

2.1.2. PROJEKTPARTNER 2: ZRS BISTRA PTUJ

2.1.2.1. CITY BRANDING LEN-ART

Identifikationstabelle		
Titel der Pilotaktivität:	City Branding – LEN-ART	
Projektpartner:	ZRS Bistra Ptuj	
Land:	Slowenien	
Typ der Intervention:	Veranstaltungen	
Umsetzungsfrist:	Von Juni 2018 – Bis August 2019	
Kontaktperson:	Name und Position:	Nataša Mršek
	E-Mail:	natasa.mrsek@bistra.si
	Telefon:	+ 386 40 756 136

Die Beschreibung der Pilotaktivität

Mit der Pilotaktivität „LEN-ART lädt nach Lenart ein“ haben die Partner ein neues kulturtouristisches Produkt erstellt, der in den Sommermonaten das Stadtzentrum von Lenart wiederbeleben wird. Dabei werden folgende Ziele verfolgt:

1. Lenart wurde die zentrale Kulturstadt in Slovenske gorice.
2. Wiederbelebung und Stärkung des Stadtzentrums.
3. Verbesserung des kulturellen Angebots und bessere Zugänglichkeit der Kultur für die lokale Bevölkerung.
4. Einbeziehung aller sozialer Gruppen: Kinder, Jugendliche, Senioren, bäuerliche Bevölkerung ...
5. Schaffung einer bevölkerungsfreundlichen Stadt, ins besonders in Sommermonaten, die bis jetzt als Monate der „kulturellen Stagnation“ galten.
6. Für jede Stadt sind neben der wirtschaftlichen Entwicklung auch die kulturelle Entwicklung und Angebot wichtig. Die Sommerveranstaltungen haben sicherlich dazu beigetragen.

Bewertung der Pilotaktivitäten anhand der wichtigsten Kriterien

Kriterien	Definition	Ergebnis
Klarer und relevanter Bedarf	Die Pilotaktivität befasst sich mit einem klar identifizierten Bedarf, Hindernissen, die die Nachhaltigkeit der Region behindern.	1 2 3 4 5 6
Relevante Lösung	Die Pilotaktivität bietet eine relevante Lösung – anspricht die identifizierten Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Strategische Relevanz	Die Pilotaktivität ist im Einklang mit der Strategie der einzelnen Stadt / Region.	1 2 3 4 5 6
Kosteneffektivität	Die Pilotaktivität bietet eine kostengünstige Lösung für die identifizierte Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Anpassungsfähigkeit in anderen Städten	Von der Pilotaktivität angebotene Lösung kann einfach und schnell auch in anderen Städten umgesetzt werden.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektplanung	Die Pilotaktivität wurde nach einem durchdachten Plan durchgeführt.	1 2 3 4 5 6

Qualität der Projektabwicklung	Das Projekt wurde zu einer hohen Qualität geliefert.	1	2	3	4	5	6
Insgesamt:		36					

Was hat gut funktioniert?

Sehr gute Zusammenarbeit alle Partner schon in der Planungsphase und alle Verbände, die in die Aktivitäten der Umsetzungsphase beigetreten haben. Klar verteilte Rollen haben die erfolgreiche Umsetzung der Pilotaktivität gesichert.

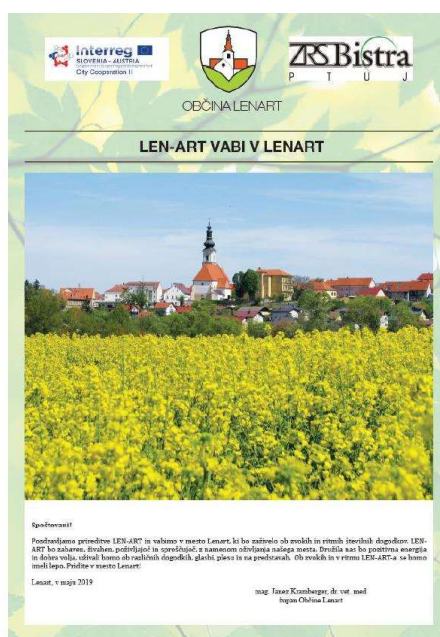
Was soll geändert werden?

/

Wurdet ihr diese Pilotaktivität den anderen Städten empfehlen?

Derartige Pilotaktivität ist sicherlich geeignet für jede Stadt der Partnerschaft, die in seiner Entwicklungsstrategie die Notwendigkeit das Stadtzentrum in „toten“ Monaten lebendiger zu machen erkannt hat. Es sind auch eine gute Gelegenheit für alle beteiligte um eine gute Zusammenarbeit zu erstellen.

FOTO





2.1.2.2. CITY BRANDING Lenart in der Pracht des Advents

Identifikationstabelle		
Titel der Pilotaktivität:	City Branding – Lenart in der Pracht des Advents	
Projektpartner:	ZRS Bistra Ptuj	
Land:	Slowenien	
Typ der Intervention:	Veranstaltungen	
Umsetzungsfrist:	Dezember 2018	
Kontaktperson:	Name und Position:	Nataša Mršek
	E-Mail:	natasa.mrsek@bistra.si
	Telefon:	+ 386 40 756 136

Die Beschreibung der Pilotaktivität

Nach der erfolgreichen Wiederbelebung des Stadtzentrums haben sich die Partner entschlossen mit einer ähnlichen Aktivität auch in der Adventzeit die Bewohner der Stadt und der Umgebung in die Stadt einzuladen.

Die Veranstaltungen fanden am Hauptplatz statt – ein reichhaltiges Programm für alle Generationen. Alles wurde noch mit dem Weihnachts- und Neujahrsmesse bereichert, nur mit lokalem Angebot.

Bewertung der Pilotaktivitäten anhand der wichtigsten Kriterien

Kriterien	Definition	Ergebnis
Klarer und relevanter Bedarf	Die Pilotaktivität befasst sich mit einem klar identifizierten Bedarf, Hindernissen, die die Nachhaltigkeit der Region behindern.	1 2 3 4 5 6
Relevante Lösung	Die Pilotaktivität bietet eine relevante Lösung – anspricht die identifizierten Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Strategische Relevanz	Die Pilotaktivität ist im Einklang mit der Strategie der einzelnen Stadt / Region.	1 2 3 4 5 6
Kosteneffektivität	Die Pilotaktivität bietet eine kostengünstige Lösung für die identifizierte Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Anpassungsfähigkeit in anderen Städten	Von der Pilotaktivität angebotene Lösung kann einfach und schnell auch in anderen Städten umgesetzt werden.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektplanung	Die Pilotaktivität wurde nach einem durchdachten Plan durchgeführt.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektabwicklung	Das Projekt wurde zu einer hohen Qualität geliefert.	1 2 3 4 5 6
Insgesamt:		36

Was hat gut funktioniert?

Gute Zusammenarbeit aller Beteiligte in der Aktivität, eine große Anzahl der lokalen Anbieter und eine gute Grundlage für die zukünftige Zusammenarbeit. Hervorragender Besuch der Bevölkerung.

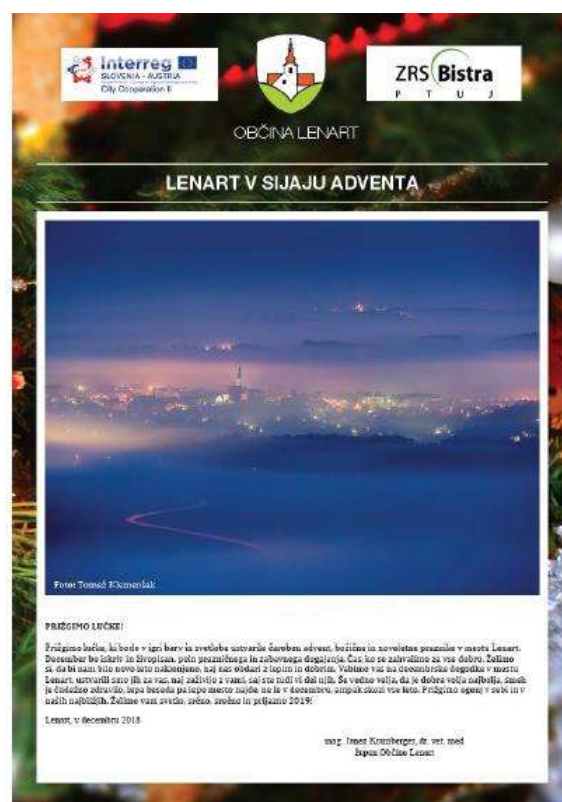
Was soll geändert werden?

/

Wurdet ihr diese Pilotaktivität den anderen Städten empfehlen?

Größere Städte der Partnerschaft führen ähnliche Aktivitäten schon durch, wir haben aber jetzt gesehen, dass es auch für kleinere Städte passend ist, ins besonders aber eine sehr gute Gelegenheit für lokale Anbieter und Hersteller ihre Produkte sozusagen „vor der Haustür“ anbieten zu können.

FOTO



2.1.2.3. CITY BRANDING Ormož – SEVEROLANDIJA

Identifikationstabelle		
Titel der Pilotaktivität:	City Branding – Severolandija	
Projektpartner:	ZRS Bistra Ptuj	
Land:	Slowenien	
Typ der Intervention:	Veranstaltungen	
Umsetzungsfrist:	Dezember 2018, Dezember 2019	
Kontaktperson:	Name und Position:	Nataša Mršek
	E-Mail:	natasa.mrsek@bistra.si
	Telefon:	+ 386 40 756 136

Die Beschreibung der Pilotaktivität

Stadt Ormož versuchte in jeder Hinsicht den zentralen Platz in festlicher Stimmung wiederzubeleben (nach dem Vorbild der anderen Städte). Deshalb haben sie an gemeinsamen Treffen mit der Schule, Musikschule und Vereinen die Dekoration der Stadt diskutiert und die Errichtung einer Eisbahn auf Kerenčičev trg (zentraler Platz der Stadt). Sie haben ein reiches und buntes Kulturprogramm vorbereitet, bei dessen Umsetzung haben alle aktiv teilgenommen.

Das größte Gewinn war jedoch die Eisbahn, die Familien, nicht nur aus Ormož und nahe Umgebung, sondern auch aus anderen Orten, in die Stadt eingezogen hat.

Bewertung der Pilotaktivitäten anhand der wichtigsten Kriterien

Kriterien	Definition	Ergebnis
Klarer und relevanter Bedarf	Die Pilotaktivität befasst sich mit einem klar identifizierten Bedarf, Hindernissen, die die Nachhaltigkeit der Region behindern.	1 2 3 4 5 6
Relevante Lösung	Die Pilotaktivität bietet eine relevante Lösung – anspricht die identifizierten Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Strategische Relevanz	Die Pilotaktivität ist im Einklang mit der Strategie der einzelnen Stadt / Region.	1 2 3 4 5 6
Kosteneffektivität	Die Pilotaktivität bietet eine kostengünstige Lösung für die identifizierte Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Anpassungsfähigkeit in anderen Städten	Von der Pilotaktivität angebotene Lösung kann einfach und schnell auch in anderen Städten umgesetzt werden.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektplanung	Die Pilotaktivität wurde nach einem durchdachten Plan durchgeführt.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektabwicklung	Das Projekt wurde zu einer hohen Qualität geliefert.	1 2 3 4 5 6
Insgesamt:		34

Was hat gut funktioniert?

Gute Zusammenarbeit aller Beteiligte in der Aktivität, bei der Planung sowie bei der Umsetzung der Pilotaktivität. Eine sehr große Zahl der Besucher bei den Veranstaltungen und ins besonders auf der Eisbahn.

Was soll geändert werden?

Die Promovierung sollte stärker sein, vor allem sollte früher starten und gezielt werden.

Wurdet ihr diese Pilotaktivität den anderen Städten empfehlen?

Ja.

FOTO



2.1.2.4. CITY BRANDING Ptuj – Pridi v mesto

Identifikationstabelle		
Titel der Pilotaktivität:	City Branding – Pridi v mesto	
Projektpartner:	ZRS Bistra Ptuj	
Land:	Slowenien	
Typ der Intervention:	Plakate, Bröschure ...	
Umsetzungsfrist:	Mai 2018-August 2018	
Kontaktperson:	Name und Position:	Nataša Mršek
	E-Mail:	natasa.mrsek@bistra.si
	Telefon:	+ 386 40 756 136

Die Beschreibung der Pilotaktivität

Das öffentliche Institut für Tourismus Ptuj führte eine Pilotaktivität, die wir „Pridi v mesto“ (Komm in die Stadt) benannt haben. Das langfristige Ziel dieser Pilotaktivität ist die Verbrauchers Gewohnheiten zu ändern, damit sie ein Teil des Verbrauchs in das Stadtzentrum ableiten.

Es wurden folgende Aktivitäten durchgeführt:

- Fotografieren der „Gesichter von Ptuj“ (ausgewählte, bekannte, kreative Menschen, die in dem Stadtzentrum arbeiten/aktiv sind) – für die Plakatkampagne und die Broschüre, die neben dem Angebot Beschreibung auch Rabattgutscheine enthalten hat);
- Broschüre „Leitfaden zu den Boutique-Geschichten von Ptuj“
- Erstellung und Ausführung der thematischen Stadtführung „Vom alten Handwerke zu den Gesichtern von Ptuj“ – kostenlose Stadtführung mit Zwischenstopp bei dem vorgestellten Anbieter.

Bewertung der Pilotaktivitäten anhand der wichtigsten Kriterien

Kriterien	Definition	Ergebnis
Klarer und relevanter Bedarf	Die Pilotaktivität befasst sich mit einem klar identifizierten Bedarf, Hindernissen, die die Nachhaltigkeit der Region behindern.	1 2 3 4 5 6
Relevante Lösung	Die Pilotaktivität bietet eine relevante Lösung – anspricht die identifizierten Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Strategische Relevanz	Die Pilotaktivität ist im Einklang mit der Strategie der einzelnen Stadt / Region.	1 2 3 4 5 6
Kosteneffektivität	Die Pilotaktivität bietet eine kostengünstige Lösung für die identifizierte Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Anpassungsfähigkeit in anderen Städten	Von der Pilotaktivität angebotene Lösung kann einfach und schnell auch in anderen Städten umgesetzt werden.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektplanung	Die Pilotaktivität wurde nach einem durchdachten Plan durchgeführt.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektabwicklung	Das Projekt wurde zu einer hohen Qualität geliefert.	1 2 3 4 5 6

Was hat gut funktioniert?

Gute Zusammenarbeit aller beteiligte schon in der Schaffungsphase. Es gab sehr viele Vorschläge für die Pilotaktivität, die die Ziele des Projekts verfolgen wurde (Wiederbelebung des Stadtzentrums, Steigerung des Verbrauchs im Stadtzentrum ...), der beste wurde aber der Vorschlag, dass die Leute von diejenigen angesprochen wurden, die im Stadtzentrum arbeiten/aktiv sind und die viele Leute auch wenigstens „aus der Straße“ kennen. Die, die wir angesprochen haben, waren von der Idee begeistert und haben fast alle mitgemacht. Die Kampagne wurde sehr gut von der Bewohnern angenommen.

Was soll geändert werden?

/

Wurdet ihr diese Pilotaktivität den anderen Städten empfehlen?

Ja, insbesondere den kleineren Städten, wo die Leute sich sozusagen alle kennen und ist leichter sie auf der Art und Weise anzusprechen.

FOTO

2.1.2.5. CITY BRANDING Ptuj – 1950-letnica prve omembe Ptuja

Identifikationstabelle		
Titel der Pilotaktivität:	City Branding – 1950 Jahre von Ptuj	
Projektpartner:	ZRS Bistra Ptuj	
Land:	Slowenien	
Typ der Intervention:	Fahnen	
Umsetzungsfrist:	Januar 2019-Dezember 2019	
Kontaktperson:	Name und Position:	Nataša Mršek
	E-Mail:	natasa.mrsek@bistra.si
	Telefon:	+ 386 40 756 136

Die Beschreibung der Pilotaktivität

Im Jahre 2019 feierte der Stadt Ptuj die 1950 Jahre der ersten Erwähnung der Stadt. Zu diesem Zweck wurde ein besonderes Logo gestellt, die bei der Korrespondenz, in den Medien usw. benutzt wurde. Damit wir die Bewohner von Ptuj sowie auch die Besucher und die Touristen darauf aufmerksam zu machen, haben wir auf die markantesten Gebäude in der Stadt die Fahnen gehisst.

Bewertung der Pilotaktivitäten anhand der wichtigsten Kriterien

Kriterien	Definition	Ergebnis
Klarer und relevanter Bedarf	Die Pilotaktivität befasst sich mit einem klar identifizierten Bedarf, Hindernissen, die die Nachhaltigkeit der Region behindern.	1 2 3 4 5 6
Relevante Lösung	Die Pilotaktivität bietet eine relevante Lösung – anspricht die identifizierten Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Strategische Relevanz	Die Pilotaktivität ist im Einklang mit der Strategie der einzelnen Stadt / Region.	1 2 3 4 5 6
Kosteneffektivität	Die Pilotaktivität bietet eine kostengünstige Lösung für die identifizierte Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Anpassungsfähigkeit in anderen Städten	Von der Pilotaktivität angebotene Lösung kann einfach und schnell auch in anderen Städten umgesetzt werden.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektplanung	Die Pilotaktivität wurde nach einem durchdachten Plan durchgeführt.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektabwicklung	Das Projekt wurde zu einer hohen Qualität geliefert.	1 2 3 4 5 6
Insgesamt:		

Was hat gut funktioniert?

Sehr gute Reaktionen auf die Pilotaktivität.

Was soll geändert werden?

/

Wurdet ihr diese Pilotaktivität den anderen Städten empfehlen?

/

FOTO



2.1.2.6. CITY BRANDING Ptuj – pop up parklet

Identifikationstabelle		
Titel der Pilotaktivität:	City Branding – pop up parklet	
Projektpartner:	ZRS Bistra Ptuj	
Land:	Slowenien	
Typ der Intervention:	Taktische Intervention des Urbanismus	
Umsetzungsfrist:	August 2020	
Kontaktperson:	Name und Position:	Nataša Mršek
	E-Mail:	natasa.mrsek@bistra.si
	Telefon:	+ 386 40 756 136

Die Beschreibung der Pilotaktivität

Für die letzte Pilotaktivität in Ptuj haben wir uns für s.g. taktische Intervention des Urbanismus POP UP PARKLETS im alten Stadtzentrum entschieden. Mit der Begrünung wollten wir Luftverschmutzung und Lärm reduzieren und die Stadt mit dem zusätzlichen Grün verschönen.

Die Pilotaktivität umfasst folgendes:

- Begrünung des alten Stadtzentrums nach dem Prinzip des kurzfristigen Handels für die langfristige Veränderungen;
- Promovierung der Pilotaktivität;
- Messung der Ergebnisse der Zufriedenheit der Bewohner;
- Vorbereitung der Vorschläge für die Zukunft.

Bewertung der Pilotaktivitäten anhand der wichtigsten Kriterien

Kriterien	Definition	Ergebnis
Klarer und relevanter Bedarf	Die Pilotaktivität befasst sich mit einem klar identifizierten Bedarf, Hindernissen, die die Nachhaltigkeit der Region behindern.	1 2 3 4 5 6
Relevante Lösung	Die Pilotaktivität bietet eine relevante Lösung – anspricht die identifizierten Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Strategische Relevanz	Die Pilotaktivität ist im Einklang mit der Strategie der einzelnen Stadt / Region.	1 2 3 4 5 6
Kosteneffektivität	Die Pilotaktivität bietet eine kostengünstige Lösung für die identifizierte Bedürfnisse.	1 2 3 4 5 6
Anpassungsfähigkeit in anderen Städten	Von der Pilotaktivität angebotene Lösung kann einfach und schnell auch in anderen Städten umgesetzt werden.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektplanung	Die Pilotaktivität wurde nach einem durchdachten Plan durchgeführt.	1 2 3 4 5 6
Qualität der Projektabwicklung	Das Projekt wurde zu einer hohen Qualität geliefert.	1 2 3 4 5 6
Insgesamt:		

Was hat gut funktioniert?

Nach dem Gespräch mit der Stadtplaner und die Bürgermeisterin haben wir uns entschlossen die Methode des taktischen Urbanismus, diese immer beliebter werdende Methode der Umgebung Veränderung der Stadt, auszuprobieren. Wir wollten den Bewohner zeigen, wie schnell und kostengünstig wir die Stadt begrünen und so verbessern können.

Was soll geändert werden?

In der Zukunft sollten wir die Kampagne auch auf andere Teile der Stadt erweitern, vielleicht aber ein bisschen anders (bewegliches Stadtmöbel, Spielgeräte ...).

Wurdet ihr diese Pilotaktivität den anderen Städten empfehlen?

Jede Stadt soll mindestens so eine Aktion durchführen und mit solchen Experimenten testen, was von den Bewohnern akzeptiert wurde und was nicht.

FOTO

