magnum « Global Shopping Village ». Le film documentaire de 80 minutes dont la première a eu lieu le 24 octobre à Vienne, présente des images tristes de l'Autriche, de l'Allemagne, de la Croatie et de la Bulgarie. Il choque surtout par des informations et citations authentiques des abîmes du secteur de l'immobilier. Celle-ci mais aussi la trop grande flexibilité de l'aménagement du territoire en Autriche est responsable de la croissance des banlieues riches et du déclin des centres-villes.

STANDARD : Comment vous est venue l'idée ?

Gladik : J'ai grandi à Murau. Ces vingt dernières années, plusieurs giratoires et centres commerciaux ont vu le jour tandis que la vie dans le centre de la petite ville a disparu. Aujourd'hui, Murau est une ville morte. C'est ce qui m'a incité à réfléchir à ce thème.

STANDARD : Saviez-vous dès le début du projet sur quel terrain vous vous engagez ?

Gladik : Je me suis rendue compte de la véritable ampleur de la chose lors de mes premiers contacts avec le secteur de l'immobilier au salon Real Vienne, à l'Expo Real à Munich et à la MapiC de Cannes. L'un après l'autre, les centres commerciaux sont présentés. On y nourrit une illusion car dans beaucoup de pays de l'ancien bloc de l'est, l'endettement personnel est devenu si élevé que les investissements passent à côté des besoins du marché. Les conséquences sont incalculables.

De nombreux centres commerciaux sont presque vides, ont fermé ou n'ont jamais été terminés.

STANDARD : Quel a été votre plus gros choc pendant vos recherches ?

Gladik : Mon plus gros choc a été de voir avec quelle aisance on parlait sur les salons de l'immobilier de la façon la plus rapide de faire de l'argent. Le seul moteur sont les bénéfices.

STANDARD : C'est au centre commercial Arena de Fohnsdorf que votre film accorde la plus grande place. Bien que Fohnsdorf soit une petite commune, le centre commercial dispose déjà de près de 50 000 m² de surface commerciale. Comment est-ce possible ?

Gladik : Dans un lieu comme Fohnsdorf, la loi d'aménagement régionale autorise une surface de 5000 m² d'un seul tenant pour les centres commerciaux. Entre-temps, l'Arena dispose vraisemblablement déjà de plus de 50 000 m² et elle continue de croître.

Une des réponses était que la route qui traverse le centre commercial était une voie publique et donc l'Arena n'était par définition pas un gros centre commercial de 50 000 m² mais l'assemblage de magasins situés à gauche et à droite de la route. Si j'ai bien compris, il s'agissait d'une faille dans la loi d'aménagement qui a été sondée et exploitée par des juristes futés. Quoi qu'il en soit, l'Arena se présente comme un centre commercial. A l'entrée se dresse un panneau avec le slogan « 100 magasins, une adresse ».

STANDARD : Dans le film il ressort que vous avez sollicité un commentaire des autorités compétentes, ce qui a été refusé.

Gladik : J'aurais bien aimé avoir une explication officielle par rapport à l'étendue de l'Arena. Et je pense que les spectatrices et spectateurs auraient été preneurs aussi.

STANDARD : Comment une politique qui se base sur des failles juridiques est-elle possible ?

Gladik : De toute évidence, il manque la volonté politique. De plus, les maires qui donnent leur accord à un tel projet et l'accompagnent ne sont souvent pas assez informés. Contrairement aux architectes-programmistes, ils ne le font la plupart du temps qu'une fois dans leur vie et ne disposent pas du savoir et de l'expérience nécessaires pour bien évaluer les conséquences qui sont l'étalement urbain, départ des emplois, coût d'infrastructure élevé etc.

STANDARD : L'Autriche serait-elle différente s'il y avait plus d'information ?

Gladik : Je pense que oui. Je crois à l'importance de ce travail d'information.

STANDARD : Quelques bureaux d'architectes-programmistes comme ECE en Allemagne se sont spécialisés dans la création de centres commerciaux dans les centres-villes. Est-ce la solution au problème ?

Gladik : Pas de mon point de vue. Car la plupart du temps, les centres commerciaux des centres-villes sont tellement immenses qu'ils forment un univers à part. Selon l'architecte Walter Brune qui est considéré comme le Victor Gruen allemand, un centre commercial dans la ville n'est légitime que comme complément à l'offre commerciale existant et non comme redoublement. C'est rarement le cas.

STANDARD : Après toutes ces critiques : y-a-t'il pour vous des exemples positifs de centres commerciaux ?

Gladik : Je trouve les centres commerciaux passionnants comme endroits créés artificiellement. Et je trouve passionnant d'observer les gens dedans. Mais je ne pourrais pas citer d'exemple où je pourrais dire : là, je me sens bien, là j'aimerais passer du temps. Pour faire mes courses, je préfère la zone piétonne de la vraie ville.

STANDARD : Avez-vous des souhaits pour l'avenir ?

Gladik : Je souhaite plus de discussions et plus de réflexion critique. Le développement des centres commerciaux a transformé de manière radicale nos villes ces vingt dernières années. On s'est peu demandé comment nous voulons vivre et faire nos achats à l'avenir. Je voudrais ouvrir une brèche. Si ce n'est pas le cas, les gens abandonneront l'espace public des villes pour se retrancher de plus en plus derrière leurs quatre murs, ce qui font déjà de toute façon. Il suffit de penser au commerce en ligne. Est-ce l'avenir dans lequel nous voulons vivre ?

Notice biographique

Ulli Gladik (44) a étudié la photographie artistique auprès de Friedl Kubelka avant de faire des études de l'Académie des Beaux-Arts de Vienne. Depuis 2003, elle travaille comme photographe et réalisatrice free-lance.