



T1.2.1 Pilotaktivität City Branding

Projekt Hauptziel/Glavni cilj projekta

Ziel der Pilotaktivität waren extern begleitete Prozesse für die Positionierung der Städte auf Basis der vorhandenen Stärken und der konkreten Bedürfnisse. Die Projektpartner haben gemeinsam mit ihren Städten eigene Pilotaktivitäten durchgeführt, bei denen verschiedene Akteure einzelne Städte aktiv beteiligt waren, um möglichst viele Menschen aus verschiedensten Zielgruppen zu erreichen.

Ergebnisse/Rezultati

1 - Die Oststeirische Städtekooperation - 8 Städte

Shopflächenmonitoring 8-Städte

In allen Innenstädten der 8 AT-Städte wurden Daten und Informationen zu allen Shopflächen erhoben und die Daten und Informationen ausgewertet. Skizzen und Pläne wurden erstellt. Nach der Auswertung wurden die Ergebnisse den Städten übermittelt und zur weiteren Verwendung und zukünftige Planungen zur Verfügung gestellt. Diese liefern den Städten einen plastischen Überblick über die Ist-Situation in den Innenstädten und helfen so bei der Planung und Quartiersentwicklung.

Monitoring nakupovalnih površin – 8 mest

V vseh 8-ih mest so bili zbrani podatki o nakupovalnih površinah v središčih mest, ki so bili nato ovrednoteni. Izdelane so bile skice in načrti. Po ovrednotenju so bili rezultati poslani mestom in so na voljo za nadaljnjo uporabo in načrtovanje v prihodnosti. Z njimi so dobili nazoren pregled nad dejanskim stanjem v mestnih središčih in s tem pomočjo pri načrtovanju in razvoju sosek.

Masterplan Innenstadt Gleisdorf

Mit Hilfe eines Katasters wurde ein 3-dimensionales Schichtenmodell, vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Nutzungsdurchmischung und eine Ist-Analyse der Innenstadt Gleisdorfs erstellt. Wesentliche Indikatoren, sind die Schlüsselliegenschaften, die im Projekt berücksichtigt wurden. Aufgrund dieser Ist-Analyse und dem fachlichen Input der Steuerungsgruppe, wurde ein Masterplan für die Innenstadt Gleisdorfs entwickelt. Dieser Masterplan stellt eine strategische Handlungsempfehlung für die Stadtpolitik und die Innenstadtwirtschaft, für eine nachhaltige Entwicklung dar.



Masterplan za mestno središče Gleisdorf

S pomočjo katastra je bil izdelan tridimenzionalni model sloja na podlagi trajnostne mešanice rab in analize obstoječega stanja notranjega mesta Gleisdorf. Ključni kazalniki so ključne lastnosti, ki so bile upoštevane pri projektu. Na podlagi te analize stanja in strokovnih prispevkov usmerjevalne skupine je bil izdelan glavni načrt za ožje središče mesta Gleisdorf. Ta osrednji načrt predstavlja strateško priporočilo za ukrepanje za mestno politiko in gospodarstvo mestnega središča za trajnostni razvoj.

Modestraße Feldbach

Die Stärke der Stadt Feldbach ist der Modehandel. 30 Unternehmen im Bereich der Bürgergasse und der Ungarstraße haben sich zur „Modestraße Feldbach“ zusammengeschlossen, um den Kunden in der Innenstadt ein neues Einkaufserlebnis zu bieten. Mit Hilfe von Bewerbungen und Veranstaltungen wurde die „Modestraße Feldbach“ rund ums Jahr in Szene gesetzt und der Umsatz gestärkt. Somit ist die Existenz der Unternehmen und auch der Arbeitsstellen gesichert. Um einen besseren Überblick über die Aktionen, Vorgehensweisen und Ergebnisse des Pilotprojektes "Thematische Vernetzung Modehandel am Beispiel der Stadtgemeinde Feldbach“ zu erhalten, wurde eine Projektdokumentation verfasst, die an alle Projektpartner und Städte weitergeleitet wurde. Diese Projektdokumentation dient als Leitfaden für weitere innerstädtische Best-Practice Projekte. Die Modestraße Feldbach ist aufgrund dieser pilothaften Umsetzung zu einem Erfolgsmodell geworden, dessen Vorgehensweise sich auch auf andere Städte umwälzen lässt.

Modna ulica Feldbach

Moč mesta Feldbach je modna industrija. 30 podjetij na področju dveh ulic se je združilo v t. i. »Modno ulico« z namenom ponuditi obiskovalcem in kupcem nova doživetja. S pomočjo promocije in dogodkov je postala celoletno doživetje, prodaja pa se je okrepila. S tem je bil zagotovljen obstoj podjetij in delovnih mest. Za boljši pregled nad ukrepi, postopki in rezultati pilotnega projekta "Tematsko povezovanje modne trgovine na primeru občine Feldbach" je bila napisana projektna dokumentacija, ki je bila posredovana vsem projektnim partnerjem in mestom. Ta projektna dokumentacija služi kot vodilo za nadaljnje projekte dobrih praks v mestnih središčih. Zaradi tega pilotnega izvajanja je Ulica mode Feldbach postala uspešen model, katerega pristop se lahko razširi tudi v druga mesta.

2 - Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj - ZRS BISTRA PTUJ

LEN-ART lädt nach Lenart (Lenart)

Wiederbelebung des Stadtzentrums von Lenart in den Sommermonaten.



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.

LEN-ART vabi v Lenart

Organizatorji vabijo v mesto Lenart na kulturne dogodke, ki prispevajo k oživitvi urbanega središča Lenart. V času od 12. junija 2018 do 8. septembra 2018 so izvedli 24 kulturnih dogodkov različnih zvrsti, koncertov, komedij, folklore, otroških predstav, delavnic in drugih aktivnosti za otroke. Nastopili so domači in tuji izvajalci, znana imena slovenske kulturne scene. Gostili so tudi umetnike iz Kenije in Srbije, saj želijo meščanom približati neznane ali le bežno znane kulture. Program LEN-ART-a je zasnovan na visoki kakovostni ravni. **Za mesto Lenart je LEN-ART nov kulturno-turistični produkt.**

S pilotnimi aktivnostmi LEN-ART stremimo k naslednjim zastavljenim ciljem:

1. Lenart je postal osrednje mesto kulture v Slovenskih goricah.
2. Oživitev in krepitev mestnega jedra Lenarta.
3. Povečanje kulturne ponudbe in višja dostopnost kulturnih dobrin za lokalno prebivalstvo.
4. Vključevanje vseh družbenih skupin: otrok, mladine, starejših, kmečko prebivalstvo ...
5. Ustvarjanje prebivalcem prijaznejše podobe Lenarta, zlasti v poletnih mesecih, ki so veljali za obdobje »kulturnega mrtvila«.
6. Promocija in prepoznavnost Lenarta in Slovenskih goric.
7. Ustvarjanje pogojev za kulturno ustvarjanje.
8. Širjenje medkulturnega dialoga in multikulture.
9. Poleg gospodarske razvitosti območja je pomemben tudi kulturni razvoj in »duhovna« ponudba nekega kraja. Poletne prireditve so k temu prav gotovo prispevale.

Lenart in der Pracht des Advents (Lenart)

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

LENART V SIJAJU ADVENTA

Decembra 2018 je pilotna aktivnost v okviru projekta CITY COOPERATION II potekala pod naslovom LENART V SIJAJU ADVENTA. Ljudje so bili vabljeni v mesto Lenart na kulturne dogodke, božično-novoletni sejem in druga praznična doživetja, ki so oživeli utrip urbanega središča Lenarta ter



pritegnili številno občinstvo. V dveh vikendih so se zvrstili kulturni dogodki z nastopi številnih kulturnih skupin,, ki so izvajale vokalno in instrumentalno glasbo različnih glasbenih zvrsti, folkloro in otroške predstave z obiskom Božička. Prireditve so pomembno oživele osrednji trg v centru Lenarta z bogatim in raznovrstnim programom za vse generacije. Dodano vrednost je pridal še božično-novoletni sejem z bogato ponudbo na praznično okrašenih stojnicah: darila in izdelki lokalnih ponudnikov ter tradicionalne jedi in pijače. Prireditve se je udeležilo veliko število obiskovalcev iz širšega območja Slovenskih goric, ogledalo si jih je približno 2000 ljudi.

Severolandija (Ormož)

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.

Severolandija (Ormož)

Mesto Ormož si je na vse načine prizadevalo oživiti osrednji mestni trg v prazničnem vzdušju (po vzoru drugih mest). Po srečanjih s šolo, z glasbeno šolo in društvi so dorekli okrasitev mesta in se odločili za postavitve drsališča na Kerenčičevem trgu (osrednji mestni trg). Pripravili so bogat in raznolik kulturni program, pri katerem so vsi aktivno sodelovali.

Največja pridobitev pa je seveda postavitve drsališča, ki je družine, tako iz Ormoža kot iz bližnje in daljne okolice, privabilo v mesto.

#pridi v mesto (Ptuj)

“Ptuj sind wir, Menschen“ war der Slogan der Pilotaktivität in Ptuj, besser bekannt unter dem Namen #pridi v mesto (#komm in die Stadt).

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 Verbrauchergewohnheiten 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.

#pridi v mesto (Ptuj)

“Ptuj smo ljudje” je bil slogan pilotne aktivnosti v mestu Ptuj, bolj znan pod imenom #pridi v mesto. Javni zavod za turizem Ptuj je bil odgovoren za izvedbo aktivnosti, ki je bila poimenovala #pridi v mesto. Dolgoročni cilj te pilotne aktivnosti je spremeniti navade potrošnikov, da se del porabe preusmeri v središča mest.

Izvedene so bile naslednje aktivnosti:



- Fotografije »Obrazi Ptuja« (izbrani znani, kreativni Ptujčani, ki delujejo v starem mestnem jedru) – za plakate in brošuro, kjer so bili zraven opisov ponudbe tudi kuponi ugodnosti;
- Brošura »Vodnik po butičnih zgodbah Ptuja«;
- Priprava in izvedba tematskega vodenja »Od starih obrti do obrazov Ptuja« - brezplačno vodenje s postanki pri izbranih ponudnikih.

1950 Jahre von Ptuj (Ptuj)

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.

1950 let Ptuja

Leta 2019 je mesto Ptuj praznovalo 1950. obletnico prve omembe. V ta namen je bil oblikovan logotip, ki se je uporabljal pri korespondenci, v medijih ... Da bi pritegnili javnost (obiskovalce in turiste), smo izobesili prav posebne zastave na najznamenitejših stavbah v mestu.

Pop-up Parklet (Ptuj)

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.

Pop-up Parklet (Ptuj)

Zadnja pilotna aktivnost je bila t.i. urbana taktična intervencija POP UP PARKLET v mestnem središču. Z ozelenitvijo se je želelo zmanjšati hrup in izboljšati zrak ter ga dodatno oplešati z zelenjem. Pilotna aktivnost je zajemala sledeče aktivnosti:

- ozelenitev starega mestnega jedra po načelu kratkoročne akcije za dolgotrajne spremembe;
- promocija pilotne aktivnosti;
- merjenje rezultatov in zadovoljstva prebivalcev;
- priprava predlogov za prihodnost.

3 - Razvojni center Murska Sobota – RCMS

Murska Sobota

Mit Zusammenarbeit der Stadtverwaltung und anderen Stakeholdern wurde ein Konzept für die Innenstadtbelebung außerhalb der Hauptsaison vorbereitet um die Stadt als regionales Zentrum der Region zu positionieren und als Stadt, die reich an Kultur und diesbezüglichen Events ist. Die Aktivitäten, die auf dem neu errichteten Marktplatz stattfanden war eine Neuigkeit für die Stadt



und es wurde sehr gut von dem Besucher und den Stadtbewohnern angenommen. Durch das Projekt wurde die Programmvorbereitung und einzelne Programmpunkte unterstützt.

V sodelovanju z občino in drugimi deležniki je bil izdelan koncept za oživetje mestnega jedra izven sezone, z namenom pozicioniranja mesta kot središča regije in kot mesta, bogatega s kulturo in z njo povezanimi dogodki. Dejavnosti, ki so potekale na novo zgrajeni tržnici, so bile za mesto novost, ki so jo obiskovalci in prebivalci mesta zelo dobro sprejeli. Projekt je podprl pripravo programa in posameznih programskih točk.

Beltinci

Im Rahmen des Projektes wurde das Konzept „Mit der lokalen Gemeinschaft zu regionaler Erkennbarkeit. Die Aktivität wurde mit dem internationalem Folklore Festival im Juli 2019 verknüpft. Die Aktivität wurde sehr gut von dem Besucher angenommen. Durch das Projekt wurden die Programmvorbereitung und einzelne Programmpunkte unterstützt (Vorbereitung des Veranstaltungsortes, Moderation, Vorbereitung von Inhalten für die Werbung, Benachrichtigung ...). Bei dem Programm nahmen 8 verschiedene lokale Gemeinschaften teil (aus 8 Dörfern - Gančani, Lipa, Dokležovje, Ižakovci, Lipovci, Melinci, Beltinci, Bratonci).

V okviru projekta se je uveljavil koncept „Z lokalno skupnostjo do regionalne prepoznavnosti“. Aktivnost je bila združena z mednarodnim folklornim festivalom v juliju leta 2019 in je bila med obiskovalci dobro sprejeta. Projekt je podprl pripravo programa in posameznih programskih točk (priprava prizorišča, moderacija, priprava vsebin za promocijo, obveščanje ...). V programu je sodelovalo 8 različnih lokalnih skupnosti – 8 vasi (Gančani, Lipa, Dokležovje, Ižakovci, Lipovci, Melinci, Beltinci, Bratonci).

Lendava

Im Rahmen des Projektes wurde das Konzept für die Programmerweiterung erarbeitet, wo verschiedene Inhalte diesbezüglich für das Event vorbereitet wurden (Spielanlage, Aufführung für Kinder, ...). Das Event wurde international besucht und wurde somit das Projekt gut beworben. Die Erweiterungen und Inhalte für Kinder (Spielanlage, Aufführung für Kinder, ...) waren ein Erfolg.

V okviru projekta je bil razvit koncept razširitve programa, v okviru katerega so bile pripravljene različne vsebine za dogodek (igrišče, predstava za otroke ...). Dogodek je bil mednarodno obiskan, zato je bila promocija projekta dobra. Razširitve in vsebine za otroke (igrišče, predstava za otroke ...) so bile uspešne.

4 - PORA razvojna agencija Gornja Radgona – PORA

Gornja Radgona

Zur Stärkung der Stadtmarke “Stadt der Messen und der Schaumweine” wurden neue Veranstaltungen durchgeführt, ein Gedenkraum im Schloß Negova eröffnet und ein Promovideo produziert.

Za krepitev mestne znamke “Mesto sejmov in penin” so bile izvedene nove prireditve, odprta spominska soba na Gradu Negova in izdelan promocijski film.



Radenci

Die Stadtmarke wurde durch die Sanierung eines Gedenksteines mit der Eröffnungsfeier, Errichtung einer Gedenktafel, Durchführung der kreativen Workshops im Rahmen des Familienfestivals und Einrichtung der Aussichtspunkte gestärkt.

Znamka mesta je bila krepljena preko naslednjih aktivnosti: obnova spominske tablo z otvoritveno slovesnostjo, ureditev table, izvedba kreativnih delavnic v okviru družinskega festivala in ureditev razgledne točke.

Ljutomer

Durch die Erstellung der Projektdokumentation für die Begrünung des Hauptplatzes in Ljutomer möchte man die Stadtmarke stärken und die Stadtmitte freundlicher sowohl für die Bewohner als auch für die Touristen machen. Auch die VR Aufnahme der touristischen Punkte in Ljutomer wurde durchgeführt.

S pripravo dokumentacije za ozelenitev mestnega jedra Ljutomera se želi pristopiti h krepitvi znamke mesta in središče narediti prijetno za prebivalce in obiskovalce. Izvedena so bila tudi VR snemanja mestnih znamenitosti.