



POTENTIALE WAHRNEHMEN • HANDHABEN • EINSETZEN

.....> Unsere Städte – Zentren in den Regionen

Vor Jahrhunderten meist planmäßig angelegt, geben sie uns Zeugnis einer wechselvollen Geschichte. Kriege und Bedrohungen, wirtschaftliche Blütezeiten, kulturelle Besonderheiten sind aus den "Erbmassen" unserer Städte ablesbar. Jede Stadt ist vergleichbar mit einer individuellen Person, unverwechselbar in ihrer Herkunft und Anmut – ganz einfach Ausdruck ihres bisherigen "Lebenwandels", eingebettet und vernetzt in und mit der umgebenden Region.



.....> Die Stadt – multifunktionales Zentrum

Der Beginn des Industriezeitalters markierte eine neue Ära im Städtebau. Die Maschine veränderte Mensch und Gesellschaft. Viele große Industrie- und Gewerbebauten des 19. Jahrhunderts waren und sind erste Zeichen der heute unter dem Begriff "Suburbanisierung" geführten Diskussion über Stadtentwicklung. Durch den weiteren Fortschritt im 20. Jahrhundert sind, bedingt durch stärkeres Wachstum in den Ballungsräumen, viele Kleinstädte unter wirtschaftlichen Druck geraten. Eine Abwanderung aus dem ländlichen Raum war oftmals die Folge. Was macht nun den Wert von historischen Strukturen der Kleinstädte aus? Was lieben wir daran? Was kann man zur Existenzsicherung und zur Erhaltung ihres Wesens beitragen?



.....> Die Stadt braucht den Handel! Erlebnis- und Einkaufszentrum "historischer Stadtkern"

Eine wesentliche Leitfunktion lebendiger Innenstädte ist ein funktionierender Einzelhandel. Durch ständig erweiterte Angebotsvielfalt, einhergehend mit der Mobilität der Konsumenten, sind in den letzten drei Jahrzehnten unzählige Großvertriebsformen - EKZ/FMZ/Solitäre - entstanden, welche sich überwiegend an Peripherielagen ansiedelten. Kennzeichen dieser Betriebe ist es, daß sie ihre Waren - mit Ausnahme der klassischen EKZ s in größeren Städten - in Form von Selbstbedienungs-großmärkten offerieren; Fachberatung erfolgt etwa bei Bau- und Möbelmärkten. Im Vergeich



dazu erfüllt der EH in den Stadtzentren höherwertigere Aufgaben: Breite Auswahl, (höhere) Qualität, Marke, Fachberatung, Vielfalt und Flair - vor dem Hintergrund von Kommunikation von Mensch zu Mensch, sowohl im Handel wie auch in der Gastronomie, in der Dienstleistung und in der Verwaltung. Die Integration der Handelsbetriebe an der Peripherie ist daher nicht eine Frage des Entweder / Oder, sondern eine Frage des Sowohl / Als auch, es ist also vielmehr eine Symbiose im Sinne einer ganzheitlichen Standortentwicklung. Kompetente Einkaufsstädte überzeugen durch lebendige Stadtzentren und professionelle Großflächen-Agglomerationen am Stadtrand. Dabei sind Sortimente und Vertriebstypen gut aufeinander abgestimmt, beide Standorte nehmen gemeinsam die Produktpalette des Einzelhandels auf (Dualität im Einzelhandel). Neben einem funktionierenden Handel ist es die Vielfalt der Nutzungen von Wohnen, Gastronomie, Kultur & Event und Verwaltung, die ein lebendiges Zentrum als sozialen und kulturellen Mittelpunkt auszeichnen.



.....> Regional, typisch, unverwechselbar...

Jede Region wurde und wird durch Gebietstypisches gekennzeichnet, für uns alle überliefert und erlebbar am Städtebau, an der Haus- und Hofform, beim Volkslied und bei der Mundart, an der Kulturlandschaft usw. Den roten Faden dieser authentischen Herkunft aufzunehmen, ihn ohne Missverständnis einer zeitgemäßen Bewertung in Planungsprozessen zu unterziehen, kann als Leitgedanke im Sinne von Zukunft ist Herkunft dienen.



[GEMEINSAME INITIATIVE FÜR LEBENDIGE INNENSTÄDTE]



.....> Der CityCheck ✓

Wir überprüfen **Lebendigkeit** und **Kompetenz** von Klein- und Bezirksstädten in ihrer Rolle als regionale **Einkaufsstadt**. Dabei werden die wichtigsten **Qualitätsstandards** der 5 Bausteine erfolgreicher Einkaufsstädte analysiert. Die Auswertung führt zu einer Handlungsempfehlung für

- Sofortmaßnahmen
- Kurz-/Mittelfristziele
- Langfristziele

Verkehr Parken	Branchenmix Innenstadt	Kompetenz Qualifikation	Stadtdesign CD-Linie	Branchenmix Peripherie
				
<ul style="list-style-type: none"> → Leit- und Orientierungssysteme Beschilderung → Parklogistik Tarifgestaltung Parkhäuser Parkgaragen Telematik für Kurzparken 	<ul style="list-style-type: none"> → Handel → Gastronomie → Dienstleistung → Leerflächen-Management Bestandsaufnahme Hauseigentümergebeteiligung Gemeinsame Verwertung 	<ul style="list-style-type: none"> → Erschließen von Verbesserungspotentialen Ladenbau Optik im Auftritt Servicequalität → Öffnungszeiten → Marketing Gemeinschaftswerbung 	<ul style="list-style-type: none"> → Stadtmöbel Einrichten des "Wohnzimmers" Historischer Stadtkern "Ausräumen statt Einräumen" → Gastrodesign → Grünmarkt 	<ul style="list-style-type: none"> → Großflächige Handelsbetriebe → Selbstbedienung Sortimente sind innenstadtneutral → Einbeziehen in das Handelsstadtmarketing

POTENTIALE WAHRNEHMEN • HANDHABEN • EINSETZEN

DRAXLER

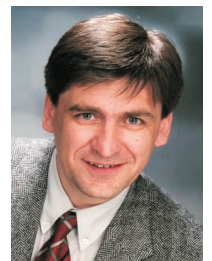
+ PARTNER

STRATEGISCHE PROJEKTENTWICKLUNG



Hans Erwin Draxler

Kaufmännische Lehre, 14 Jahre Praxis im Einzelhandel, 10 Jahre Praxis in der Immobilien-Projektentwicklung, seit 2001 selbständig als Berater für Stadtentwicklung und Stadtmarketing, Konsulent des IKM, Institut für kommunales Management, 8010 Graz



KONTAKT: HANS DRAXLER, A-2680 SEMMERING, HOCHSTRASSE 311
TEL. MOBIL 0676/5310088, FAX ++43(0)2664/2689
h.e.draxler@aon.at, WWW.UBDRAXLER.AT