

Stadtkern Standortoffensive Ried - Start up Ried im Innkreis

THEMENBEREICH | BASISDIENSTLEISTUNGEN, LEADER, GEMEINDEN | INNOVATION

UNTERGLIEDERUNG | WERTSCHÖPFUNG | KURZE

VERSORGUNGSKETTEN | DIREKTVERMARKTUNG |

BETRIEBSWIRTSCHAFT | RISIKOMANAGEMENT | KMUS, GEWERBE &

WIRTSCHAFT | LEERSTAND | INNOVATION

PROJEKTREGION | OBERÖSTERREICH

LE-PERIODE | LE 14-20

PROJEKTLAUFZEIT | 20.05.2016-30.09.2017

PROJEKTKOSTEN GESAMT | 141.956,00€

FÖRDERSUMME AUS LE 14-20 | 79.055,45€

MASSNAHME | FÖRDERUNG ZUR LOKALEN ENTWICKLUNG (CLLD)

TEILMASSNAHME | 19.2. FÖRDERUNG FÜR DIE DURCHFÜHRUNG DER VORHABEN IM RAHMEN DER VON DER ÖRTLICHEN BEVÖLKERUNG BETRIEBENEN STRATEGIE FÜR LOKALE ENTWICKLUNG

VORHABENSART | 19.2.1. UMSETZUNG DER LOKALEN ENTWICKLUNGSSTRATEGIE

PROJEKTRÄGER | ARGE STADTMARKETING RIED

KURZBESCHREIBUNG

Das Projekt „Stadtkern- Standortoffensive Ried“ ist ein auf das Jahr 2016 konzipiertes Vorhaben, das der Innenstadtbelebung, der Attraktivierung und vor allem der Reduzierung von Leerflächen dient. Durch ein aktives Standortmarketing mit der Erstellung von branchenindividuellen „Standortexposés“ sowie durch unterschiedliche Aktionen wie „Werde Rieder Unternehmer“ und der „Geburtstags-Gutscheinbox“ konnte die Frequenz und Verdichtung des Wirtschaftsbesatzes in der Innenstadt von Ried gesteigert, Unternehmen gefördert und Leerflächen reduziert werden.

AUSGANGSSITUATION

Die Stadt Ried, im Speziellen die Innenstadt, weist grundsätzlich eine attraktive Handelsgastronomie und Dienstleistungsstruktur auf. In den letzten Jahren konnte jedoch aufgrund des verschärften Wettbewerbs zu anderen Mitbewerberinnen- und bewerberstandorten (Passau, Pocking, Vöcklabruck, Wels) sowie durch den stark boomenden Online-Shopping Bereich eine sukzessive Verringerung des Einzugsgebietes und der Kaufkraftzuflüsse festgestellt werden. Als Folge dieser Entwicklung konnte nicht nur in den innerstädtischen Nebenlagen (Rossmarkt, Hoher Markt) sondern auch in Haupteinkaufslagen (Hauptplatz, Stelzhamerplatz) ein erkennbarer Anstieg von leeren bzw. ungenutzten Geschäftsflächen festgestellt werden. Durch die Eröffnung des Einkaufszentrums „Weberzeile“ Ende August 2015 hat sich darüber hinaus die Frequenzsituation im zentralinnerstädtischen Kernbereich negativ entwickelt.

Das Projekt sollte eine weitere Ausdünnung von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiestrukturen in der zentralen Innenstadt verhindern. Durch zielgerichtete Gegenmaßnahmen konnte eine entsprechend neue Wirtschaftskraft in der Innenstadt generiert, bestehende Arbeitsplätze gesichert und neue geschaffen werden.

ZIELE UND ZIELGRUPPEN

Im Rahmen der „Stadtkern-Standortoffensive Ried“ werden folgende Ziele anvisiert:

- professionelle Aufbereitung wichtiger Standortdaten und -fakten
- Präsentation des Standortraums Ried und hier insbesondere als attraktiver Investitionsstandort
- akzentuierte Darstellung der Rieder Innenstadt zur Umsetzung neuer innovativer Geschäftsideen durch Betriebsgründer sowie Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer
- eine Erhöhung der Passanten- und Kundenfrequenzen in der Innenstadt mittels zielgruppenspezifischer Marketingmaßnahmen.

Folgende Zielgruppen stehen im Fokus des Projektes:

- Jungunternehmerinnen und Jungunternehmer und Betriebsgründer insbesondere im Handel-, Gastronomie- und Dienstleistungssektor
- Bevölkerung aller Altersgruppen, welche im derzeitigen Rieder Einzugsgebiet wohnhaft sind
- Lokale und regionale Bevölkerung im Einzugsgebiet von Ried

PROJEKTUMSETZUNG UND MASSNAHMEN

Vordergründig steht die Kundenbindung und Unternehmensförderung im Fokus des Projektes „Stadtkern-Standortoffensive Ried“. Weiter werden Leerflächen reduziert und die innerstädtische Frequenz, zur Attraktivierung des innerstädtischen Kernbereichs, gesteigert.

- Standortexposé: inhaltliche Beratung und Gestaltung von 14 branchenindividuellen Standortexposés, inhaltliche Aufbereitung der branchenindividuellen Standortexposés, grafische und werbetechnische Umsetzung, Directmailings für Standortexposés - Adressaufbereitung und Abwicklung
- Werde Rieder Unternehmer-Aktion: Basis-Konzept (zeitliches und inhaltliches Projektdesign, Begutachtung und Beschaffung von passenden Leerflächen, Marketing bzw. Werbespezifische Vorschläge zur Promotion der Aktion, etc.), Layoutierung Einreichunterlagen, PR-Inseratgestaltung, Werbepaket-Gestaltung für zwei bis drei Unternehmerinnen und Unternehmer, Konzept-Kampagne, Unternehmerin/Unternehmer-Ausstattung (Visitenkarten, Kuverts-2 Formate, Briefpapier, Homepage Firmenlogo, Gestaltung eines Folders für Unternehmen, etc.), Beratung- und Marketingleistung von „business angel“ für ein Jahr
- Geburtstags-Gutscheinbox: Basissujetgestaltung für Gutschein, Detailgestaltung für Gutscheine einzelner Unternehmen, Basissujetgestaltung für Trägerbox, Gestaltung eines 24 Bogen-Plakats, Gestaltung eines Zeitungsinserats für begleitende Medienarbeit, Befüllung der „Geburtstags-Gutscheinbox“

Zusätzlich zu den oben genannten Aktionen fand bereits vor dem Projekt ein intensiver Austausch zwischen Innenstadt-Unternehmerinnen und Unternehmer, Maklerinnen und Maklern und der politischen Ebene statt. Dies dient der ständig aktuellen Informationslage, die der Grundstein für eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung mit derlei vielen Beteiligten ist.

ERGEBNISSE UND WIRKUNGEN

Steigerung der Wertschöpfung:

- Die Attraktivität in Bezug auf Lebensqualität und Wirtschaftsraum unserer Region ist bekannter. Mit dem Projekt werden die Vorteile am Standort nicht nur erhoben, sondern auch zielgruppengerecht aufbereitet und vermarktet, was zu einer Steigerung der Bekanntheit der

Standortvorteile führt

- Ortskerne sind wiederbelebt & Altbauten werden genutzt. Mit dem Projekt werden die Leerflächen in der Innenstadt minimiert und Flächen für Start-up-Unternehmungen geschaffen.

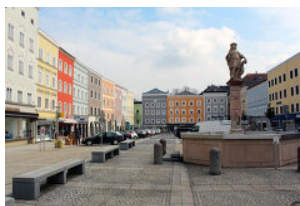
ERFAHRUNG

Anknüpfend an die durch StadtUp Ried ausgelöste Aufmerksamkeit und durch die 14 branchenindividuellen Standortexposés entwickelte sich in Ried eine überaus hohe Dynamik: so sind im Verlauf des Jahres 2018 15 Neuansiedlungen (nur Handels- und Gastronomiebetriebe, ohne ebenerdige Bürostandorte) im innerstädtischen Bereich zu verzeichnen. Neben den Gewinnerprojekten siedelten sich beispielsweise zusätzlich jeweils drei neue Betriebe am Stelzhamerplatz und am Roßmarkt an.

Es kann festgehalten werden, dass die Gutscheine-Plattform den stationären Handel sowie die Frequenz in der Innenstadt durch die gebündelte online-Präsenz stärkt.

Zu Beginn des Projektes wurden alle leerstehenden Geschäftsflächen erhoben und lag bei 49 Leerstände. Das geplante Resultat unter 10 % der Leerstandsquote (derzeitige Leerstandsquote beträgt 13 %) zu kommen konnte nicht erreicht werden.

Nach Abschluss aller drei Teilprojekte (Standortexposés, Ried schenkt Freude und StadtUP) kann festgestellt werden, dass dieses Ziel erreicht wurde. Zum einen durch die (zwar schwer quantifizierbare) subjektive Wahrnehmung von Innenstadt-Unternehmerinnen und Unternehmer, Besucherinnen und Besucher, dass die Rieder Innenstadt insbesondere seitdem Frühjahr belebter wirkt und ein Frequenz-Plus verzeichnet. Zudem findet eine verstärkte Kommunikation zwischen Hausbesitzerinnen und Hausbesitzer, Maklerinnen und Maklern und dem Stadtmarketing statt, was zu einem gestärkten Vertrauensverhältnis beiträgt. Darüber hinaus erhält das Stadtmarketing laufend Anfragen von interessierten Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Investorinnen und Investoren.



LEADER Mitten im Innviertel

LINKS

www.mitten-im-innviertel.at (<https://www.mitten-im-innviertel.at/projekte/stadtup-ried>)