

GOLDEN GIRLS FILMPRODUKTION & NUKLEUS FILM

GLOBAL SHOPPING VILLAGE

ENDSTATION KAUFRAUSCH



AB 24. OKTOBER IM KINO

Ein Film von
ULLI GLADIK

GOLDEN GIRLS FILMPRODUKTION & NUKLEUS FILM PRÄSENTIEREN "GLOBAL SHOPPING VILLAGE" EIN FILM VON ULLI GLADIK. SCHNITT: ELKE GROEN, KARIN HAMMER. KAMERA: KLEMENS HUFNAGL, ENZO BRANDNER, SANDRA MERSEBURGER.
 SOUND: GREGA SVABIC, MARCO PELACI, JOHANNES PAUL HEILIG. MUSIK: CHRISTOF KURZMANN, ALEXANDRA SIMON, LUKA ZIMA. SOUND DESIGN & MIXING: FRANO HOMEN. POSTPRODUKTIONS-MANAGEMENT: STEFANIE GRÄTZER.
 COLOR GRADING: RAPHAEL BARTH. SCHNITT-ASSISTENT: CLAUDIA HAMMERER. DRAMATURGISCHE BERATUNG: DIETER PICHLER. ARASIT, T. RIAHI, MICHAEL SEEBER. PRODUKTIONSLEITUNG: KIRSTEN TISCH, SANDRA GIGERL. OFFICE MANAGER: VERONIKA KARIM.
 FILMBESCHAFFERLEITUNG: DINA MUMINOVIC. HERSTELLERLEITUNG: SABINE GRUBER, MICHAEL SEEBER. PRODUZENTEN: ARASH T. RIAHI, MICHAEL SEEBER, SABINE GRUBER, SINISA JURICIC. BUCH & REGIE: ULLI GLADIK.

globalshoppingvillage.at [facebook/GlobalShoppingVillage](https://facebook.com/GlobalShoppingVillage)

BUNDESKANZLERAMT ÖSTERREICH

ORF

FISA

Qualität
Standard
Centre

Das Land
Steiermark

FILM
FONDS
WIEN

GOLDEN GIRLS

nukeus

poly film

PRESSEHEFT

STABLISTE

Drehbuch und Regie:	Ulli Gladik
Kamera:	Klemens Hufnagl, Sandra Merseburger, Enzo Brandner
Ton:	Marko Pelaic, Grega Svabic, Johannes Paul Heilig
Schnitt:	Elke Groen, Karin Hammer
Produzenten:	Arash T. Riahi, Michael Seeber, Sabine Gruber, Sinisa Juricic

TECHNISCHE DATEN

Länge:	80 min.
Originalsprache:	Deutsch, Kroatisch, Englisch
Untertitel:	Deutsch, Englisch
Original Format:	HD
Vorführformat:	BluRay, DCP, 16:9
Tonformat:	SRD 5.1; Stereo
Drehorte:	Wien, Cannes, München, Zagreb, Steiermark, Nieder- österreich, Oberösterreich, Düsseldorf, Bulgarien
Drehzeit:	2012-2013
Fertigstellung:	März 2014
Internetauftritt:	http://www.globalshoppingvillage.at https://twitter.com/GlobalShoppingV https://www.facebook.com/GlobalShoppingVillage

Eine Koproduktion mit Nukleus Film

Mit der Unterstützung von

BUNDESKANZLERAMT  ÖSTERREICH

 Film/Fernseh-
Abkommen

 FISA
filmstandort
austriens
bmi

 Croatian
Audiovisual
Centre
Hrvatski audiovizualni centar

 Das Land
Steiermark
→ Kultur

 FILM
FONDS
WIEN



SYNOPSIS

Endstation Kaufrausch.

Global Shopping Village begleitet Shoppingcenterentwickler bei ihrer Arbeit. Wir lernen ihre Strategien kennen und folgen ihnen in die verschlungenen Netzwerke des internationalen Kapitals und korrupter Politik. Doch ihr Handeln bleibt nicht ohne Folgen. An drei repräsentativen Orten in Österreich, Deutschland und Kroatien führen uns Kritiker und Brancheninsider durch die vielfältigen Auswirkungen: Wir besuchen eine Stadt, die ihre Funktion verloren hat, sehen die Blüten von Boom und Blase und erleben, wie sich allmählich Widerstand zu formieren beginnt.

Dieser österreichische Dokumentarfilm zeigt, dass die Immobilienbranche nicht nur Auswirkungen auf das globale Finanzsystem hat, sondern dass sie auch dramatisch unsere Städte und unsere Lebenswelt verändert.

DIRECTOR'S STATEMENT

Meine Heimatstadt Murau hat sich seit Beginn der 90er Jahre rasant verändert. Während Handelsketten rund um die Stadt neue Verkaufsflächen errichteten, gaben Kaufleute sukzessive ihre Geschäfte in der Innenstadt auf. Mit der Handelskonzentration an der Peripherie wich auch das öffentliche Leben aus der Stadt. Die bunten Fachmarktzentren mit ihren Werbetafeln, Parkplätzen und Kreisverkehren prägen heute das Stadtbild. Doch nicht nur in der Provinz, auch in Großstädten konzentriert sich der Handel zunehmend auf Einkaufszentren. Ich wollte schließlich wissen, was da dahinter steckt, warum sich diese Entwicklung so rasant vollzieht, warum Einkaufszentren so beliebt sind, aber auch, warum sich der Gesetzgeber in seiner regulierenden und gestaltenden Funktion hier derart zurück hält.

2008, als die Finanzkrise ausbrach und schließlich die Osteuropablase platzte, begann für die Shoppingcenterbranche eine Reflexions- und Umorientierungsphase. In dieser spannenden Zeit führte ich die ersten Gespräche mit Brancheninsidern, später auch mit Kritiker_innen, Politiker_innen, Stadtplaner_innen und so ergab eins das andere. Ich besuchte die großen Immobilienmessen in München und Cannes, wo sich die Branche trifft, Trends bespricht, Strategien ausheckt und Deals abschließt. Ich wollte diese verschiedenen Ebenen unbedingt miteinander in Bezug stellen: Die Shoppingcentermesse, weil dort sichtbar wird, wie global der Shoppingcenterrend gesteuert wird, wie er von den Finanzmärkten und von den Expansionsbestrebungen der großen Handelskonzerne vorangetrieben wird, mit den Orten, die sich aufgrund der Entwicklung stark verändert haben. Und ich wollte die Akteure der Branche mit Menschen filmisch in Verbindung setzen, die von der Entwicklung betroffen sind.

Ich und mein (kleines) Team haben schließlich die fünf Hauptprotagonist_innen - drei Shoppingcenterentwickler, eine kritische Geschäftsfrau und einen Architekten, der die Seiten gewechselt hat, durch verschiedene Stadien ihrer Arbeit mit der Kamera begleitet. Beobachtung und Interviews wechseln einander ab. Wir besuchen mit unseren Protagonist_innen also nicht nur eine ausgestorbene, österreichische Kleinstadt, die Immobilienmessen in München und Cannes, sondern sehen auch die absurden Blüten, die entstehen, weil Investoren in Shoppingcenter investieren, ohne je vor Ort gewesen zu sein. Wir erleben, wie konstruiertes, kleinstädtisches Flair im Shoppingcenter den Konsument_innen ein Stück Heimat geben soll, damit sie nicht zum Einkaufen ins Internet abwandern.

Doch Wachstum hat Grenzen und die Frage kommt auf, ob diese Entwicklung nicht längst den Peak erreicht hat und eine Trendwende bereits eingesetzt hat. Lebensqualität, Langsamkeit, Nachhaltigkeit, Ökologie sind die aktuellen Schlagworte, und die Zukunft wird uns zeigen, ob es den großen Konzernen gelingt, diese Trends für sich zu vereinnahmen, oder ob der Handel tatsächlich regionaler, fairer und ökologischer werden wird.

Ulli Gladik, 2014

PROTAGONISTEN

Thomas Kronsteiner

ist ehemaliger Profifußballer und erfolgreicher Shoppingcenterentwickler. Er begann seine Karriere mit dem Einkaufszentrum Horn in Niederösterreich, um schließlich auch in Rumänien und Ungarn Shoppingcenter zu entwickeln. Doch die Krise stoppte seine Pläne und er musste seinen Geschäftsfokus ändern. Heute konzentriert sich Kronsteiner wieder verstärkt auf den heimischen Markt, der allerdings zunehmend Übersättigung zeigt.



Denis Cupic

war an der Entwicklung vieler Shoppingcenter in Kroatien beteiligt und arbeitet mit dem Architekten Otto Baric Junior nun an einem Shoppingcenter in Varazhdin. Cupic ist der Gründer der kroatischen „Developers-Society“, einem Lobbyverein, der sich auf politischer Ebene für Erleichterungen bei Projektentwicklungen einsetzt. Aufgrund seiner Tätigkeit kennt er alle in Kroatien aktiven „Player“ und die Zusammenhänge von Fondsinvestment und Shoppingcenterüberentwicklung, die hier schon absurde Ausprägungen gefunden hat.



Silvia Hartleb

ist Gastwirtin und Kulturmanagerin. Seit einigen Jahren hat sich ihre Heimat in der Obersteiermark aufgrund des Baus eines Shoppingcenters stark verändert. Die ehemalige Einkaufsstadt Judenburg ist vom Niedergang des Handels bereits gezeichnet. Die gesamte Region leidet an der enormen Verkehrsbelastung, aber auch an den ökonomischen und sozialen Folgen der Entwicklung. Silvia Hartleb setzt sich aufgrund ihrer persönlichen Betroffenheit seit Jahren mit dem Wildwuchs auf der Grünen Wiese auseinander. Sie beschäftigt sich mit Raumordnung, Stadtentwicklung, Demografie und führt einen Windmühlenkampf gegen die Verfilzung von Politik und Wirtschaft.



Walter Brune

zählt zu den markantesten deutschen Architektenpersönlichkeiten der Gegenwart. Ende der Sechziger Jahre baute Brune eines der ersten großen Shoppingcenter in Mühlheim an der Ruhr und musste dann beobachten, wie sich das Center auf die gewachsenen Städte auswirkte. Heute zählt Brune zu den schärfsten Kritikern von Shoppingcenter. Als ehemaliges Branchenmitglied kennt er sämtliche Tricks der Branche. Das Buch „Angriff auf die City“, das er gemeinsam mit dem Städteplaner Holger Pump-Uhlmann herausgab, wurde zu einem Bestseller. Walter Brune wird oft als der deutsche Victor Gruen bezeichnet.



Werner Gruber

ist Manager des zweitgrößten Shoppingcenters in der Steiermark, der Arena Fohnsdorf. Längst ist die Arena das Zentrum des Bezirks Murtal geworden, doch Gruber bangt weiterhin um ihre Vormachtstellung, die nur durch Wachstum und Vergrößerung verteidigt werden kann.



Alexander Otto

ist Geschäftsführer der Firma ECE, die als europäischer Marktführer bei innerstädtischen Einkaufszentren gilt. Sein Vater, Werner Otto, war Inhaber des bekannten Ottoversands und Träger zahlreicher deutscher Verdienstorden und Ehrenzeichen. Die Familie Otto gilt als eine der reichsten Deutschlands. Heute sieht sich die Firma ECE mit Kritik konfrontiert, denn es muss in Zweifel gezogen werden, ob die Belegung der Innenstädte, die durch so genannte innerstädtische Center in Aussicht gestellt wird, sich auch außerhalb des Centers abspielt.



PRESSEZITATE

„Ihr Film hat nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Er greift brennende Probleme im Zusammenwirken von Stadt- und Raumplanung, Immobilienwirtschaft, Politik und Verwaltung innerhalb des derzeitigen Systems der Konkurrenz und Profitmaximierung auf. Dabei schafft es der Film auf sehr anschauliche und persönliche Weise, die verheerenden Auswirkungen dieser komplexen Mechanismen auf die Gestaltung unserer Lebensräume und ihre weitreichenden Folgen für das gesellschaftliche Zusammenleben darzustellen – ganz ohne Zeigefinger. Damit leistet der Film einen wichtigen Beitrag zu einem längst überfälligen Umdenken und einer kritischen Debatte, die wir von derivate schon seit langem anregen.“

Elke Rauth, derivate – Zeitschrift für Stadtforschung

„In ihrem Dokumentarfilm Global Shopping Village porträtiert Ulli Gladik eine Branche, die teils naiv, teils zynisch der Logik des internationalen Kapitals folgt. Einer eindimensionalen Logik, die gewachsene Stadtkerne und die regionale Wirtschaft zerstört, den Autoverkehr ankurbelt und die Machtkonzentration der großen Handelsketten steigert. Der Film kommt ohne Effekthascherei und Belehrungen aus, wodurch uns seine Botschaften und Stimmungen umso subtiler und nachhaltiger beschäftigen.“

Peter A. Krobath, Stadtfrucht Wien

„In ihrem neuesten Dokumentarfilm, „Global Shopping Village“, stellt Gladik in Frage, was vielen Kleinstadt- und Stadtrandbewohner_innen längst zur Selbstverständlichkeit geworden ist: Auf der grünen Wiese steht ein Shopping Center – wieso eigentlich? „Ein Kraftplatz, ein markanter Platz, der nachhaltig den Menschen über Jahrhunderte was gibt, dort möchte mich meine Zentren ansiedeln“, hören wir einen der Shoppingcenteristen sagen, während niederösterreichische Kitschlandschaften an uns vorbeiziehen. Wo früher Kirchen gebaut wurden, sollen jetzt Shoppingcenters entstehen – wie war das mit der Religion und dem Opium und dem Kapitalismus?

In aller Widersprüchlichkeit zeichnet Gladik in ihrem Film ein Porträt des Shoppingcenters: Wie es Aufträge sichert, Stadtkerne zerstört, Jugendlichen als Freizeitangebot gilt, Politik und Wirtschaft fröhlich vereint. So nimmt es wenig Wunder, dass bei der Jubiläumsfeier des Hollabrunner Shoppingcenters nicht nur der junge, enthusiastische Bürgermeister, der Bauherr und der Betreiber, sondern auch die entsprechende Vertreterin der örtlichen Raiffeisen zum Gruppenfoto bereitsteht. „Für was sind die Politiker da?“, ist – angesichts der Großbaustellen mitten am flachen Land – die folgerichtige Frage einer Regionalplanungs-Aktivistin. Eine mögliche Antwort gibt sie selbst: „Die sind ned dazu da, dass sie die Region schädigen“.

Lisa Bolyos, Augustin

„Ich freue mich über die Qualität, den Informationsgehalt, die emotionale Berührung und die Wertschätzung den Leuten gegenüber im Film, auch wenn diese ultimativ profitgierig sind.“

Ursula Sova

„Sorgfältig, außergewöhnlich. Eine Recherche von globalem Ausmaß.“

Helmut Neundlinger, Datum

INTERVIEW

Jede Einkaufsrechnung ist auch ein Stimmzettel

Interview mit Ulli Gladik von Pia Gärtner, August 2014 (gekürzt)

Das Stadtbild vieler österreichischer Gemeinden hat sich in den letzten zwei Jahrzehnten drastisch gewandelt und damit auch die Art und Weise, wie wir konsumieren. Einkaufszentren spielen bei diesen Entwicklungen eine wesentliche Rolle. Der Dokumentarfilm *Global Shopping Village* beschäftigt sich mit der Thematik und zeigt, wie Einkaufszentren geplant und realisiert werden.

Wie kommst du zu deinen Themen, wo ist der Punkt, an dem du sagst, zu diesem Thema soll ein Film entstehen?

Das Einkaufszentren-Thema interessierte mich, seit sich meine Heimatstadt Murau in der Steiermark sehr verändert hat. Ende der 90er entstanden rund um die Stadt etliche Fachmarktszentren und die Gewerbetreibenden gaben ihre Geschäfte in der Altstadt sukzessive auf. Die Altstadt, in der es früher ein reges kleinstädtisches Leben gab, ist mittlerweile völlig ausgestorben, was auch zur Folge hat, dass die Gebäude nicht mehr renoviert werden und die Leute aus der Stadt wegziehen.

In *Global Shopping Village* werden Einkaufszentrenentwickler bei ihrer Arbeit begleitet und auch kritische Stimmen werden laut. Die Zuseher haben die Möglichkeit eine andere Perspektive einzunehmen. Ist es schwierig, sachlich zu dokumentieren, wenn man persönlich eine andere Meinung als die Protagonisten vertritt?

Für mich war die Recherche und die Arbeit am Film ein sehr intensiver Meinungsbildungsprozess, ich hatte mit den ProtagonistInnen viele spannende Diskussionen und ich habe versucht, diesem Prozess im Film eine Entsprechung zu geben. Zum Beispiel hab ich gefragt, ob es im Zusammenhang mit dem Klimawandel nicht total problematisch ist, Shoppingcenter zu bauen, die darauf ausgerichtet sind, dass die Kunden mit dem Auto hinfahren. Die Antwort, wie man auch im Film hört, war, dass es der Kundenwunsch ist, mit dem Auto einzukaufen und dass man Autos verbieten müsste, um dem Problem Herr zu werden. Jetzt werden zwar Autos nicht verboten, denn so rigoros darf der Gesetzgeber auch nicht sein, aber es gibt Klimaschutzprogramme und Raumordnungsgesetze. Welche Möglichkeiten es dann aber wieder gibt, Raumordnungsgesetze zu umgehen, das erfahren wir dann ja auch im Film.

In *Global Shopping Village* stellt sogar der Einkaufszentrumsentwickler die Frage: „Immer mehr, immer besser, immer größer- wo sind die Grenzen des Wachstums?“ Gibt es darauf eine Antwort?

Der Kapitalismus ist ja grundsätzlich immer auf Wachstum aufgebaut, der dann wieder an Grenzen stößt. Etwa, dass man keine Ressourcen mehr hat, dass z.B. die Ressource Raum erschöpft ist, oder dass die Kaufkraft nachlässt, weil die Banken keine Kredite mehr geben, oder Peakoil, also das Ende der Ölreserven würde wohl auch viel ändern. Diese Grenzen verlangen dann eine Veränderung, und jene, die als erstes die neue – bleiben wir beim Handel – Handelsform entdeckt haben, machen dann das beste Geschäft damit, alle anderen springen auf, bis dann wieder Grenzen erreicht werden.

Warum ist das Einkaufszentrum gerade bei jungen Leuten so beliebt, oft auch als Treffpunkt mit Freunden?

Die Jugend geht wohl dahin, wo etwas los ist, und wenn das Angebot in einer Stadt aus einem Trachtenmodengeschäft, einem Bioladen und einem Orthopädiebedarf besteht, das Kino und McDonalds aber im Einkaufszentrum sind, dann treffen sich die Jugendlichen natürlich eher dort. Außerdem fehlt in der Stadt oft der Raum, in dem sich junge Leute austoben dürfen, wo sie auch einmal laut sein können. Kinder und junge Familien, Geschäftstreibende und Senioren sind für die Politiker interessant, die Jugend wird da oft vergessen und es fehlen die Freiräume. Das Einkaufszentrum kommt dann und bietet alles Mögliche an Unterhaltung.

Was kann man konkret am eigenen Verhalten verändern, wenn man den Entwicklungen entgegen wirken will?

Man sagt ja „jede Einkaufsrechnung ist ein Stimmzettel“. Wofür entscheide ich mich? Billigklamotten oder nachhaltig produzierte Waren? Ich selbst kaufe gerne regionale und saisonale Lebensmittel, so weit es möglich ist, die schmecken besser und sind gar nicht wirklich teurer, weil sie nicht vom anderen Ende der Welt hertransportiert werden. Bei Kleidung ist das Ganze schon schwieriger, aber es gibt mittlerweile auch schon preiswertere Möglichkeiten fair und ökologisch einzukaufen. Für viele ist Shoppen aber ein beliebtes Hobby, eine Lebenseinstellung, und der Handel baut genau auch darauf.

Kann man Zukunftsprognosen machen, wie sich die Problematik weiterentwickelt?

Also der Trend, dass sich auch in der Stadt wieder Geschäfte etablieren, den gibt es. Aber weil das meist teurere Geschäfte sind, ist das vor allem für Besserverdiener eine Alternative. Wir werden sehen, ob dieser Reurbanisierungstrend auch die Diskontmärkte mal mitreißen wird und diese ihre Grüne-Wiese-Standorte verlassen, weil im Fachmarktzentrum einfach nichts mehr los ist und dafür in der Stadt wieder die Post abgeht.

Das ungekürzte Interview ist im Onlinemagazin „kirtag“ nachzulesen:
<http://www.kirtag.org/jede-einkaufsrechnung-ist-auch-ein-stimmzettel/>

ULLI GLADIK – REGISSEURIN

Ulli Gladik wurde 1970 in Bruck an der Mur geboren. Sie absolvierte die Schule für künstlerische Fotografie bei Friedl Kubelka und studierte an der Akademie der bildenden Künste in Wien Fotografie und Malerei. Ihr erster Dokumentarfilm „Natasha“ erschien 2008, heuer folgte „Global Shopping Village“. Seit ihrem Diplom in der Meisterinnenklasse Eva Schlegel an der Akademie der bildenden Künste arbeitet Ulli Gladik als freischaffende Künstlerin, Fotografin und Filmemacherin. Sie lebt in Wien.

Filmografie

„Natasha“ 84 min, 2008, Dokumentarfilm

gefördert von der IFA, Cine Styria, Kulturamt Wien, Robert Bosch Stiftung
www.natasha-der-film.at

„drei cents“, 28 min, 2004, Dokumentarfilm

ausgezeichnet mit dem „Ohne Kohle Award 2005“ und dem „Golden Wheel 2012“

„DAS REVERSAD“, 15 min, 2004, Experimentalfilm

Verfilmung des buchstabenpalindromatischen Werkes von Thomas Frechberger, gefördert vom Kulturamt der Stadt Wien

ARASH T. RIAHI – PRODUZENT

Regisseur, Dramaturg, Produzent. Im Iran geboren, lebt seit seinem 10. Lebensjahr in Österreich. Freier Mitarbeiter bei den ORF Sendungen Nitebox, aktuelle Kultur und Kunst-Stücke. Gründung der Film- und Medien- Produktionsfirma Golden Girls Filmproduktion. Der mehrfach international prämierte Kinodokumentarfilm "Exile Family Movie" war sein zweiter Kinodokumentarfilm. Sein erster Spielfilm „Ein Augenblick Freiheit“ (2008) erhielt 31 internationale Auszeichnungen und war der offizielle österreichische Kandidat für den Auslands-Oscar 2010.

Filmographie Regie (Auswahl)

Everyday Rebellion (2013/Kinodokumentarfilm/120 Min.)

That has been bothering me the whole time (2013/Experimentalfilm/10 Min.)

Nerven Bruch Zusammen (2012/Kinodokumentarfilm/ 94 Min.)

Ein Augenblick Freiheit (2008/Kinospielfilm/ 110 Min.)

Exile Family Movie (2006/Kinodokumentarfilm/94 Min.)

Mississippi (2005/ Experimentalfilm/6 Min.)

Die Souvenirs des Herrn X (2004/Kinodokumentarfilm/98 Min.)

Eclipsa-Nam ce face-Soll die Welt doch untergehen (1999/Kinodokfilm/74 Min.)

Reformel (1999/Experimentalfilm/11 Min.)

Die Unmöglichkeit (1999/Kurzfilm/9 Min.)

Bits and Peaces (1995/Experimentalfilm/4,5 Min.)

Der Junge und die seltsame Wirklichkeit (1992/Kurzfilm/9 Min.)

KONTAKT VERLEIH ÖSTERREICH

Polyfilm Verleih
Margaretenstraße 78
1050 Wien
T +43-1-581 39 00 20
F +43-1-581 39 00 39
polyfilm@polyfilm.at
<http://verleih.polyfilm.at/>

PRESSEKONTAKT

Sonja Celeghein
M +43-680-55 33 593
celeghein@polyfilm.at

KONTAKT PRODUKTION

Golden Girls Filmproduktion & Filmservices GmbH
Seidengasse 15/3/20
1070 Wien
T +43-1-810 56 36
F +43-1-810 59 49
office@goldengirls.at
www.goldengirls.at

