**Presseaussendung**

Stadtentwicklung trotz Budgetdruck: Wie Städte Förderungen nutzen können

Städte stehen unter Druck: weniger Budget, aber steigende Anforderungen an Lebensqualität und Standortattraktivität. Der Praxistag des Dachverband Stadtmarketing Austria in Judenburg zeigte, wie strategisches Stadtmarketing und klug genutzte Fördermittel Teil der Lösung sein können.

*Judenburg, Juni 2025.* – Welche Chancen bieten LEADER-Förderungen für die Entwicklung kleiner und mittelgroßer Städte? Wie kann ein Stadtmarketing mithilfe solcher Fördermodelle strukturell und strategisch für die Zukunft aufgestellt werden? Und wie können Förderungen im allgemeinen die Städte in Zeiten reduzierter Budgets entlasten? Diese Fragen standen im Zentrum des Praxistags des Dachverband Stadtmarketing Austria, der auf Einladung des Stadtmarketing Judenburg veranstaltet wurde.

Rund 20 Teilnehmer:innen aus ganz Österreich erörterten im neue Judenburger „Stadt-Atelier“ die aktuellen Herausforderungen und Lösungsansätze kommunaler Entwicklung. Im Mittelpunkt stand die Vorstellung der laufenden Neuausrichtung des Stadtmarketing Judenburg, präsentiert von Heinz Mitteregger (Geschäftsführung STAMA Judenburg) und Berater Edgar Eller (Agentur sentum). Ziel ist ein integrierter, zukunftsorientierter Ansatz, bei dem Stadtgestaltung, Kommunikation und Standortentwicklung eng ineinandergreifen. Zentrales Element: das oben erwähnte „Stadt-Atelier“, ein Raum für partizipative Stadtplanung und kreative Impulse.

**60 Prozent Förderquote.**   
Bibiane Puhl von Puhl Consulting und Geschäftsführerin von „Kraft. Das Murtal“ gab im Anschluss einen praxisnahen Überblick über das LEADER-Fördersystem. Judenburg profitiert aktuell von einer entsprechenden Förderung mit 60 Prozent nicht rückzahlbaren Fördermitteln für das neue Stadtentwicklungskonzept. Für Sozialprojekte würden, so Puhl, sogar bis zu 80 Prozent gefördert. Dabei wurde deutlich: Förderungen sind wertvolle Hebel für die Umsetzung innovativer Projekte. Sie erfordern aber auch strategische Vorbereitung, gute Partner sowie klare Zielsetzungen. Und meist auch eine realistische Form der Zwischenfinanzierung.

Begonnen wurde der aufschlussreiche Praxistag, zu dem sich Stadtmarketingverantwortliche aus ganz Österreich einfanden, im Pop Up Cafe „Vollpension“, einem Social-Business-Modell für Gastronomie, das im Juni temporär in Judenburg Station machte. Die zwei stationären Vollpension-Cafes in Wien ermöglichen Senior:innen bereits seit Jahren gesellschaftliche Teilhabe und Zusatzeinkommen. Mit mobilen Formaten wie „Oma on Tour“ war nun auch Judenburg für drei Tage Teil dieser generationenverbindenden Initiative, die in Hinkunft auch als Franchiseunternehmen geführt werden soll.