

Kommunikationsstrategien für erfolgreiche Stadtviertelentwicklung am Praxisbeispiel „Andräviertel“



Mag. Gabriela Paumgartner
paumgartner | eccli Kommunikationsberatung
Salzburg

Agenda

1. Stadtplanung allgemein
2. Ausgangssituation Stadt Salzburg
3. Kommunikations-Ansätze mit Beispielen inkl. Stärken und Schwächen
4. Resümee und Empfehlungen Praxisbeispiel Andräviertel

Stadtplanung allgemein

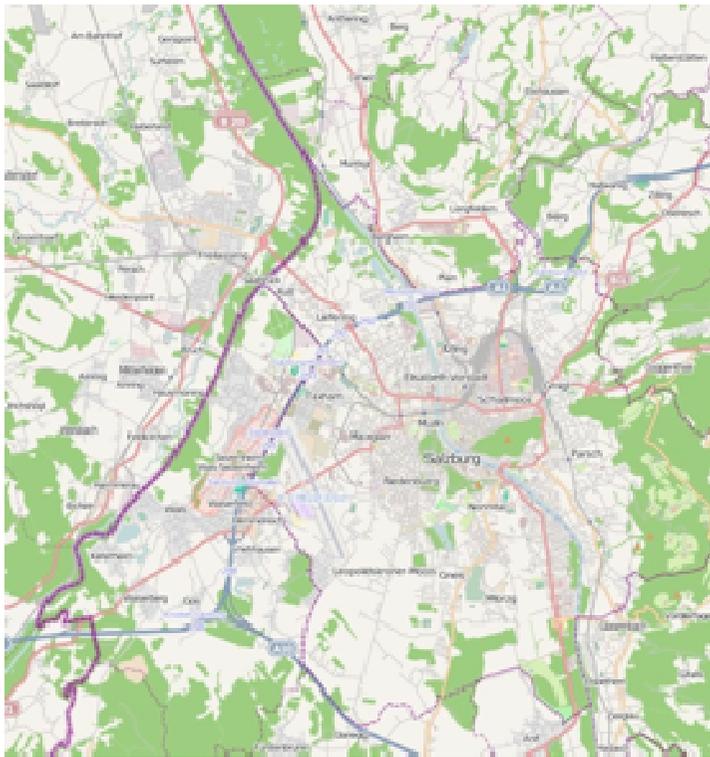
Stadtplanung erfolgt am Computer:

- Raum- und LandschaftsplanerInnen, ArchitektInnen entwickeln Straßenzüge, Stadtteile bis hin zu kompletten Städten.
- Stadtteile, Städte brauchen neben funktioneller Planung Identität um auch wirklich zu funktionieren – diese ist am Computer nicht zu planen
- Identität entsteht durch Kommunikation

Vergleich von drei Kommunikationsansätzen hilft Kommunikations-Strategien für zukünftige erfolgreiche Stadtviertelentwicklung am Praxisbeispiel „Andräviertel“ zu entwickeln.

Ausgangssituation Stadt Salzburg

Stadt Salzburg inkl. Speckgürtel



Um 1980: Fehlgelaufene Stadtentwicklung der Nachkriegsjahre erfordert Umdenken – Beschluss der Grünlanddeklaration und Beirat zur Sicherung der architektonischen Qualität.

Um 2000: Entstehung des Speckgürtels – Bild und Wirtschaft der Stadt ändern sich drastisch

Herbst 2000: Die Flächenkapazität der Einzelhandels-Zentren in der Stadt stagniert bei 200.000 qm– in den Randgemeinden steigt diese um 30% auf rund 160.000 qm

Ausgangssituation Stadt Salzburg

Folgen:

- Anstieg der Verkehrsbelastung
- Sterben der Nahversorger

Lösungsansatz:

- Aufheben des Stadtkernes mit zentralem Kern und Peripherie

Neue Entwicklung:

- Semizentralität entsteht – Stadtteile zwischen Altstadt und Speckgürtel wurden ausgedünnt

Neuer Lösungsansatz:

- Neues Augenmerk auf aktive Förderung und Weiterentwicklung der Stadt – Stärkung von Stadtteilzentren im Gegensatz zur Speckgürtelentwicklung

3 Kommunikations-Ansätze

Seit 2000: Gründung von Vereinen und Initiativen zur Stadtviertelentwicklung mit folgenden Ansätzen:

- a) **Professionelle Begleitung mit hohem finanziellem Aufwand** – für Stadtzentren mit hoher Standortqualität und hoher Besucherfrequenz – Beispiel Altstadt Marketing Salzburg
- b) **BewohnerInnen als ehrenamtliche UmsetzerInnen** in Stadtvierteln mit überwiegender Wohnfunktion zur Hebung der Lebensqualität – Beispiel Plattform Stadtviertelentwicklung
- c) **UnternehmerInnen, die unabhängig bleiben wollen** – im Gebietstyp zwischen a) und b) angesiedelt sind – und Leistungen im Bedarfsfall zukaufen – Beispiel Forum Andräviertel

a) Altstadt Verband Salzburg



paumgartner | eccli

Altstadt Salzburg

Linke Altstadt:
Getreidegasse



Rechte Altstadt:
Platzl



Gründung Altstadt Verband

- 1974:** Erste Gründungsansätze der Kaufmannschaft der Linken Altstadt zur Organisation von Ruperti-Kirtag und Christkindlmarkt
- 1980:** Kaufmannschaft Rechte Altstadtseite organisiert sich um Charme der Linzergasse zu erhalten und zur Organisation des „Linzergassen Festes“, sowie 1. Marketingmaßnahme Weihnachtsbeleuchtung - weitere scheiterten an Finanzierung
- 1980 – 2000:** Veränderung des funktionierenden Branchenmixes – Nahversorger sterben und verkaufen Immobilien an internat. Konzerne – Altstadt mutiert zum Museum
- 2003:** Gründung des Altstadt Verbandes mit dem Ziel Nicht-Mitglieder nicht partizipieren zu lassen, sondern als „Solidargemeinschaft“ mit autonomer und demokratischer Organisationsform Ziele umzusetzen. Der Altstadt Verband ist kein Verein – es gilt das Tourismusgesetz.
- Initiator:** Politik (Wirtschaftsbund): Rettung von Traditionsbetrieben vor dem Zusperrern

Aufgaben Altstadt Verband

Aufgaben:

- Förderung von Austausch und Zusammenarbeit zw. PartnerInnen
- Gemeinsame Verfolgung von Zielen und Visionen
- Gewährleistung der aktiven Teilnahme aller PartnerInnen bei der Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen

Schwerpunkt-Themen:

- Wirtschaftliche Impulse – Positionierung, Events, Kundenbindung und -gewinnung
- Service, Betreuung, Know-How und Support für Mitglieder
- Starke Stimme – Interessensvertretung

Frequenz Aktivitäten / Treffen:

- Üblicherweise 1x / Jahr Sitzung des Tourismusverbandes Altstadt Salzburg
- Laufend: Projektbezogene Sitzungen mit UnternehmerInnen

Finanzierung Altstadt Verband

Pflichtmitgliedschaft der Unternehmer (Altstadtzone I) über Tourismusabgabe – die Stadt verdoppelt das Budget der 2.000 Pflichtmitglieder auf 2,2 Mio. €. 18% des Budgets bestehen aus Ortstaxe.

Erfolgreichste Projekte: Rupertikirtag zum 35. Mal in Folge, Altstadt-Gutscheine mit Umsatzplus 2010 von 24% , Jazz & The City – 100 Live-Konzerte mit freiem Eintritt uvm.

Nicht umgesetzt: Keine.

Veränderungen in den Vierteln auf Initiative des Altstadt Verbandes: Lichtkonzept, Aufenthaltsqualität, Image, Bewusstsein

Mitgliedermeinungen:

Aus Sicht des Einzelhandels: Note 2,6

Aus Sicht der Gastronomie: Note 2,1

(Quelle: CIMA-Unternehmer-Befragung 2009)

Position der Stadt: Positiv – Fördervereinbarung mit der Stadt

Zukunft Altstadt Verband

- **Wirtschaftliche Impulse, Kommunikation und Support** für UnternehmerInnen – insbesondere für „Kleine & Individuelle“ die für Vielfalt und Flair der Stadt unverzichtbar sind – auch finanzieller Art für Marketingmaßnahmen.
- Der Verband ist auch immer vom Good Will des Bürgermeisters abhängig, der je nach politischer Anforderung schwankt.

Stärken / Schwächen Altstadt Verband

+

- Großes Budget
- Projekte werden im Verband diskutiert, abgestimmt und umgesetzt.
- Perfekte Öffentlichkeitsarbeit mit vielfältigen Maßnahmen
- Top-Down-Approach
- Arbeit des AltstadtMarketing wird nach 8 Jahren in der Stadt geschätzt.

-

- Abhängigkeit vom politischen Goodwill
- Projekte müssen z.T. von Unternehmen noch zusätzlich finanziert werden – es können einige wegen zu hoher Kosten nicht mitmachen.
- Linke Altstadt immer im Vorteil – auf die rechte Altstadt vergisst man oft.
- Unternehmer finden AltstadtVerband oft überflüssig
- Unternehmen aus dem Luxus-Bereich wollen unter sich bleiben – brauchen den AltstadtVerband nicht – kochen das eigene Supperl

paumgartner | eccli

b) Plattform Stadtteilentwicklung / Gemeindeentwicklung Salzburg



Stadtteile Salzburg-Stadt

„Lehen erleben“



Maxglan: „Einkaufen mit Charme“



Gründung Plattform Stadtteilentwicklung

Stadt Salzburg: gegliedert in einzelne Stadtteile ohne Bezirksrat bzw. dezentrale Serviceeinrichtungen für BürgerInnen.

Seit 2000: Bildung von Vereinen, Netzwerken und Interessensvertretungen in Stadtteilen zwischen Speckgürtel und Altstadt wie Maxglan, Lehen, Lieferung zur positiven Lebensraumentwicklung.

2004: Organisation eines ersten Vernetzungstreffens zur Lösung stadtteilübergreifender Probleme, zum gegenseitigen Kennenlernen und Überblick über bestehende Aktivitäten

2005: Gründung Plattform Stadtteilentwicklung als offener Zusammenschluss der Bewohnerservicestellen und Stadtteilinitiativen. Mitarbeiten kann jeder Vertreter einer Stadtteilinitiative, sowie Fachleute, die sich mit Thema Stadtteilentwicklung beschäftigen.

Initiator: Gemeindeentwicklung Salzburg, Idee Robert Krasser.

Aufgaben Plattform Stadtteilentwicklung

- Entwicklung gemeinsamer Ziele und Visionen, Erfahrungsaustausch
- Aufleben dörflicher Strukturen und Identität im Stadtteil
- Zusammenarbeit einzelner Stadtteile
- Gemeinsamer Auftritt bei politisch Verantwortlichen

Frequenz von Aktivitäten und Treffen:

- Bis jetzt 3 Vernetzungstreffen – 2x 2005, 1x 2010

Finanzierung: Stadtteil-Bewerbung mit Konzept bei Gemeindeentwicklung, Aufnahme in Betreuungsphase über 5 Jahre, sowie Betreuungsleistungen in bestimmtem Rahmen durch Gemeindeentwicklung Salzburg.

Projekte Plattform Stadtteilentwicklung

Die Plattform versteht sich als Austausch von Projektideen

- **Bsp. Netzwerk Lehen** – Netzwerk aus Initiativen, Schulen, Vereinen und Einzelpersonen. Projekte seit 1990. Themen: Kommunikationsräume, Verkehrsberuhigung, Interkultureller Dialog der Generationen.
- **Bsp. Maxglan** – Initiative Maxglaner Wirtschaft, Vereinsgründung 1997 mit eigenem Stadtteilkoordinator. 150 Mitgliedsbetriebe, Vorstand mit 9 ehrenamtlichen Mitgliedern. Sitzungen mit Schwerpunkten und einem jährlichen Thema. Kaufkraft, Verkehrsberuhigung, Stadtteilzeitung, Veranstaltungen

BewohnerInnen-Meinungen:

Durchgängig positive Stimmung, man lernt sich kennen und bewegt gemeinsam.

Position der Stadt:

Positiv – jedoch geringe Förderungen

Zukunft:

Es ist kein weiteres Treffen geplant.

Stärken / Schwächen Plattform Stadtteilentwicklung

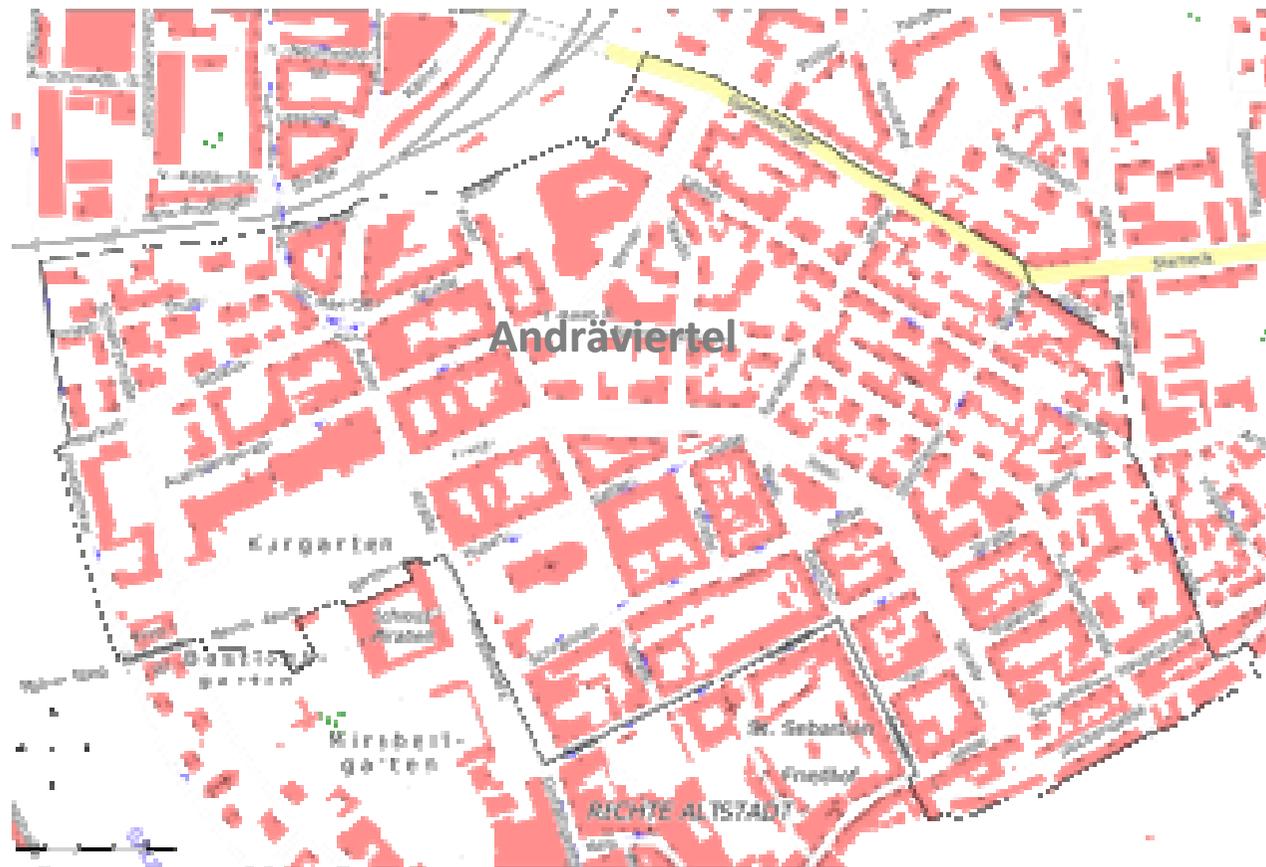
+

- Viertel mit eigenen Koordinatoren sind erfolgreich - meist in Vierteln mit wirtschaftlichen Betrieben
- Öffentlichkeitsarbeit
- Unpolitisches Engagement
- Professionelle Strukturen und Know-how
- Stadtteilvernetzung
- Bottom-Up-Approach

-

- Wenig Budget
- Befristung auf bestimmten Zeitraum
- Umsetzungen extrem langsam aufgrund Vereinsmeierei, Abstimmungsproblemen, etc. Vereine zerfallen oft schnell wieder
- Bürgerbeteiligung lässt in manchen Vierteln zu wünschen übrig
- Raumplanung in neueren Stadtteilen schafft keine Räume für Kommunikation

c) Forum Andräviertel



Andräviertel - urbanes, lebhaftes Viertel, 700 UnternehmerInnen, 6.500 Bew.

**Schranne:
Lebensmittelpunkt**



Franz-Josef-Straße: Lebensqualität



Gründung Forum Andräviertel

Initiatoren und Gründung:

2009: Auf Initiative des Altstadt Verbandes und mehrerer Unternehmer aus dem Viertel Workshopreihe mit externer Beratung mit engagierten UnternehmerInnen aus dem Viertel. Wunsch & Ziel: Erarbeitung eines Kommunikationskonzeptes zur Imageverbesserung und Belebung des Viertels.

Juni 2010: 1. große Infoveranstaltung zur genauen Zielfindung mit 60 Personen aus dem Viertel

2010: Vereinsgründung „Forum Andräviertel“ mit Beschluss unabhängig vom Altstadt Verband zu bleiben – partizipieren möchte man aber hie und da von Veranstaltungen und Unterstützungen

Aufgaben / Ziele Forum Andräviertel

- Vernetzung und Austausch
- Entwicklung städtischer Identität
- Sichtbarmachen der umfangreichen Leistungen
- Imagearbeit
- Gem. Werbe- und PR-Maßnahmen,
- Sprachrohr

Frequenz der Treffen:

Vereinssitzungen 1x/Monat, Arbeitsgruppen Projektabhängig

Finanzierung:

Mitgliedsbeiträge, die von der Stadt verdoppelt werden sollen

Maßnahmen Forum Andräviertel

Erfolgreiche Projekte: 1. Infoveranstaltung, website

Nicht umgesetzt: Einige Maßnahmen in den Startlöchern

Veränderungen im Viertel: aktive Vernetzung – Stammtisch 1x/Monat

Mitgliedermeinungen: sehr positiv

Position der Stadt: positiv

Zukunft: Mitgliedergewinnung, Umsetzung 1. Projekte

Stärken / Schwächen Forum Andräviertel

+

- Kreativer Vorstand aus dem eigenen Viertel
- Unabhängig, engagiert
- Ehrenamtliches Engagement der wichtigsten UnternehmerInnen des Viertels
- Bottom-Up-Approach

-

- Kein oder erst wenig Budget
- Vereinsmeierei, kompliziert
- Geringe Akzeptanz bei nicht involvierten Anwohnern/Geschäftsleuten

Resümee und Empfehlungen allgemein

Stadtviertel unterscheiden sich durch räumliche, wirtschaftliche, infrastrukturelle Gegebenheiten und BewohnerInnen

Empfehlungen:

- Finanzierungs-System abgestimmt auf Möglichkeiten und Bedürfnisse der Stadtviertel
- Unabhängigkeit von politischem GoodWill
- Raschere Umsetzung von Projekten
- Motivation von UnternehmerInnen und BewohnerInnen
- Unabhängige externe Beratung und Betreuung
- Einbeziehung von Stadt- und Raumplanung, Architektur

Empfehlungen für das „Forum Andräviertel“ zur Zielerreichung

Maßnahmen Externe Kommunikation: kurz-, mittel-, langfristig

kurzfristig - Sprachrohr: Ansuchen um Förderungen, Gespräche mit Opinion Leadern, Unabhängigkeit von politischen Entscheidungsträgern

mittelfristig - Vernetzung, Austausch, Transparenz: Arbeitssitzungen, Stammtisch, Info-Veranstaltungen, Direct-Mails, Mundpropaganda

langfristig - Entwicklung städtischer Identität / Image: gemeinsame Werbe- und PR-Maßnahmen wie website, Folder, Aktionismus, Veranstaltungen, Einbringen von Erfahrungen

Maßnahmen Interne Kommunikation:

langfristig - Professionelle Organisation: Komm.-Schnittstelle, Administration, Maßnahmenumsetzung, Verwaltung Datenbank, Öffentlichkeitsarbeit

Agenturgründung: 2003

Schwerpunkt: Werbung, Marketing,
PR im Bereich Wirtschaft / Soziales

Projekte: Stadtviertelbetreuung Kaiviertel,
Riedenburg, Andräviertel in Koop.
mit AltstadtSalzburgMarketing

Herausgeberin: Print-Medien zur
Imageverbesserung / Kundenbindung:
Shopping-Guides, Magazine

paumgartner | eccli Kommunikationsberatung

Geroldgasse 39, 5026 Salzburg

T/F: +43 662 622975

M: +43 664 2155173

www.paumgartner-eccli.at