

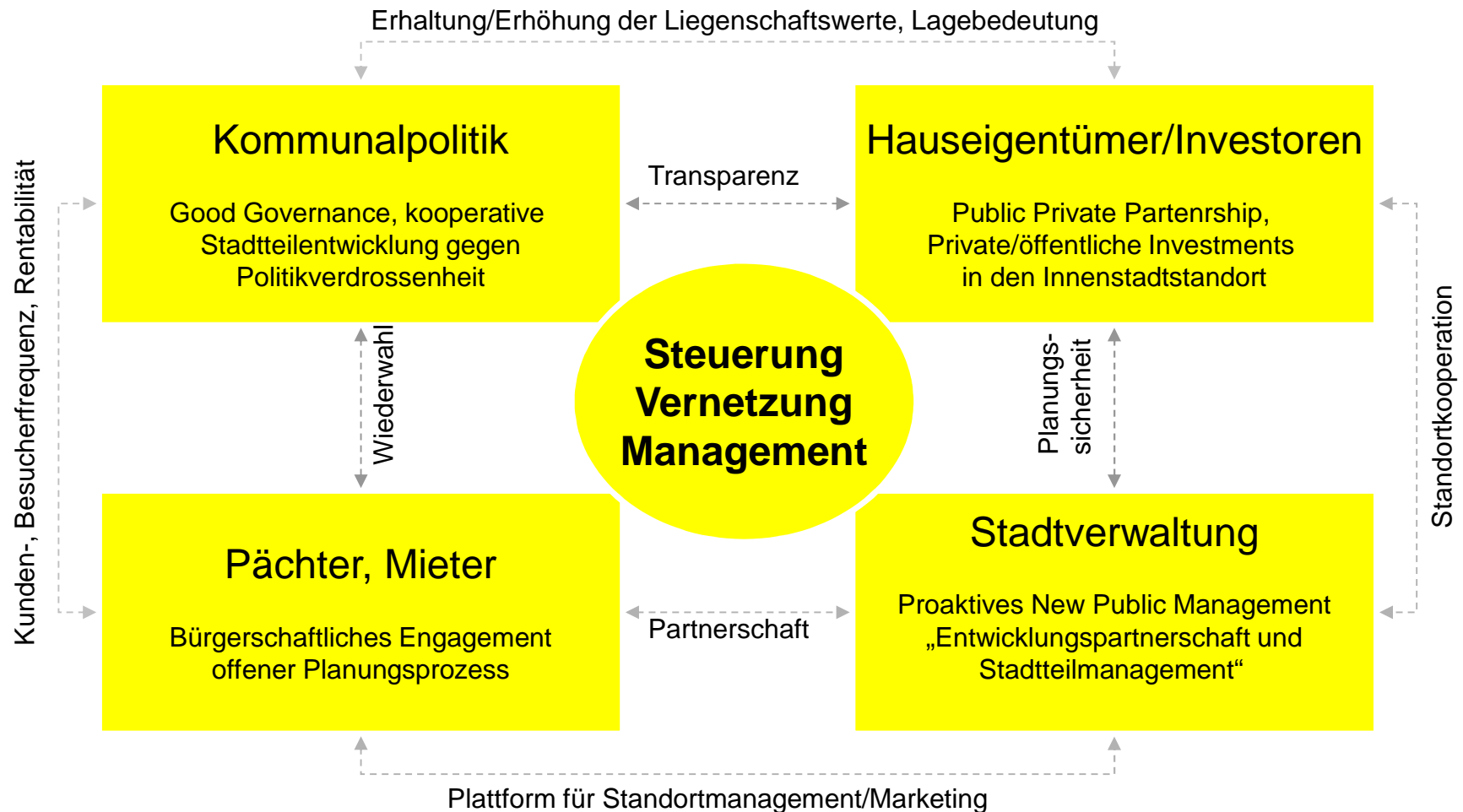
5. Österreichischer Stadtregionstag

Stadtrundgang | Urban Governance-Modell „Innenstadt Lienz“



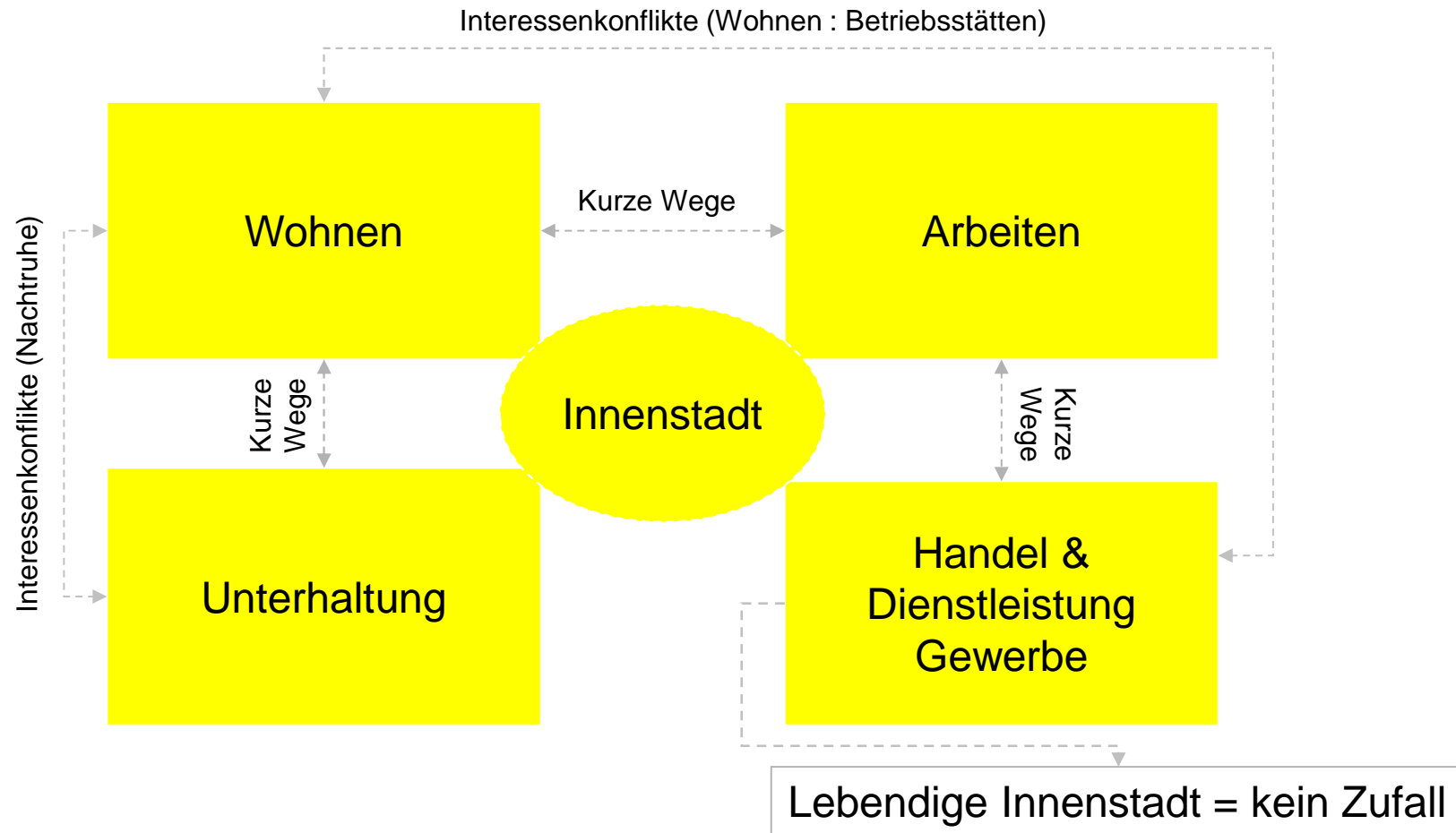
Steuerungsdefizite, zwischen den Innenstadtakteuren!

Umfassendes, kooperatives Stadtmarketing als netzwerkbildende Entwicklungs- und Steuerungseinheit



Grafik: Eigener Entwurf, 2006

Innenstadt-Marketing; Funktionsvielfalt Innenstadt, integrierte Situation



Quelle: cima, 2005, Grafik: Eigener Entwurf, 2005



Umfassende, kooperative Quartiersentwicklung „Obere Altstadt“, Lienz
„Urbanität versus künstliche Atmosphäre“ 2002 bis heute

Schönstes Einkaufszentrum der Region, ohne „künstliches Dach darüber“ durch
Kooperation und einen umfassenden Entwicklungsprozess

- Stagnation, Rückgang an Kaufkraft & Frequenz, **Down-Trading**
- **„Leidensdruck“** durch unbefriedigende innerstädtische Entwicklung
(down trading von 1a – 2b Lage)
- Handel aus Haupteinkaufslagen „zieht“ in nichtintegrierte Stadtrandlagen
- **1.200 m² Leerstände**
- Trotz stagnierende Umsatzvolumina massiver Ausbau der Verkaufsflächen
- **Fehlendes Selbstverständnis**, Mut
- **Schlechtes**, nicht vorhandenes **Kooperationsklima** „Kooperationskultur“
- Verdrängungswettbewerb









Konsensfähigkeit in den Arbeitsfeldern herstellen

Fachlichen Input, Daten, Fakten, moderierte Diskussion, etc.

Erstellen eines Masterplanes und definieren von Teilzielen

Maßnahmenkonzept, Prioritäten festlegen und Grob Ablaufplan definieren

Gründen eines Rechtsträgers

Verein zur Förderung der Oberen Altstadt. e.V.

Entwicklungs- & Kooperationsvereinbarungen

Konsensorientiertes Erarbeiten, Beschließen und Unterfertigen von Entwicklungs- & Kooperationsvereinbarungen

Öffentliche Präsentation & politische Beschlussfassung

Koordinierte Umsetzung „Baumanagement“

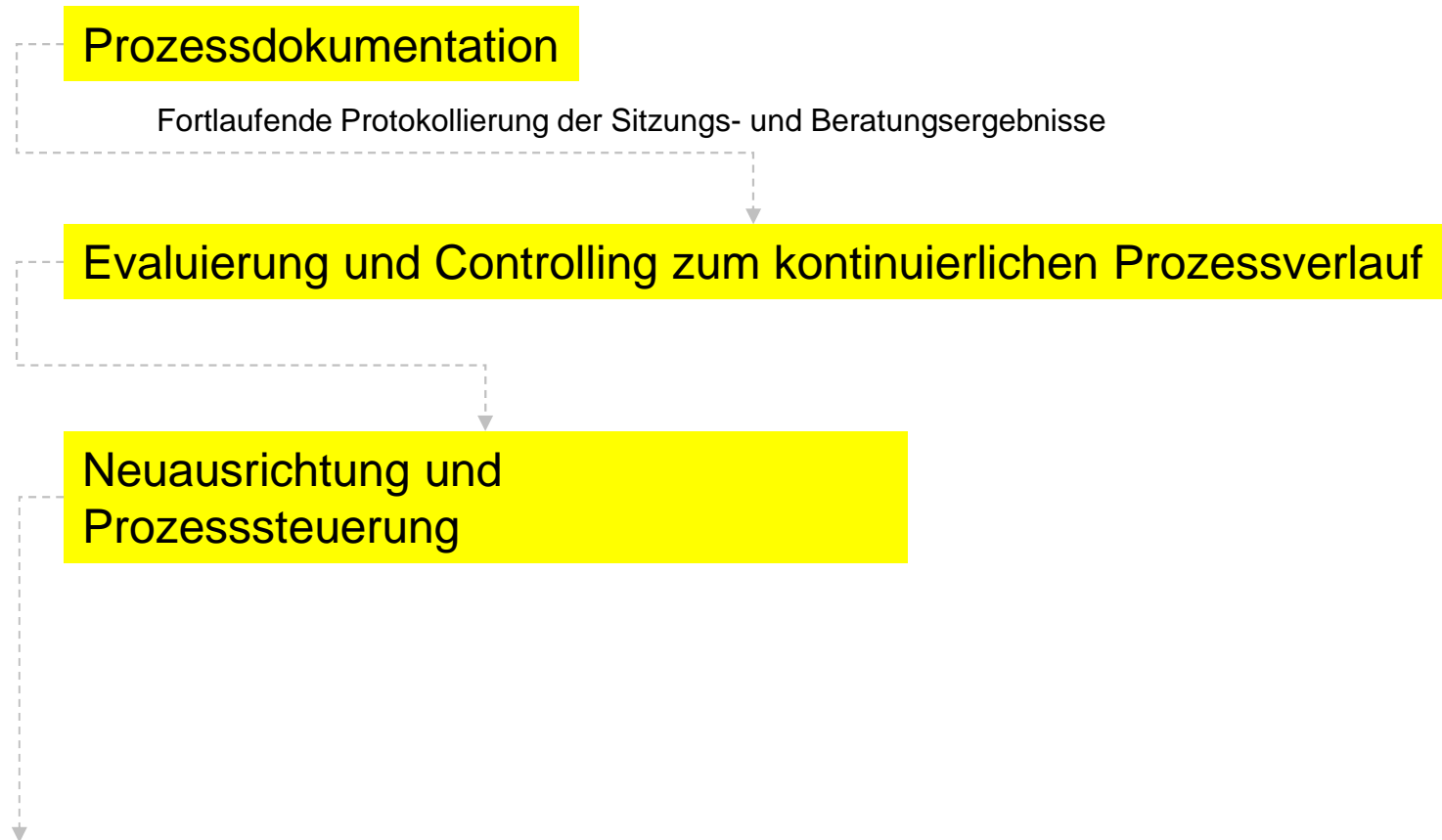
Baustellenmarketing

Kontinuierliche Projektbetreuung

Centergemeinschaft für die Dauer von drei Jahren festgelegt

Methodik, Prozessablauf 3

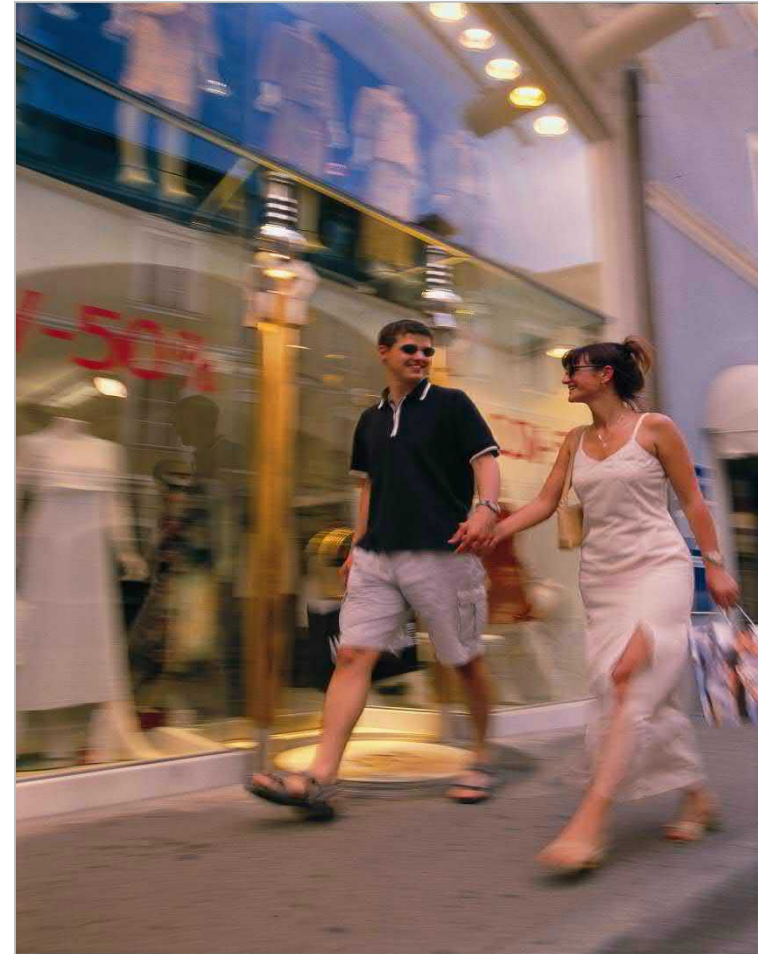
schematische Darstellung der methodischen Vorgehensweise



Grafik: Eigener Entwurf, 2008

Entwicklungs- und Kooperationsvereinbarung, Private Part

- Erneuerung der Fassaden (einheitliches Färbelungskonzept)
- inszenierte Objektsbeleuchtung
- Seilüberspannungen für Straßenbeleuchtung, Themendekoration
- Auslagenerneuerung/-gestaltung
- Partizipation am gemeinsamen Leitbild durch aktive Vorbildwirkung
- gemeinsame Kernöffnungszeiten
- gemeinsames Marketingbudget
- gemeinsame Veranstaltungen (Ziel; Image- und Verkaufsförderung, Nachfragewirkung)







Aufbauorganisation Projekt „Obere Altstadt Lienz“





Foto: Profer & Partner, 2014, 10 JaHRE Obere Altstadt



Foto: Brunner Image, 2017

Promoter of a cooperative and comprehensive town development

Vice-Präsident of the EU Commission Günter Verheugen, EU-Ratspräsident Mauri Pekkarinen, Dezember 2006

WINNER

Upper Old Town Lienz Stadtgemeinde

Lienz Marketing Department, Austria



Creating a cooperative town vision between local inhabitants and entrepreneurs

The town of Lienz in Austria exemplifies a new kind of district development programme in which townships of the process is led by local citizens and entrepreneurs alike. At the heart of the process, Salzburg's Lienz Marketing Department – "Stadtmaking" – stands across the remains of the town's pre-war past and enacted into a new management of urban structures, policies and innovative representation of the city.

Since then, the urbanisation is made, involving 42 public owners, 27 entrepreneurs and 24 public services, already include the development of a new shopping centre (located on the roof) and a new building (intended for the tourists in the Upper Old Town). This responsibility process, resulted in the list of 10000 possibilities, being followed by 4300 and involving up to 10000 citizens and 10000000 of the town's inhabitants.

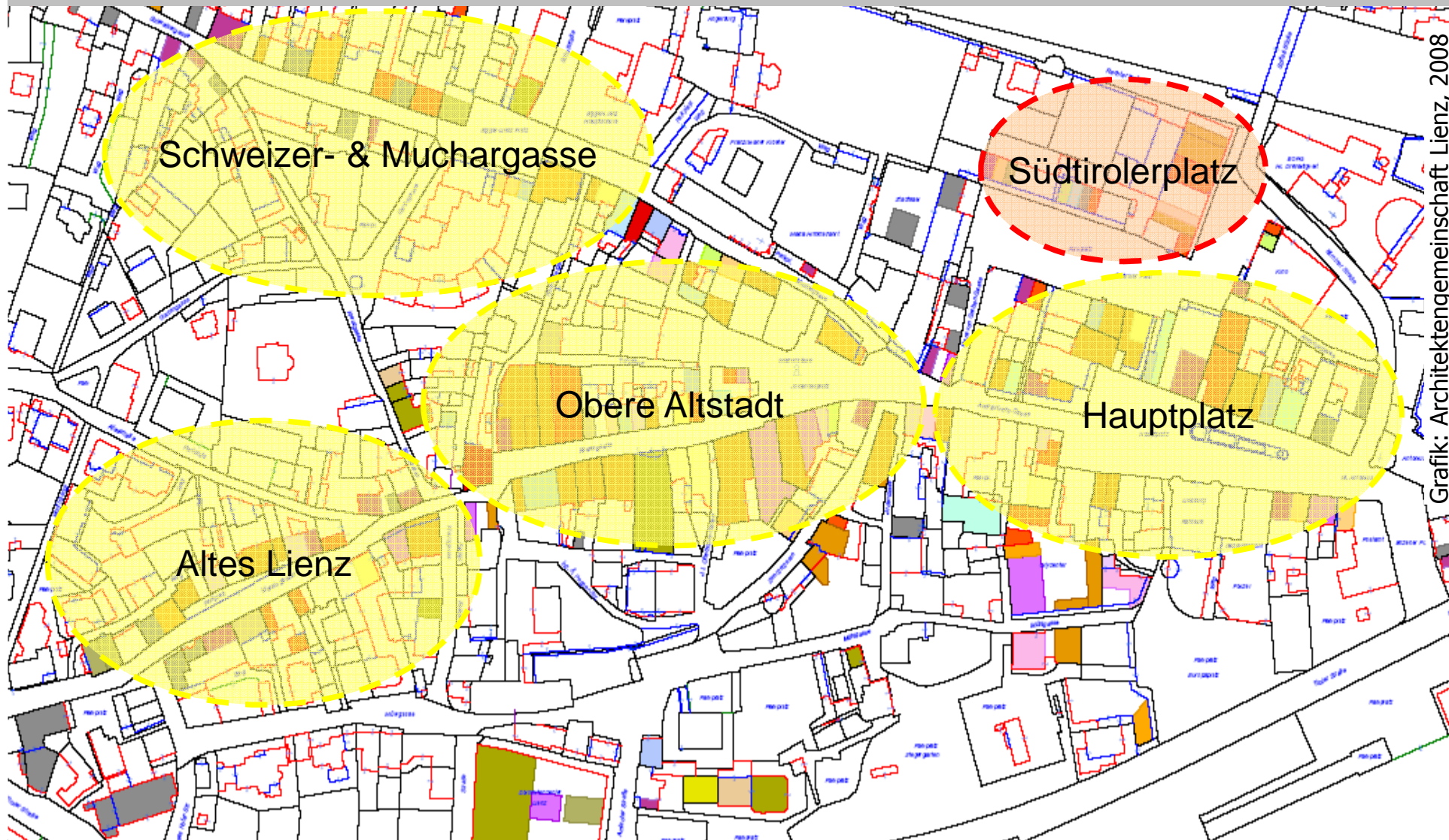
Upper Old Town Lienz, has shown a model of cooperative town development, which is based on the motto: "Citizens participate, commitment, financial support and high quality urban products".

Further information:
www.stadtmaking.com

Contact:
Lienz Marketing Department
Marketing Department
Lienz Marketing Department
Lienz Marketing Department
Lienz Marketing Department
Lienz Marketing Department



Area- & Quartiers-Entwicklung & -Managementprozesse Lienz









Urban Governance Management von Beteiligungs- & Entwicklungsprozessen















Foto: profet&partner, 2010

Lienzer Ostermarkt 2011, Bgm. LA Dipl.Ing. Elisabeth Blanik



Faktoren, Einflussebenen und Phänomene

auf dem Weg zu umfassenden Stadtmarketing



Grafik: Eigener Entwurf, 2005

5. Österreichischer Stadtregionstag

Stadtrundgang | Urban Governance-Modell „Innenstadt Lienz“

