





#### Innenstadt-Impulsprogramm Vöcklabruck

im Rahmen eines Agenda 21 Prozesses

Anhang

(beinhaltet Präsentationen und Protokolle der Workshops I-III)

Gefördert aus Mitteln des Landes Oberösterreich











#### Workshop I "Branchenmix, Angebot, Immobilien"



Vöcklabruck, am 25. April 2019









- Begrüßung, Einleitung und Projektvorstellung
- Trends und Entwicklungen in Innenstädten
- Analyse der Ausgangssituation:
  - Ausgewählte Wirtschaftskennzahlen
  - Leerstände, Schlüsselimmobilien
  - Ergebnisse Zukunftswerkstatt
- Vertiefende Diskussion:
  - Ableitung von Zielen und Strategien
  - Ableitung von Handlungsansätzen und Projekten
  - Vorstellung von "best practice Beispielen"
- Ende der Veranstaltung ca. 21 Uhr









Einleitung und Prozessablauf





"Grundlagenanalyse & Fachexpertise"

"Partizipation & Diskussion"

"Coaching & Umsetzungsbegleitung"







"Innenstadt-Impulsprogramm" Ziele, Strategien und konkrete Maßnahmen

(bis Juni/Juli 2019)

- ✓ Aufbau professioneller Stadt-/Standortmarketing-Strukturen
- ✓ Entscheidungsfindung Mobilitätskonzept Innenstadt (FUZO versus Begegnungszone)
- ✓ Leerstands- und Immobilienmanagement (innovative Ansätze)
- ✓ Aktionismus zur Innenstadtbelebung (Events, Märkte, Marketing)







### 2.

# Allgemeine Trends und Entwicklungen in Innenstädten

(zum Thema Branchenmix, Angebot, Immobilien)







# Innenstädte müssen verstärkt auf "Value Shopping" und "Erlebniseinkauf" setzen!





"Geiz ist Geil"-Mentalität bzw. "Aldisierung"





"Value Shopping" bzw. Bewusstes Qualitätsdenken



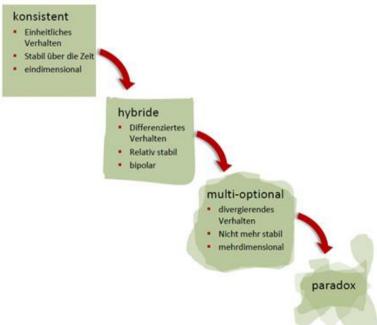
#### Konsumtrends/Einkaufsverhalten







- Versorgungseinkauf bestimmt durch Bequemlichkeit, Effizienz und sehr guter Erreichbarkeit ("one stop shopping")
- Erlebniseinkauf wird immer mehr zum aktiven Teil der Freizeitgestaltung samt Wunsch nach emotionaler Stimulierung



 ErlebniseinkäuferInnen suchen vor allem "angebotsreiche, sichere und gut erreichbare" Innenstadt-Destinationen



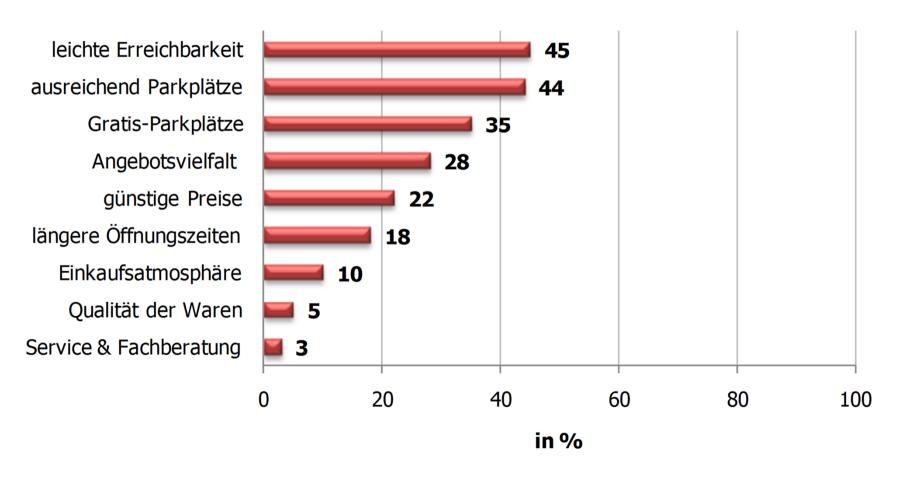


# Fachberatung, Service und Aufenthaltsatmosphäre sind die wichtigsten Pluspunkte innerstädtischer Angebote!





#### Die wichtigsten Gründe für den Besuch von Einkaufszentren

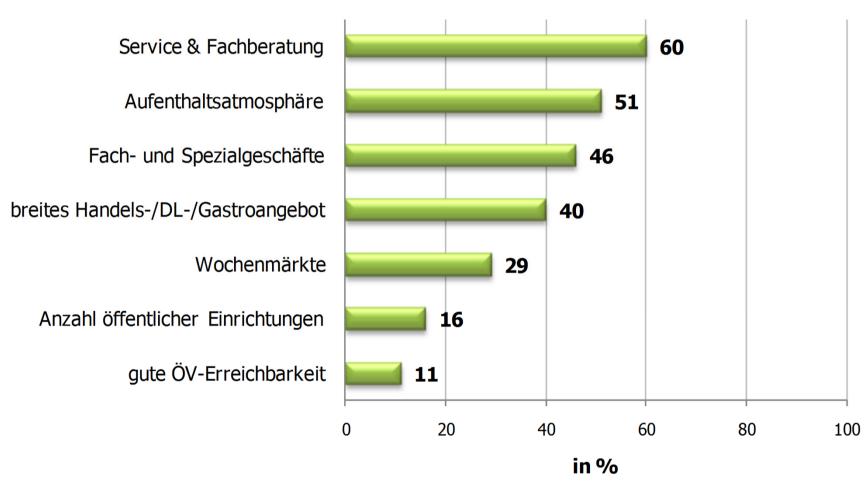


Quelle: Handelsforschung CIMA, 2006-2018





#### Die wichtigsten Gründe für den Besuch von Orts- und Stadtkernen



Quelle: Handelsforschung CIMA, 2006-2018

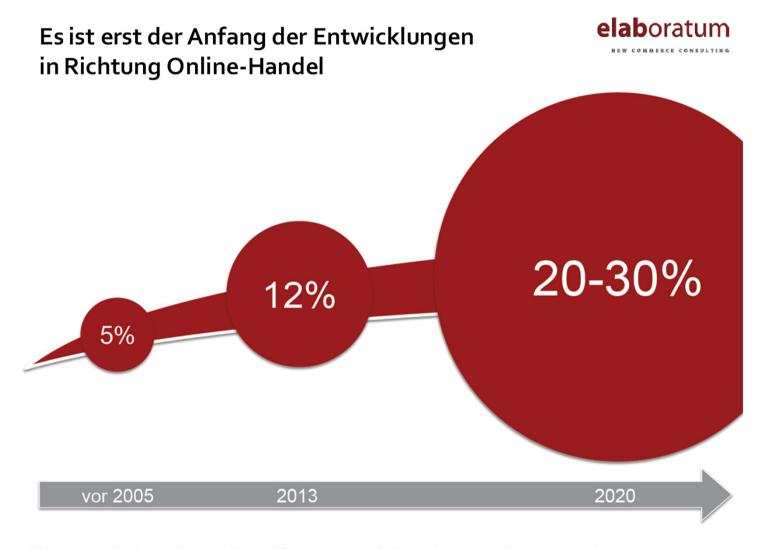




Der Einzelhandel verlagert sich zunehmend ins Internet! Trotzdem haben Ladengeschäfte noch lange nicht ausgedient. Die Verbindung "online & stationär" wird immer wichtiger!

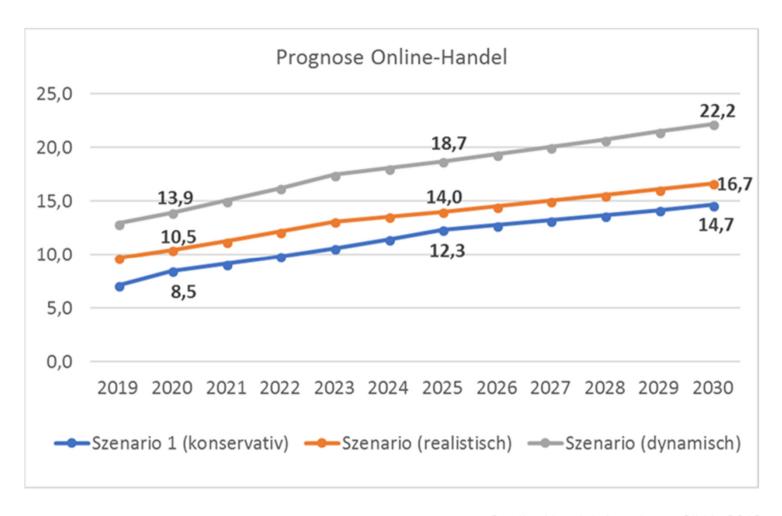












Quelle: Handelsforschung CIMA, 2018

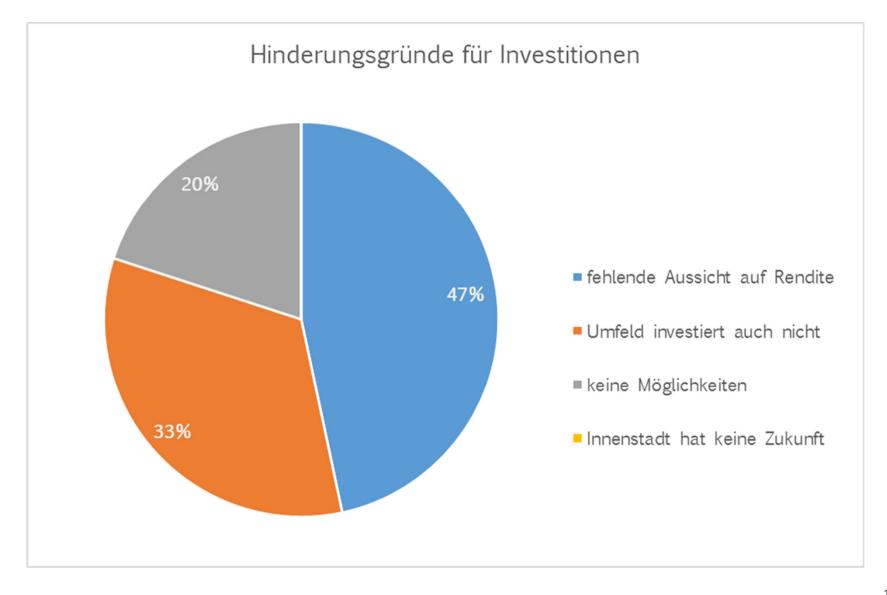




Eine nachhaltige Reduktion des Leerstands kann nur über eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für Investments in innerstädtische Objekte gelingen. Der Faktor Wohnen spielt dabei eine zentrale Rolle!







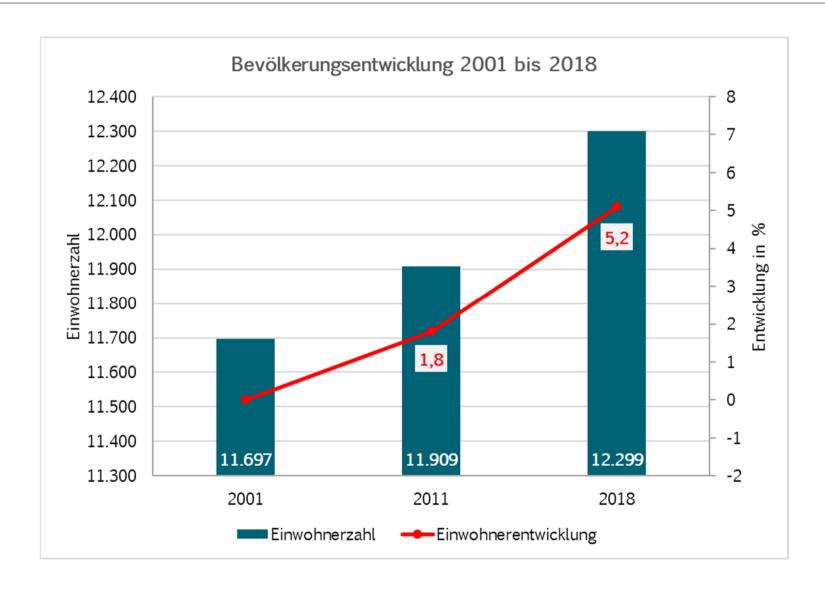






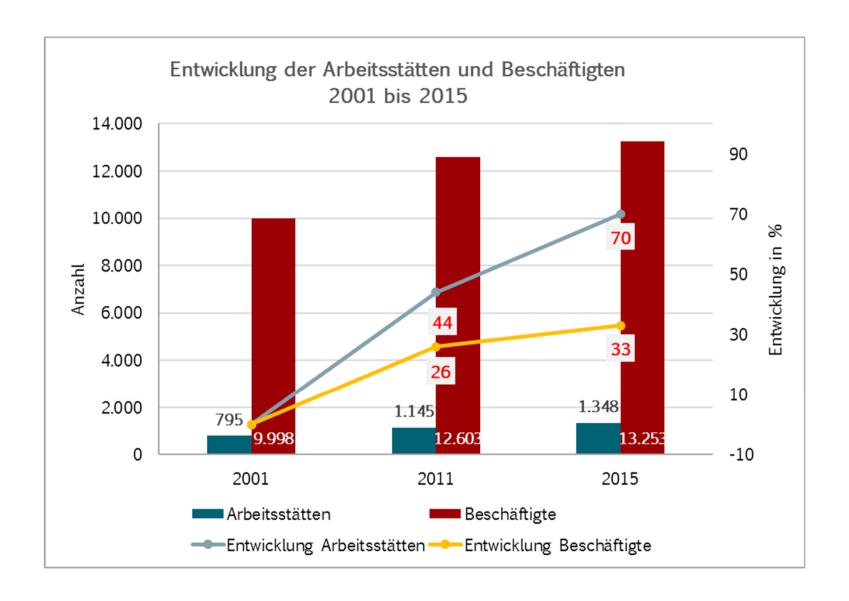
## Analyse der Ausgangssituation (zum Thema Branchenmix, Angebot, Immobilien)







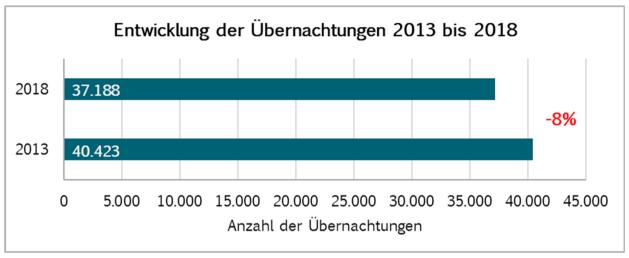




#### Entwicklungskennzahlen (Quelle: Land OÖ, Statistik Austria)



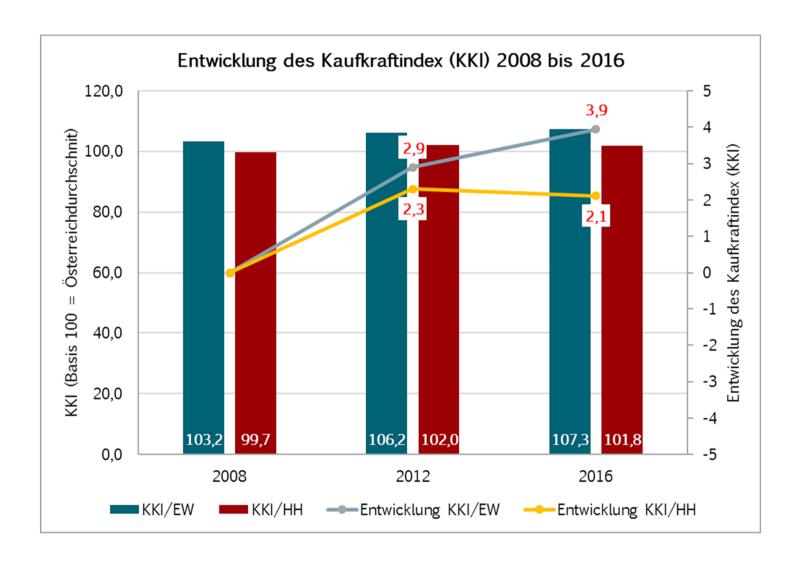










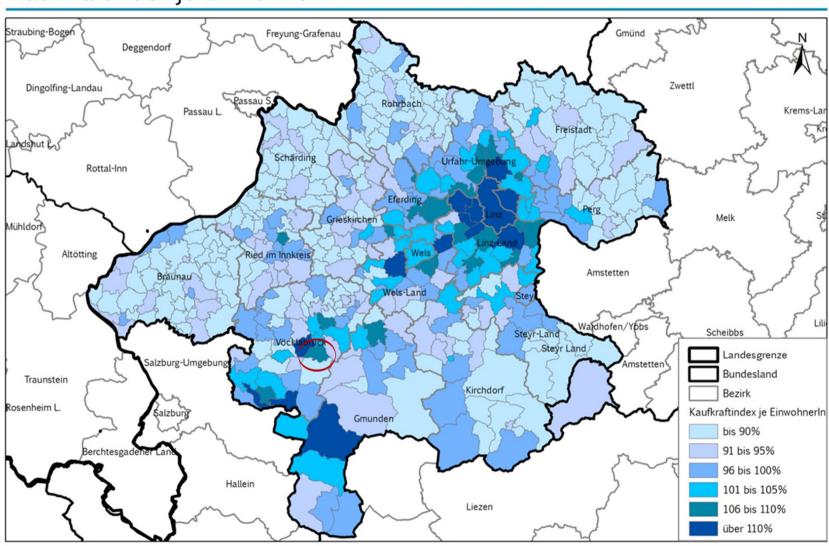






#### Kaufkraftindex je EinwohnerIn







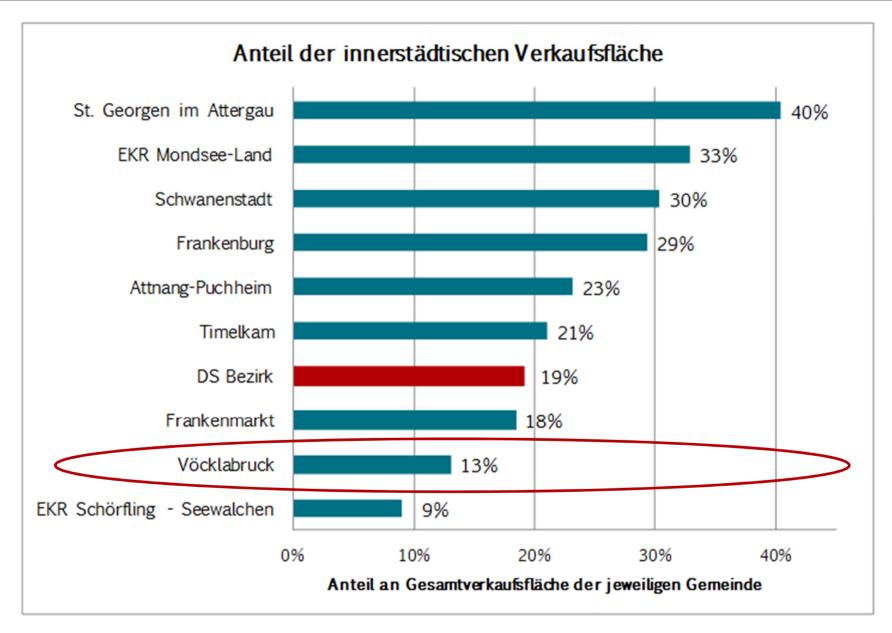


Verkaufsfläche in den Zentralen Handelsstandorten des Bezirks Vöcklabruck in m²				
		Integrierte	Streu-/	
Gem einde	Innenstadt	Lage	Peripherielage	Vkfl. gesamt
Attnang-Puchheim	3.150	1.150	9.350	13.650
EKR Schörfling - Seewalchen	650	3.800	3.400	7.850
EKR Mondsee-Land	4.950	700	9.400	15.050
Frankenburg	1.050	1.900	700	3.650
Frankenmarkt	1.000	750	3.650	5.400
Schwanenstadt	4.700	50	10.800	15.550
St. Georgen im Attergau	4.100	1.650	4.400	10.150
Timelkam	2.100	450	7.800	10.350
Vöcklabruck	14.400	5.100	92.500	112.000
Gesamtergebnis	36.100	15.550	142.000	193.650

#### Einzelhandelsstruktur-/Kaufkraftstromanalyse (Quelle: CIMA)



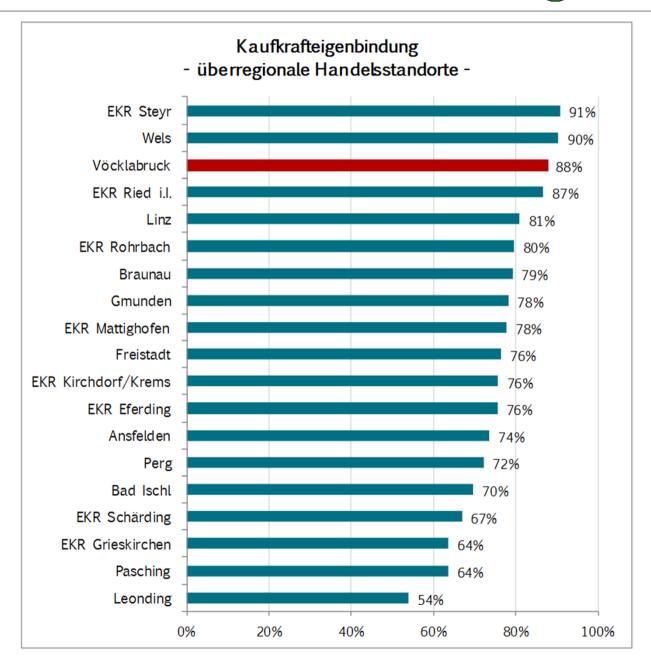




#### Einzelhandelsstruktur-/Kaufkraftstromanalyse (Quelle: CIMA)







#### Nutzungskartierung EG - Schlüsselimmobilien







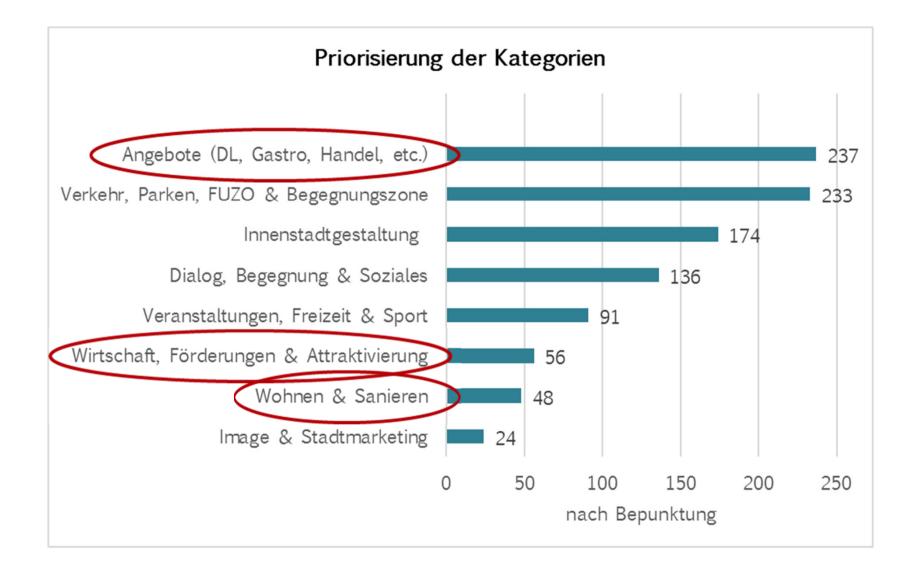
















#### Angebote (DL, Gastro, Handel, Gesundheit etc.) [237]

- Einzelhandel/DL/Handwerk (77)
  - Nette kleine Geschäfte, Abgrenzung zum Angebot in der Varena
  - Spezialgeschäfte, Abdeckung von Nischen
  - Qualität statt Quantität
  - Pop Up Stores
  - Kreativer, besonderer Branchenmix
  - Einbezug des Handwerks, Reparaturläden
  - Post-Dienstleistung im Zentrum

#### Gastronomie (48)

- Steigerung des Gastro-Anteils im Branchenmix
- Diversifizierung des Angebots (Restaurants, richtige Wirtshäuser, für Jung und Alt, Cafés, Bars, Familienlokale, Internationale Formate, Streetfood)
- Gastro im Stadtturm
- Mehr Live-Musik in der Gastronomie
- Mehr Schanigärten (ohne Autos)
- Konditorei am Sonntag

#### Ergebnisse "Zukunftswerkstatt"





- Regionalität/Bio (22)
  - Bio-Laden im Zentrum
  - Mehr regionale, nachhaltige Produkte
  - Fachl-Konzept mit heimischen Anbietern
- Lebensmittel/Nahversorger/Greißler (21)
  - Lebensmittelgeschäft im Zentrum
  - Feinkost & Delikatessen
- Gesundheit (9)
  - Ärztezentrum, Primär-Versorgungszentrum
  - Hausarzt-Angebot verbessern
- Tourismus (4)
  - Neue Angebote (Beherbergung und Attraktionen)
- Märkte (3)
  - Markthalle
  - Neue (Themen-) Märkte





#### Wirtschaft, Förderungen & Attraktivierung [56]

- Maßnahmen gegen Leerstand (26)
  - Aktives Standortmanagement, gezielte Ansiedlungsbemühungen
  - Temporäre Bespielung der Leerflächen
  - Ideenwettbewerb f
    ür kreative Nutzungen
  - Leerstände für Start-Ups zur Verfügung stellen
  - Förderungen und Starthilfen für JungunternehmerInnen
  - Einrichtung von Co-Working-Spaces
- Kundenfreundliche Geschäfte (16)
  - Einheitliche Öffnungszeiten
  - Gemeinsame Vermarktung im Internet
  - Gemeinsame Kundenbindungsprogramme





#### Wohnen & Sanieren [48]

- Maßnahmen für leistbares Wohnen (11)
  - Bewusstseinsbildung bei den Vermietern, Mieten auf vernünftigen Niveau
  - Fördermodelle für Wohnen in der Innenstadt
  - Forcierung alternativer Wohnformen (z.B.: WGs für Jungfamilien oder Senioren)
  - Betreiben eines aktiven Wohnortmarketings
- Sanierungen & finanzielle Unterstützungen (4)
  - Förderprogramme für privates Investment in der Innenstadt (z.B.: steuerliche Anreize, Darlehensförderung)
  - Servicierung und Unterstützung mit Ideen und Fach-Know-How
  - Generell: Forcierung der Wohnraumschaffung in der Innenstadt







4.

Vertiefende Diskussion:
Ableitung von Zielen,
Strategien und
Handlungsansätzen

#### Einige Fragestellungen zur Orientierung...





- Wie kann der Branchenmix trotz zunehmenden Online-Handel attraktiv bleiben?
  - welche Angebote sind langfristig marktfähig und können überleben? Welche Qualitätskriterien müssen erfüllt werden?
  - wie kann die Ansiedlung neuer Angebote aktiv gefördert bzw. unterstützt werden?
- Durch welche Maßnahmen können Sanierungen bzw. Investitionen in private Objekte in der Innenstadt angekurbelt werden? Wie können ungleiche Wettbewerbsbedingungen zwischen "grüner Wiese und Innenstadt" ausgeglichen werden?
  - Willkommenskultur für privates Investment verbessern (Service Verwaltung, Aktiver Kontakt, aktives Zugehen, etc.) ?
  - Anreize schaffen (Gebühren, Abgaben, etc.) ?
  - Förderungen (Investitionen, Fassaden, etc.) ?
  - "Manpower" (Managementleistungen, PPP-Modelle initiieren, etc.)?
  - Rahmenbedingungen im Umfeld verbessern (Parken, Aufenthaltsqualität, etc.)?
- Wie kann generell das Image der Innenstadt bzw. das Vertrauen für Investment und Engagement wieder gestärkt werden?



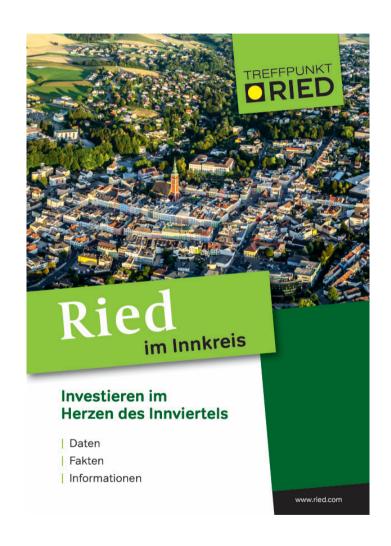




#### Umsetzungsbeispiele









Aktuelle Referenzprojekte:

Ried, Trofaiach, St. Michael i. Lungau, Waidhofen/Ybbs

#### "best practice Beispiel": Betriebsansiedlung & Motivation









- > Sie sind Unternehmer(in) oder möchten es gerne werden?
- Sie haben ein innovatives, marktfähiges Konzept in den Bereichen Handel, Handwerk, Gastronomie oder im Dienstleistungssektor?
- Wir helfen Ihnen, ihr Geschäftsmodell erfolgreich umzusetzen!

Mehr Informationen unter: www.trofaiach.gv.at

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LAND UND EUROPÄISCHER UNION

BUNDESMINISTERIUM FÜR NACHHALTIGKEIT UND TOURISMUS









Ried, Trofaiach

## "best practice Beispiel": Aktive Betriebsansiedlung





#### Wir fördern die besten 5 Konzepte

Im Rahmen dieses Standortbusiness-Wettbewerbs prämiert eine Fachjury die besten fünf Unternehmens-Konzepte. Die Gewinner erhalten folgende Leistungen:

ALCOHOLD STATE	Bestes Business Konzept	Platz 2
Leistungen der ARGE Stadtmar	keting Ried	
Business Angel	Unternehmensberatung mit bis zu 80 h Strategische Grundberatung Laufende Themen-Coachings Markt- und Standortanalyse Benchmarks Umsetzungs-Workshop, etc.	Unternehmensberatung mit bis zu 65 h Strategische Grundberatung Laufende Themen-Coachings Markt- und Standortanalyse Benchmarks etc.
Werbe- und Marketingleistungen innpuls ้	Strategische Marketingberatung und Umsetzung von diversen Marketing- und Werbemaßnahmen im Umfang von bis zu 85 h	Strategische Marketingberatung und Umsetzung von diversen Marketing- und Werbemaßnahmen i Umfang von bis zu 70 h
weitere Leistungen	Hilfestellung und Unterstützung bei der Geschäftsflächensuche und gesamtes Projektmanagement	Hilfestellung und Unterstützung bei der Geschäftsflächensuche und gesamtes Projektmanagement
Leistungen der Netzwerkpartn	OF.	
Raiffeisenbank Region Ried i. I. Sparkasse Ried-Haag	kostenlose Förderberatung und Antragstellung 50 % Ermäßigung a. Zahlungsverkehr und Bearbeitungsgebühren bei Finanzierungen, über 3 Jahre Infrastruktur für 1 Kundenveranstaltung, inkl. Catering	kostenlose Förderberatung und Antragstellung 50 % Ermäßigung a. Zahlungsverkehr und Bearbeitungsgebühren bei Finanzierungen, über 3 Jahre Infrastruktur Infrastruktur für 1 Kundenveranstaltung, inkl. Catering
INFOTECH EDV-Systeme GmbH INFOTECH	Internet im Wert von € 2.500,- biz.fiber.standard 100/20 über 12 Monate	Server im Wert von € 1.000,- my.bizcloud.Server
PZP Steuerberatung GmbH	kostenlose Beratungsleistungen: (bis zu einem Betrag von EUR 4.000,-) Planungsrechnung, Gründerberatung, Rechtsform, Finanzierung, Soll/st-Vergleich im 1. Jahr	kostenlose Beratungsleistungen: (bis zu einem Betrag von EUR 4.000.) Planungsrechnung, Gründerberatung, Rechtsforn Finanzierung, Soll/Ist-Vergleich im 1. Jahr
WKG Rechtsanwälte GmbH Wintersberger Riess Rechtsanwälte GmbH wko hart der unter Grand wintersberger   riess	Zeitkonto" für allgemeine Rechtsberatung innerhalb eines Jahres in der Dauer von 9 Stunden (keine außenwirksame Vertretungsleistung); bei Vertragsserstellung und sonstiger Tätigkeit im ersten Jahr Nachlass von 15 % auf das Honorar.	Zeitkonto" für allgemeine Rechtsberatung inner eines Jahres in der Dauer von 7 Stunden (keine außenwirksame Vertretungsleistung); bei Vertrag erstellung und sonstiger Tätigkeit im ersten Jahr Nachlass von 15 % auf das Honorar.
Verein der Rieder Wirtschaft	kostenlose Mitgliedschaft im VRW für 1 Jahr	kostenlose Mitgliedschaft im VRW für 1 Jahr
	monetärer Fördergegenwert von rd. € 29.500,-	monetärer Fördergegenwert von rd. € 24.500,-

Platz 3	Platz 4	Platz 5
		Mark Comment
Unternehmensberatung mit bis zu 50 h Strategische Grundberatung Laufende Themen-Coachings Markt- und Standortanalysen etc.	Unternehmensberatung mit bis zu 30 h Strategische Grundberatung Laufende Themen-Coachings etc.	Unternehmensberatung mit bis zu 25 h Strategische Grundberatung Laufende Thernen-Coachings etc.
Strategische Marketingberatung und Um- setzung von diversen Marketing- und Werbe- maßnahmen im Umfang von bis zu 60 h	Strategische Marketingberatung und Umsetzung von diversen Marketing- und Werbemaßnahmen im Umfang von bis zu 40 h	Strategische Marketingberatung und Umsetzung von diversen Marketing- und Werbemaßnahmen im Umfang von bis zu 20 h
Hilfestellung und Unterstützung bei der Geschäftsflächensuche und gesamtes Projektmanagement	Hilfestellung und Unterstützung bei der Geschäftsflächensuche und gesamtes Projektmanagement	Hilfestellung und Unterstützung bei der Geschäftsflächensuche und gesamtes Projektmanagement
Ata 1	200	
kostenlose Förderberatung und Antragstellung	kostenlose Förderberatung und Antragstellung	kostenlose Förderberatung und Antragstellung
50 % Ermäßigung a. Zahlungsverkehr und Bearbeitungsgebühren bei Finanzierungen, über 3 Jahre Infrastruktur	50 % Ermäßigung a. Zahlungsverkehr und Bearbeitungsgebühren bei Finanzierungen, über 3 Jahre Infrastruktur	50 % Ermäßigung a. Zahlungsverkehr und Bearbeitungsgebühren bei Finanzierungen, über 3 Jahre Infrastruktur
Infrastruktur für 1 Kundenveranstaltung, inkl. Catering	Infrastruktur für 1 Kundenveranstaltung, inkl. Catering	Infrastruktur für 1 Kundenveranstaltung, inkl. Catering
Exchange	Secure Mail Enterprise	Webspace
im Wert von € 500,-	im Wert von € 300,-	im Wert von € 180,-
my.bizcloud.Exchange	my.bizcloud.SecureMail	my.bizcloud.Webspace
kostenlose Beratungsleistungen : (bis zu einem Betrag von EUR 4.000,-)	kostenlose Beratungsleistungen: (bis zu einem Betrag von EUR 4.000,-)	kostenlose Beratungsleistungen : (bis zu einem Betrag von EUR 4.000,-)
Planungsrechnung, Gründerberatung, Rechtsform, Finanzierung, Soll/Ist-Vergleich im 1. Jahr	Planungsrechnung, Gründerberatung, Rechtsform, Finanzierung, Soll/Ist-Vergleich im 1. Jahr	Planungsrechnung, Gründerberatung, Rechtsform, Finanzierung, Soll/Ist-Vergleich im 1. Jahr
Zeitkonto" für allgemeine Rechtsberatung nnerhalb eines Jahres in der Dauer von 5 Stunden (keine außenwirksame Vertretungs- eistung): bei Vertragserstellung und sonsti- ger Tätigkeit im ersten Jahr Nachlass von 15 % auf das Honorar.	Zeitkonto" für allgemeine Rechtsberatung innerhalb eines Jahres in der Dauer von 4 Stunden (keine außerwirksame Vertretungsleistung); bei Vertragserstellung und sonstiger Tätigkeit im ersten Jahr Nachlass von 15 % auf das Honorar.	"Zeitkonto" für allgemeine Rechtsberatung innerhalb eines Jahres in der Dauer von 3 Stunden (keine außenwirksame Vertretungsleistung); bei Vertragserstallung und sonstiger Tätigkeit im ersten Jahr Nachlass von 15 % auf das Honorar.
xostenlose Mitgliedschaft im VRW für 1 Jahr	kostenlose Mitgliedschaft im VRW für 1 Jahr	kostenlose Mitgliedschaft im VRW für 1 Jahr

#### "best practice Beispiel": Innovation Angebot









's Fachl - Aussteller

zum Webshop

Standorte

Konzept

über uns

Konzept

Konzen

#### Miete deinen eigenen kleinen Laden

's Fachl soll ein besonderer Ort sein, mit besonderen Dingen für besondere Menschen ... deswegen bieten wir im Kreativ- Design- Schmankerlbereich Designern und Herstellern besonderer Schmankerl die Möglichkeit, sich mit einer eigenen Fläche zu präsentieren und in bester Lage in Wien, Salzburg, Villach, Graz, Linz und Klagenfurt ihre Produkte anzubieten.



#### jedes Fachl ein eigenes Geschäft

's Fachl ist ein besonderes Konzept, das wir entwickelt haben. Gerade am Beginn der unternehmerischen Tätigkeit ist es kaum möglich ein eigenes Geschäft in bester Lage zu eröffnen, hohe Invesitionskosten und das damit verbundene Risiko ist in der heutigen Zeit nicht zu unterschätzen. Deswegen bieten wir dir eine Fläche in bester Lage, verkaufen für dich und bewerben so gut als möglich deine Produkte. Durch die große Produktvielfalt im Kreativ-, Design- und Schmankerlbereich erreichst du eine viel größere Anzahl an potentiellen Kunden, die sich von deinen Kreationen begeistern lassen können. Wir unterstützen dich dabei so gut als möglich und bieten auch z.B. einen Nachfüllservice an, damit du hier Zeit sparen und dich um die Herstellung deiner Produkte kümmern kannst.

#### in bester Lage, an 7 Standorten in Österreich

Besondere Produkte brauchen auch einen besonderen Standort, 's Fachl ist mittlerweile in 7 Standorten in Österreich vertreten. In über 280 Fachl je Standort finden eine Vielzahl an unterschiedlichsten Produkten und Schnäppchen Platz, ein Paradies für Gourmets, Kunstliebhaber und Designverliebte zugleich. So kannst du dir für deine Kreationen und Schmankerl eine günstige Bezugsquelle an Top-Standorten sichern, aber natürlich ist es auch eine besondere Werbung, seine Produkte in dieser besonderen Lage zu verkaufen.

#### faire und flexible Mietmöglichkeiten

Wir haben uns das Konzept sehr lange überlegt, da wir der Meinung sind, dass wir alle nur dann erfolgreich sind, wenn es fair, leistbar und vor allem sich für dich als Fachlmieter auch auszahlt. Deswegen haben wir ein besonderes Ambiente geschaffen, unterstützen dich bei deinem Verkauf soweit es geht, und haben für Vorschläge immer ein offenes Ohr. Mehr zu den Möglichkeiten und Preisen





## "best practice Beispiel": Innovation Angebot















### "best practice Beispiel": Innovation Angebot









#### "Trofaiach Tandler"

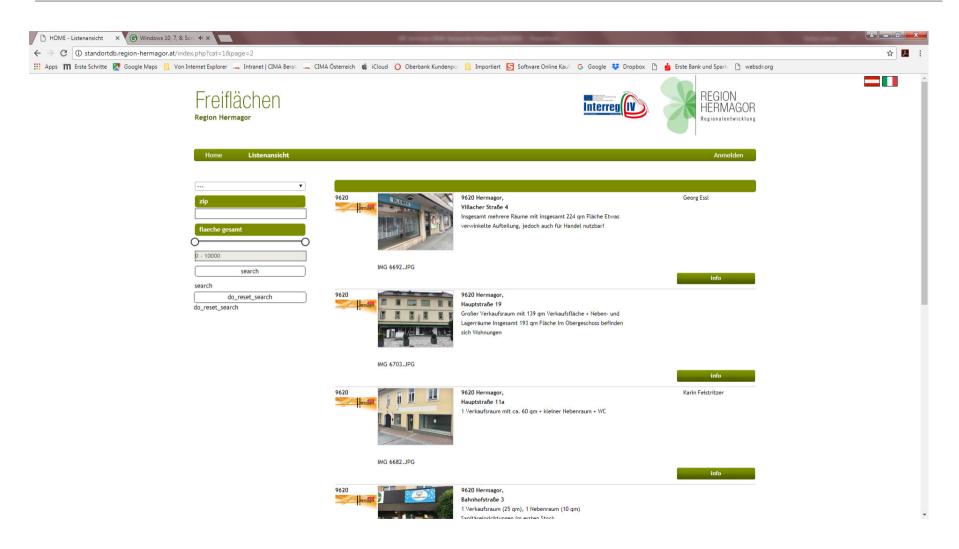
- Gemeinschaftsprojekt Stadtgemeinde & Lebenshilfe
- "Altes, Gutes, Neues" "Re-Use-Shop"
- Weiterverwendung & Nachhaltigkeit stehen im Vordergrund
- Regelmäßige Aktionen und Veranstaltungen











## "best practice Beispiel": CI-CD-Dachmarkenkonzept







#### Anwendungsbeispiele







Freizeit Kultur











#### "best practice Beispiel": Aufbau "Stadt-/Standortmarketing"





- Kommunikation/Schnittstelle für Haus-/Liegenschaftseigentümer
- Immobilien-/Freiflächenmanagement
- Betriebsansiedlung (innen & außen)
- Kommunikation/Schnittstelle für Unternehmer
- Servicierung Kaufmannschaft
- Aktionen Kundenbindung
- Aktionen Frequenzsteigerung
- Infrastruktur City (Gestaltung, Möblierung, Parken, Rad, etc.)

#### Tourismus-/Eventmarketing 1 Fachkraft + 2 Assistenz

- Gästeinformation und -betreuung
   Schnittstelle/Management für regionales/überregionales
   Tourismusmarketing
- Angebotsentwicklung
- Veranstaltungsmanagement (Koordination & Bewerbung)
- Sales & Ticketing

## Positionierung & Digitalmarketing 1 Fachkraft

- CI-CD, Positionierung, Außenauftritt
- Internet, Homepage
- Social Media
- Digitale Besucherinformation & -lenkung

#### Aktuelle Referenzprojekte:

Krems, Ried, Braunau-Simbach, Freistadt, Enns, Klagenfurt, Kufstein, Laufen-Oberndorf, Marchtrenk, Saalfelden, Kössen, St. Johann/Pongau, Villach, uvm.













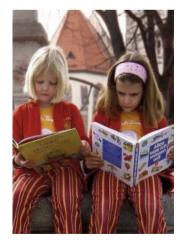
























Danke für Ihre Aufmerksamkeit!





# Flipchart-Protokoll des Workshops I (zum Thema Branchenmix, Angebot, Immobilien)





- Radargeräte abschalten -> Kundenverärgerung
- Innenstadt ist "langweilig" geworden -> Beispiel Getreidegasse
  - Tafeln an Häusern, Logo-Stadt, einheitliches Bild
- Sammelpass als Gemeinschaftsaktion
- Gestaltung mehr Grün und Möblierung
- Angebot für Jugend
- "Lieber nichts verdienen als zu wenig" häufige Ansicht bei Hausbesitzern
  - Unterstützung durch Bank u. Gemeinde (Zinsstützung) (Modell ausarbeiten)
- Besteuerung von Leerstehenden Geschäftsflächen
- Wechselnde Street-Food-Angebote an fixem Platz
  - -> andere Form der Gastro speziell Jugend
- Es fehlt ein hochwertiger Asiate
- Food-Court in der Stadt (ev. in Leerstand) -> "müllfrei" mit eigenem Geschirr
- "Lebenshilfe-Restaurant" (Beispiel Kufstein)
- 4-Sterne-Hotel wird aufgestockt auf 40 Betten





- Bürokratie Abbau bei Organisation von Veranstaltungen
- Eigentümer-Meetings -> Quartiersmanagement einrichten
- Gebühren bei Sanierungen reduzieren (z.B. Gerüstabgabe, Baustelleneinrichtung)
- Mehr Unterstützung gegenüber Denkmalschutz
- Luftsteuer bei Vordächern abschaffen
- Soziale Medien
  - -> Blogger für Innenstadt-Werbung gewinnen (Lovebruder machen schon einen Blog)
    - Vor allem Jugend auf diesem Weg gewinnen
- Bestehende Geschäfte in der Stadt halten!
  - Leerstände für Schaufenster-Werbung nutzen (Schaufenster-Deko in Leerständen -> für Vereine?
- Image-Bildung über Schülerprojekte -> welche Interessen haben die Jungen?
- "Junge-Alte" auch stärker bedienen!
- "Kommunalsteuer-Gewichtung" als Steuerungsinstrument gegen Grüne-Wiese
- Ausweitung der öffentlichen WC's (nur eine Münztoilette am SP\*)





- Hilfestellung für neue Betriebe in Form von "Start-Broschüre" (wer, was, wo...) -> Mietförderung -> Werbe-Unterstützung
- Geschäftsfläche teilen -> 2 Unternehmer in 1 Lokal
- Infrastruktur f
   ür kulinarische Aktivit
   äten am SP (z.B. K
   üche/Box)
- Gewerberechtliche Bestimmungen lockern!
  - Kombination verschiedener Branchen ermöglichen
- Bürgerbeteiligung weiterführen
- Slow-City-Konzept (Beispiel Enns)

#### **WOHNEN:**

- Es gibt eine Wohnungsagentur in VB
- Vermittlung Angebot-Nachfrage
- Begleitung, auch Konfliktschlichtung





- Beispiel Bad Ischl (Social Media Präsentation aller Betriebe)
- Info-Screen am SP
- Bewerbung der Attersee-Touristen verstärken!
- Zusammenfassung von "verwandten" Themen und Inszenierung (z.B. Schönheit, Gesundheit…)
- Museum -> Aufbereitung auch für kleine Kinder
- **Eine** Info-Plattform im Internet
- Social Media-Konzept ist im SM\* im laufen
- Revitalisierungs-Wettbewerb (ähnlich StadtUp)
- Werbemöglichkeit für kleine Betriebe -> gebündelt an den Zufahrtsstraßen
- "Echtes Wirtshaus" Angebot mit Gastgarten am Sonntag
- Wissensraum in der Stadt (Lernen, Expandieren, Basteln -> für Kinder) = Kinderbetreuung während Einkauf
- Shop in Shop Idee für Kleinproduzenten
- Litfaßsäule rund um den Baum (Rundbank SP)





- Längere Öffnungszeiten für das Jupitu/Kinderbetreuung durch Kindergarten
- Offenen Wissenswerkstatt f
  ür Jung & Alt
- Massage-Fußreflex-Angebot
- Nahversorgung für Innenstadt-Bewohner erhalten
- Was fehlt: Lebensmittel (z.B. Corso)