



T1.2.3 Konzept Stadterlebnis und Innenstadtentwicklung

Grundidee der City Cooperation II

Die 24 Städte der City Cooperation II – Region, sind kleinere Städte mit unterschiedlichen Merkmalen, die sich gegenüber den urbanen Städten wie Graz und Wien täglich behaupten müssen. Die Städte Bad Radkersburg, Hartberg und Ormož profitieren von einem reichen historischen Erbe und einer historischen Innenstadt. Aus dieser Zeit stammen auch die Schlösser und Wehrbauten, wie sie in den Städten Gornja Radgona, Ptuj, Fürstenfeld und Friedberg zu finden sind. Im Projekt City Cooperation II sind auch die modernen, dynamischen Städte Gleisdorf und Weiz beteiligt, die vom Einfluss und der Nähe zu den größeren urbanen Städten profitieren, jedoch den regionalen, ländlichen Charme nicht verloren haben.

Alle 24 Städte haben zwei gemeinsame Nenner – den Tourismus und der regelmäßige Kampf gegen die Abwanderung der Bevölkerung in die Großstädte.

Um diese Aspekte zu stärken, ist eine belebte, florierende Innenstadt, der Zentrum und Kern jeder Stadt, unerlässlich.

Durch den Anstieg des digitalen Wandels, sowie der Abwanderung der Bevölkerung in die größeren Städte und die Abwanderung der Unternehmen in die Einkaufszentren in der Peripherie, sind die historischen Innenstädte ausgestorben.

Wo sich früher Traditionsbäckereien, Schuhmacher und Uhrmacher befanden, stehen heute die Räumlichkeiten, die früher gut besucht waren, leer und am Stadtrand siedeln sich die Einkaufszentren mit Discounter und Hyper-Supermärkten an.

Das Flair des Hauptplatzes und der gefüllten Innenstädte hat in den letzten Jahren schwer unter diesen Trends gelitten.

Seit einigen Jahren wird versucht, dieses Flair wieder zu erzeugen und den Stadtkern durch Leerstands-Management zu retten.

Dieses Leerstands-Management möchte das Projekt City Cooperation II unterstützen und durch gezielte POP-Up Stores ein Anbieternetzwerk erstellen, dass regelmäßig Events durchführt und somit die Innenstädte belebt.

Ziele der Aktivitäten zur Innenstadtentwicklung

Ziel dieser Aktivitäten zum Thema „Innenstadtentwicklung“ ist es, die Innenstädte der 24Cities wieder lebhaft, dynamisch und nachhaltig zu gestalten.

Dieses Vorhaben lässt sich nur durch das ständige Bemühen erreichen, ein gutes Branchensortiment in den Stadtkern zu bringen und somit die Leerstände zu befüllen. Zudem sinkt die Attraktivität durch Leerstände, da die Fensterfassaden meist durch die Hausbesitzer, mit Zeitungspapier verklebt werden.

Somit ist die Durchführung der Aktivitäten, mit einer Kooperation mit den Hauseigentümern verbunden. Ziel des Projektes war es, diese Faktoren abzuwiegen und Strategien für den weiteren Prozess zu entwickeln.

Ziel eines POP-Up Stores

Die Vorhaben der City Cooperation II, decken sich somit mit der Zielorientierung von POP-Up Stores. Ein POP-Up Store sind kurzfristige, temporäre Einzelhandelsgeschäfte, die Unternehmer, vor allem im kreativen Bereich, bei der Unternehmensgründung und am Weg zum Erfolg unterstützen und zusätzlich die Innenstädte stärken.

Dabei ist es sinnvoll, nicht nur ein Unternehmen zu unterstützen, sondern ein Anbieternetzwerk zu erstellen, das im Rahmen von Events promoviert wird. So wird ein guter Branchenmix sicher gestellt.

Vorteile eines POP-Up Stores

Für die Innenstädte

Neben der Belebung der Innenstadt, kann durch einen POP-Up Store die Frequenz erhöht werden, das Einkaufserlebnis des Kunden gestärkt und ein positives Gefühl mit der Stadt verbunden werden und es ist ein kostengünstiges Marketinginstrument direkt vor Ort.

Für die teilnehmenden Betriebe

Kreative Unternehmen, die sich dazu entscheiden, an einem POP-Up Store teilzunehmen können ihrer Kreativität einen Raum zur Entfaltung geben und nebenbei ihre Produkte präsentieren. Durch diese Stores können sich neue Absatzmöglichkeiten und Märkte ergeben, die zur Umsatzsteigerung führen. Da die Kosten für Raummiete und die mediale Begleitung durch das Projekt City Cooperation II übernommen werden, besteht lediglich ein geringer Zeit- und Kostenaufwand für die Teilnehmer.

Beispiele für funktionierenden POP-Up Store

Die City Cooperation II lebt durch eine gute Kooperation der 24 Städte, sowie dem Know-How Transfer und der Ideenweitergabe untereinander.

So hat sich die österreichische Stadt Fürstenfeld bereits vor einigen Jahren dazu entschieden, die leerstehenden Geschäftsflächen in der Innenstadt, durch POP-Up Stores temporär zu beleben. Dabei ist die Stadt Fürstenfeld für anfallende Kosten im Bereich der Raummiete und der medialen Bewerbung der Stores aufgekommen und hat zusätzlich die Unternehmen auf dem Weg zum eigenen POP-Up Store begleitet. Es ist ein erfolgreiches Modell, das nach wie vor in Fürstenfeld genutzt wird. Beispiel Fürstenfeld:





Anbietwork in der grenzüberschreitenden Region

Die City Cooperation II hat ein grenzüberschreitendes POP-Up Store Anbietwork entwickelt, das Unternehmen aus allen drei Ländern beinhaltet.

Zum Start des Projektes, wurden Unternehmen im kreativen Bereich kontaktiert und über das Vorhaben informiert. Dabei stand die Projektleitung in allen drei Ländern zur Verfügung und half bei der Suche nach interessierten Betrieben und dem Kontaktaufbau.

Im Rahmen eines grenzüberschreitenden Workshops wurden die Unternehmen über das Projekt und den geplanten POP-Up Store informiert und die weiteren Schritte wurden geplant.

Das Anbietwork der City Cooperation II befindet sich öffentlich zugänglich, als PDF-Datei, auf der Homepage der 24Cities.



POP UP Stores – Stadterlebnis und Innenstadtentwicklung



Grenzüberschreitende POP-UP Stores

POP-UP Stores sind ein Instrument, talentierte, kreative Unternehmen und Ideen zu unterstützen und fördern. Unternehmen erhalten die Möglichkeit, mit Hilfe von Experten ihre Produkte einer höheren Anzahl an Menschen zu präsentieren und mit anderen Unternehmen in Kontakt zu treten. Als Vorreiterstadt im Projekt „City Cooperation II“ hat Fürstenfeld bereits Erfahrungen im Bereich der POP-UP Stores gemacht. Es soll ein Konzept für ein Anbietwork und die Durchführung von zwei Events (Österreich und Slowenien) erstellt werden. Dazu werden Unternehmen aus Österreich, Slowenien und Ungarn zur Teilnahme an der Pilotaktivität animiert. Das Pilotprojekt soll aufgrund der Umsetzung zu einem Vorzeigeprojekt für Innenstadtentwicklung werden.

Zur Stadtgemeinde
Zum Tourismusverband
Pop Up Stores-Kontakte

NEWS & EVENTS ZU DIESEM PILOTPROJEKT





POP-Up Store Event und Veranstaltungen zur Bewerbung des Anbieternetzwerkes

Das Anbieternetzwerk wurde im Rahmen eines Events etabliert und beworben. Für dieses Vorhaben wurde eine Räumlichkeit gesucht und die Veranstaltung organisiert und in regionalen Zeitungen und medialen Kanälen beworben.

Mit diesem Event sollte den Besuchern eine Verbindung zum Projekt City Cooperation II aufgezeigt werden und somit wurde das Interreg-Projekt gleichzeitig grenzüberschreitend und für eine große Reichweite zugänglich gemacht.

Das POP-UP Store Event fand am 8. August 2019 in Fürstenfeld, im Rahmen der Langen Einkaufsdonnerstage statt, um von der Frequenz der Veranstaltung zu profitieren.

Um die Bekanntheit der teilnehmenden Unternehmen und des gesamten Anbieternetzwerkes zu steigern, fand bereits am 26. Juli 2019 in Gleisdorf, im Rahmen des TIP-Kirta, ein POP-Up Store statt.

Erhalt des POP-Up Store Netzwerkes

Ein Anbieternetzwerk welches unzählige Unternehmen umfasst, muss laufend gefördert und beworben werden. Für den Erhalt ist es sinnvoll, ein Unternehmen, beziehungsweise eine Person, als Schnittstelle und Anker für das Netzwerk zu bestimmen.

Für das Anbieternetzwerk der City Cooperation II, ist es Frau Kerstin Feirer, die in Gleisdorf ihr Geschäft betreibt und großes Potenzial und Datendrang mitbringt.

Alle 24 Städte der City Cooperation II bekamen das Anbieternetzwerk als Excel-Datei zugesendet, um bei der Planung einer städtespezifischen Veranstaltung einen, POP-Up Store mit zu organisieren und diesbezüglich auf bereits bestehende Informationen zugreifen zu können.

Eine Stadt, die ein erfolgreiches Leerstands-Management betreiben möchte, wird immer wieder auf diese Daten zurückgreifen und ein breites Angebot an Unternehmen damit erreichen.