

„stadstup Ried“ Österreichs innovativstes Innenstadtfördermodell



Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Vortrag von Dipl.-Geogr. Ulrike Marschner und Mag. Roland Muraier
im Rahmen des STAMA Austria Praxistages „Jenseits der Leerflächen-Verwaltung –
neue Ansätze und Initiativen im Standort- und Geschäftsflächenmanagement“

30. Jänner 2018

Teil 1

Struktur und Aufgabengebiete der ARGE Stadtmarketing Ried

1.1. Kurzer „Steckbrief“ der ARGE Stadtmarketing Ried

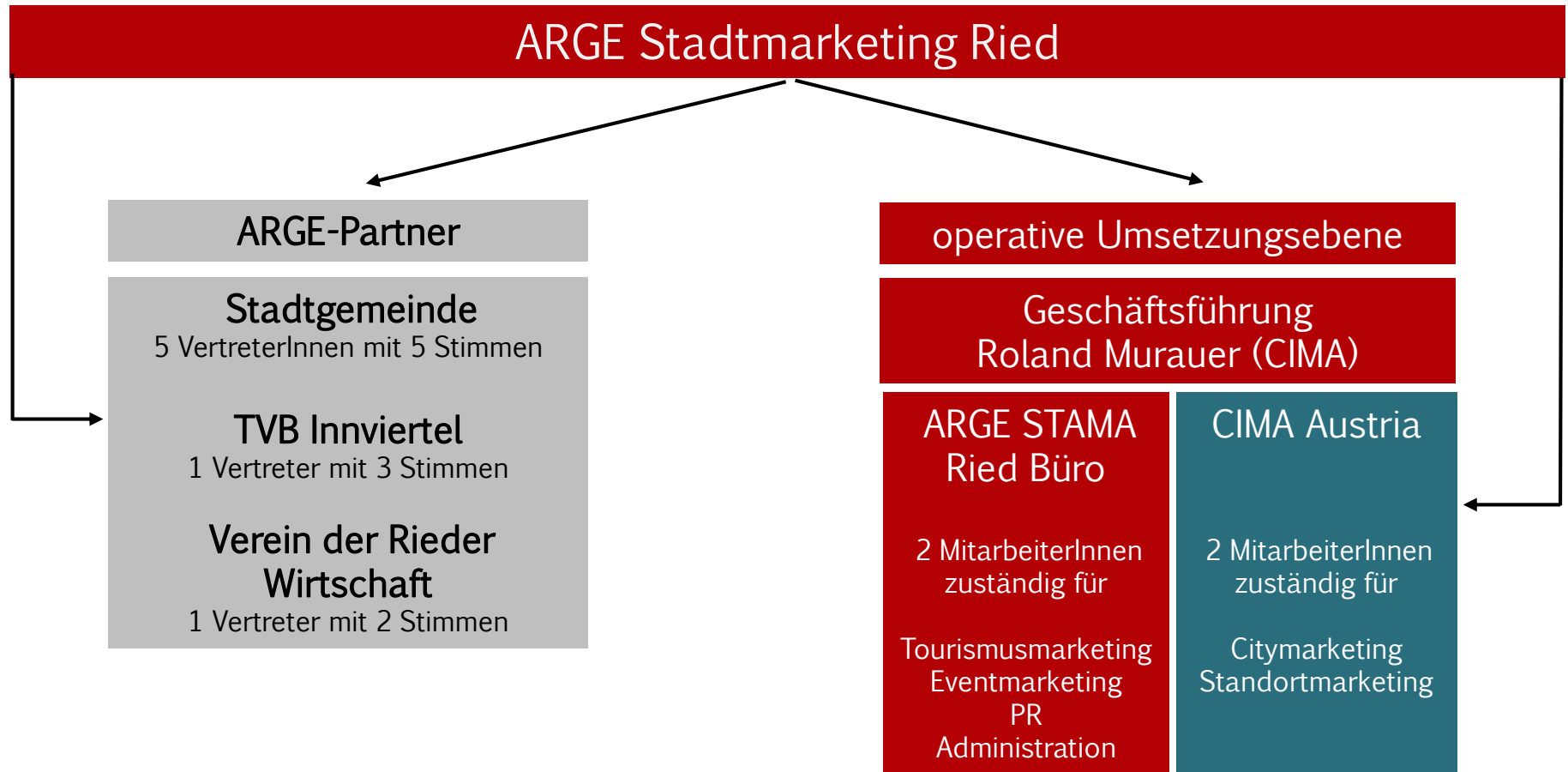


- Gründungsjahr 1995
- Rechtsform GsBR
- Partner der ARGE Stadt, Verein der Rieder Wirtschaft, Tourismusverband Ried
- Jahresbudget (2018) 715.000 €
- Aufgaben und Budgetanteil

Tourismusmarketing	(25%)
Standortmarketing	(3,5%)
Citymarketing	(17%)
Eventmarketing	(16%)
PR & Kooperationen	(2,5%)
Sonderprojekte Stadt	(19%)
Administration	(17%)
- Finanzierung

Stadt	52%
TVB	40%
VRW	03%
Fix-Sponsoren	05%

1.2. Die ORGA-Struktur



Teil 2

Die Ausgangslage in Ried

2.1. Der Wirtschaftsraum Ried



- EinwohnerInnen 11.400
- Betriebe/Beschäftigte 1.400/14.000 (davon 10.800 Einpendler)
- Nächtigungen rund 30.000 pro Jahr
- MessebesucherInnen/Jahr zwischen 150.000 und 300.000
- Veranstaltungen/Jahr rund 140 (1/3 in der Innenstadt)
- Schulen 17 Schulen/knapp 6.000 SchülerInnen

- Einzugsgebiet (Handel) zw. 120.000 – 225.000 Personen
- Kaufkrafteigenbindung 87%
- Verkaufsfläche rund 100.000 m²
- Einzelhandelsumsatz 270 Mio €
- Flächenproduktivität 3.200 €/m² Gesamtstadt
4.100 €/m² Innenstadt
- Kaufkraftniveau/Person 98,3%
- Parkplätze Innenstadt 2.250 (ab 16.00 Uhr gratis)
- StammkundInnen-Anteil 63%
- Service/Marken Innenstadt 356 Serviceleistungen/450 Marken

2.2. Entwicklung der Innenstadt in den letzten Jahren



- räumlich sehr **große** und wirtschaftlich belebte **Innenstadt**
- **hohe Investitionen** in die städtebauliche Infrastruktur und Gestaltung in den letzten Jahren durch Stadtgemeinde
- **Wettbewerbsdruck** iel durch die Ballungsräume **Linz & Salzburg**
- städtebaulich gut integriertes City-Einkaufszentrum (seit August 2015)

- wichtigste Auswirkungen des neuen City-EKZ
 - + An siedelung wichtiger Ankerbetriebe
 - + wirtschaftl. Attraktivierung der Straßen rund um das EKZ
 - + erkennbare Dynamisierung der Sa-Nachmittags Öffnungszeiten

 - sinkende Gesamtfrequenzen in der Kerninnenstadt
 - Investitions- und An siedelungsstau in der Kerninnenstadt
 - späte bzw. teilweise keine Reaktion vieler Betriebe

- Bündel von Umständen (keine Nachfolger, Internet-Shopping-Boom, zu hohe Mieten, unflexible Vermieter, etc.) führte zu stark steigenden Leerflächen

Teil 3

Das Projekt „stadt up“

3.1. Das Projektkonzept



■ Ziele des Projektes

- Bewerbung der Rieder Innenstadt als interessanter Investitionsstandort
- Realisierung von konkreten Betriebsansiedelungen in der Innenstadt

■ Der Projektansatz

- keine „herkömmliche“ kommunale Förderaktion
- zielgenaue Unterstützung mit wichtigen Leistungen, welche sich BetriebsgründerInnen in der Startphase nicht oder nur schwer leisten wollen bzw. können
- Hilfestellung – schon während der Entwicklung der Unternehmensidee
- Förderung von (grundsätzlich) marktfähigen Unternehmenskonzepten
- breites Netzwerk von (lokalen) Kooperationspartnern

■ Zielgruppen

- BetriebsgründerInnen und bestehende Betriebe mit neuen Geschäftsideen für die Innenstadt

■ Branchen

- Handel, Handwerk, Gastronomie, Dienstleistung

■ Förderanzahl

- bis zu 5 Betriebe (nach Auswahl durch JURY)

3.2. Das Partnernetzwerk

Kooperationspartner

Medienpartner



externe Dienstleister



Finanzierungspartner



3.3. Die Leistungen der einzelnen Partner

<p>ARGE Stadtmarketing Ried</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fördermittel- und Finanzierungsakquise ▪ Zusammenstellung des Partnernetzwerks ▪ gesamtes Projekt- und Prozessmanagement ▪ Zurverfügungstellung eines Business-Angel für die PreisträgerInnen (25 – 80 h) ▪ Zurverfügungstellung eines Marketingstartpakets für die PreisträgerInnen (20– 85 h) ▪ Umsetzungsmanagement
<p>Sparkasse Ried-Haag Raiba Region Ried</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bankberatungsdienste ▪ Zahlungsverkehrsermäßigungen ▪ 1 Gratiskunden-Veranstaltung inkl. Catering
<p>Infotech GmbH</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internetdienstleistungen im Wert von 180 – 2.500 € je Preisträger
<p>PZB Steuerberatung GmbH</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kostenlose Beratung für Businessplanerstellung während der Einreichphase ▪ wirtschaftliche Bewertung sämtlicher Einreichungen ▪ 4.000 € Steuerberatungsleistungen je Preisträger
<p>WKG Rechtsanw. Wintersberger & Riess Rechtsanwälte</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zeitkonto für allgemeine Rechtsberatung in bestimmten Stundenausmaß ▪ 15 % Nachlass für Vertragserstellung und sonstige Rechtsberatungen
<p>OÖ Nachrichten</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kostenlose Portraits der Preisträger ▪ vergünstigte Einschalttarife und landesweite Bewerbung
<p>restliche Partner</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewerbung der Aktion in ihren Wirkungsbereichen

3.4. Die Finanzierung



- Gesamtkosten 95.000 €

- Finanzierung
 - 60 % LEADER-Förderung
 - 40 % Eigenmittel der ARGE STAMA Ried

- Zeitaufwand
 - ca. 100 h Fördermanagement
 - ca. 80 h Netzwerkaufbau
 - ca. 400 h Projektmanagement in der Einreichphase
 - ca. 80 h PR und Medienarbeit
 - ca. 60 h Abstimmung mit business angel und Werbeagentur
 - bislang 100 h Umsetzungsbetreuung

3.5. Die Einreich- und Auswahlphase

TREFFPUNKT RIED

**Einreichunterlagen
StadtUP Ried**

Vorlagen

- | Businessplan
- | Unternehmensrechnung/-kalkulation
- | Lebenslauf des Bewerbers

zusätzlich bitte einzureichen

- | fachliche Befähigungen und Gewerbeberechtigung
- | ggf. Dienstzeugnisse bzw. Referenzen
- | SVR- und Finanzamtsbestätigung
- | persönlicher und wirtschaftlicher Leumund
- | etc.

LE 14-20 COMFORTRADE

www.stadtup-ried.at

- **Einreichzeitraum** 04. April bis 31. August 2017
- **Einreichungen** insgesamt 16
- **Prämierung** 27. September 2017
auf Basis eines 7 teiligen
Kriteriensets durch eine Jury

oberste Prämisse – positives
Wirtschaftstestat durch den
Steuerberater
- **Vorstellung** offizielle Präsentation der
PreisträgerInnen am 25.10.2017
im Rahmen einer Presse-
konferenz mit der WK-
Präsidentin OÖ in Linz

3.6. Die PreisträgerInnen

Reihung	PreisträgerIn	Konzept/Geschäftsidee
1. Platz	Michael Schachinger	Konzept eines Handwerkshauses in der Rieder Innenstadt für regionale Handwerksbetriebe mit Schauwerkstatt und Café.
2. Platz	Carmen Gurita-Wiesbauer	Concept store für hochqualitative und fair gehandelte Spielwaren, Kinderbekleidung und Wohnaccessoires für Kinder.
3. Platz	Karin Gigler/ Karin Hild	Ein medizinisches Fitnessstudio mit einer in Ried einzigartigen Geräteauswahl.
4. Platz	Katharina/ Konstantin Wolf	In der Vinothek werden neben aus-erlesenen Weinen auch Wurstwaren und selbstproduzierte Fertiggerichte angeboten.
5. Platz	Bianca/Alexander Aichinger	Verkauf von hochwertigen Schwimmbad- und Whirlpoolanlagen samt entsprechendem Equipment.

3.7. Die bisherigen Umsetzungserfolge



- realisierte Ansiedelungen
 - Wurst & Sprudel (1b Lage, rund 30 m2)
 - Körperraum GmbH (1c-Lage, rund 450 m2)

- konkrete Realisierungsplanungen
 - kids concept store – Oktober 2018
 - Handwerkshaus als Teil eines Immobiliengroßprojektes in konkreter Finanzierungs- und Realisierungsphase
 - Aichinger Pools auf Standortsuche in Rieder C-Lage

- zusätzliche Effekte
 - weitere (nicht prämierte) BewerberInnen eröffneten bereits Läden bzw. Betriebsstätten
 - in konkreter Vorbereitung „stadt up 2.0“

3.8. Fazit

**Meine Meinung
steht fest!
Verwirren Sie mich
nicht mit ihren
Tatsachen!**

- trotz anfänglicher hoher Skepsis vieler Netzwerkpartner – **sehr gute Resonanz** und **positiver Imageerfolg** für den Standort und die ARGE Stadtmarketing
- angesichts der eingesetzten **Eigenmittel** – toller und sehr **ökonomischer Ansiedelungsoutput**
- erstaunlich viele Anfragen bzw. Einreichungen aus dem Gastro- und personenbezogenen Dienstleistungssektor
- sehr gutes und **positives Feedback** von den PreisträgerInnen hinsichtlich der „stadt up“-**Leistungspakete**, insbesondere „business angel“-Beratung und Marketingstartpaket
- Ansiedelungsschwerpunkt auf **innerstädtische Nebenlagen** sowie **jahrelang leerstehende Immobilien**
- „**Mietpreisstützung**“ als zusätzliche „stadt up“-Leistung wäre **wünschenswert** gewesen
- **exklusive Medienkooperation** war eher hinderlich bzw. nicht notwendig



„Wenn der Wind des
Wandels weht, errichten
die einen Schutzmauern,
die anderen bauen
Windmühlen!“

(Chinesisches Sprichwort)

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !



Mag. Roland Murauder

- Studium der **Betriebswirtschaft** an der Johannes-Kepler-Universität Linz
- seit **25** Jahren im Stadt- und Einzelhandelsberatungswesen tätig
- seit **1993** – geschäftsführender Gesellschafter der CIMA Austria
- Schwerpunkte innerhalb der CIMA: Einzelhandelsberatung, Stadtmarketing, europäische EU-Programme
- bislang - Leitung von 302 Projekten in Deutschland, Italien, Kroatien, Österreich, Slowenien, Slowakei, Schweiz, tschechische Republik, Ungarn
- Vorstandsmitglied im österreichischen **Stadtmarketing-Dachverband**
- **Lektortätigkeiten** unter anderem an der Universität Salzburg bzw. der Donau Universität Krems

murauder@cima.co.at



Dipl.Geogr. Ulrike Marschner

- Studium Geographie an der Universität Leipzig
- seit **2010** – Consultant bei der CIMA Austria
- Schwerpunkte innerhalb der CIMA: Immobilienwirtschaftliche Innenstadtprojekte, Einzelhandelsberatung
- bislang – Leitung bzw, Mitarbeit in 85 Projekten in Deutschland, Italien, Österreich, Slowenien

marschner@cima.co.at

Haftungserklärung

Dieser Vortrag wurde eigens für die TeilnehmerInnen des „Praxistags“ des österreichischen Stadtmarketing-Dachverbands in Ried am 30. Jänner 2018 erarbeitet. Die Rechte der Verwertung liegen bei der CIMA Austria Beratung + Management GmbH.

Sämtliche Daten und Fakten dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung der CIMA Austria veröffentlicht bzw. an Dritte weitergegeben werden.

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken verwendet, für die in Einzelfällen keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der CIMA und ihrer MitarbeiterInnen.