

# **Leitbild und Zielsetzungen des Standortmanagements - abgeleitet von den Prioritäten der repräsentativen Umfragen**

## **Leitbild des Standortmanagements**

Zweck des Standortmanagements ist die Wahrnehmung und Förderung der wirtschaftlichen und standortbedingten Interessen durch Steigerung der Attraktivität der Stadt Klosterneuburg und seinem nachbarschaftlichen Einzugsbereich als Standort für Wirtschaft, Tourismus, Lebens- und Wohnqualität, Kultur, Sport, etc.

In Klosterneuburg sollen im partnerschaftlichen Miteinander die Akteure, wie Einzelhändler, Gastronomen, Dienstleister, Freie Berufe, Handwerker, Vereine, Kulturinitiativen, Marktbeschicker und Immobilieneigentümer, aber auch der Großhandel, die Bürger und alle Interessierten diesen Zweck fördern und unterstützen, insbesondere auch in Kooperation mit der Politik und Verwaltung der Stadt Klosterneuburg.

Zu den Hauptaufgaben gehören insbesondere:

- Profilierung der Stadt Klosterneuburg nach außen und innen, z.B. nachhaltige Frequenzsteigerung sowie gesteigerte Kaufkraft-, Kunden- und Gästebindung;
- Förderung des Angebots, z.B. attraktiver Branchenmix, Funktionsvielfalt, Gastronomie,
- Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen, Öffnungszeiten;
- Förderung der Infrastruktur, z.B. Parkraumnutzung, öffentlicher Personennahverkehr;
- Verbesserung der Wohn- und Aufenthaltsqualität der Stadt Klosterneuburg
- Konzeption, Organisation und Durchführung von Maßnahmen und Veranstaltungen im Bereich Standortmanagement einschließlich Werbung und Öffentlichkeitsarbeit unter Bündelung aller dem Zweck dienenden Kräfte;
- Verbesserung der Innenstadtgestaltung, z.B. Stadtbild, Beleuchtung, Fassaden, Schaufenster;
- Maßnahmen zur Sicherung bestehender und Förderung neuer Arbeitsplätze

## **Zielsetzung 1: Zukunftssicherung der Klosterneuburger Wirtschaft.**

Das Standortmanagement hat zwei konkrete Hauptzielsetzungen: Steigerung der Attraktivität der Stadt Klosterneuburg sowie Erhöhung der Passanten-/Gästefrequenzen und somit Steigerung der Umsätze der lokalen Wirtschaftsbetriebe. Über die steigenden Umsätze in den Betrieben kommt es zur Sicherung der bestehenden Arbeitsplätze und mittelfristig zur Schaffung von neuen Arbeitsplätzen. Über diese selbstbestimmte Konjunktur kommt es dann zu mehr Steuereinnahmen für die Stadt Klosterneuburg. Dies bedingt wiederum einen positiven Gemeindehaushalt und dadurch können gezielte Investitionen zur Verbesserung der Lebens-, Wohn-, Tourismus-, Freizeit-, Kultur- und Aufenthaltsqualität für die Bevölkerung in der Stadt Klosterneuburg getätigt werden. Das ist der positive Standortmanagement-Kreislauf, der erst durch die Erhöhung der Wirtschaftsdynamik geschaffen werden kann.

## **Zielsetzung 2: Klosterneuburg - der attraktive Treffpunkt mit Flair.**

Die Stadt Klosterneuburg muss ein attraktiver Treffpunkt mit Flair werden. Dabei haben die attraktivere Gestaltung des Rathausplatzes und die Schaffung einer attraktiven Begegnungszone im Stadtzentrum höchste Priorität. Zusätzlich ist der „Schilderwald“ zu reduzieren und der Branchenmix im Stadtzentrum ist zu optimieren. Es sind mehr Sitzgelegenheiten sowie Verweil- und Ruhezonen im Stadtzentrum zu schaffen. Und Info-Tafeln sind an den historischen Gebäuden anzubringen.

### **Zielsetzung 3: Das optische Erscheinungsbild der Stadt Klosterneuburg ist wichtig.**

Das Erscheinungsbild der Stadt Klosterneuburg muss noch einladender werden. Dahingehend müssen auch die Klosterneuburger Unternehmer motiviert werden, das optische Erscheinungsbild ihrer Betriebe insbesondere im Bereich der Schaufenstergestaltung an die Kernzielgruppe der 30- bis 50-Jährigen auszurichten. Dies gilt sowohl für die Fachgeschäfte, Handwerker-, Gewerbe- und Gastronomiebetriebe als auch für den Tourismus. Speziell geht es um die Attraktivierung der Außenauftritte der Häuser und Betriebe sowie der Außengastronomie. Wir müssen uns um saisonale Inszenierungen des Stadtzentrums bemühen und weiter aktiv Blumenschmuck-Aktionen durchführen, um mehr Farbe, Flair und Attraktivität in die Stadt Klosterneuburg zu bringen.

### **Zielsetzung 4: Die Verkehrssituation ist zu optimieren.**

Die Situation für die Autofahrer und Radfahrer muss wesentlich verbessert werden. Die rollstuhl- und kinderwagenfreundlichen Verkehrswege haben höchste Priorität. Im Stadtzentrum ist ein dynamisches Park-Leitsystem zu schaffen und zusätzlich ist das Parkplatz-Angebot zu erweitern. In diesem Zusammenhang sollte auch ein Parkgebühren-Rückvergütungssystem für Kunden installiert werden.

### **Zielsetzung 5: Stadteinfahrten mit Flair.**

Mit einer einzigartigen Gestaltung der Stadteinfahrten stellen wir uns den Kunden und Gästen positiv vor. Dort informieren wir sie auch über das Klosterneuburger Stadtzentrum sowie die Aktivitäten und Veranstaltungen. Speziell bei den Stadteinfahrten ist der „Schilderwald“ zu entfernen.

### **Zielsetzung 6: Kinder- und familienfreundliches Klosterneuburg.**

Die Klosterneuburger Wirtschaft muss sich besonders den Kindern und deren Müttern widmen. Die Mütter sind die Träger der Kaufkraft und deren Kinder die zukünftigen Kunden. Sämtliche Aktivitäten und Angebote müssen auf die Wünsche und Bedürfnisse dieser wichtigen Zielgruppen abgestimmt werden.

### **Zielsetzung 7: Permanente Aktivitäten sind unverzichtbar.**

Wir müssen die unterschiedlichen Zielgruppen durch verschiedene Aktivitäten wie Veranstaltungen, Wochen-/Themen-Märkte und Erlebnisgastronomie verstärkt ansprechen. Zusätzlich sind übergreifende Kooperationen zwischen Einzelhandel, Handwerk, Gewerbe, Gastronomie, Tourismus, Kultur, etc. umzusetzen. Ein spezielles Thema ist der Abend: Wir müssen erreichen, dass auch am Abend im Stadtzentrum etwas los ist. Identitätsstiftende Zielgruppen-Veranstaltungen und -Events müssen zur nachhaltigen Positionierung der Stadt Klosterneuburg beitragen. Es geht aber nicht nur um Aktivitäten am Abend und Wochenende sondern auch zu Zeiten, wo alle Betriebe offen haben und somit von den gesteigerten Passanten- und Gästefrequenzen profitieren können.

### **Zielsetzung 8: Gemeinsam haben wir mehr Kraft.**

Gemeinschaftsaktivitäten müssen nicht nur bürger- und kundenorientiert gestaltet sein, sondern auch über alle verfügbaren Kommunikationsmedien bekannt gemacht werden. Ein Jahresaktivitäten-Plan über alle Wirtschaftsbereiche soll als gemeinsame Plattform dienen. Die Festlegung von „Gemeinsamen Kernöffnungszeiten“ und die Neugestaltung der Öffnungszeiten sind ein wichtiger Bestandteil unserer Kundenorientierung. Zusätzlich müssen starke Verkaufsförderungs- und Kundenbindungssysteme sowie Werbe- und Informationsbroschüren über die vorhandenen Betriebe und deren Sortimente geschaffen werden.

### **Zielsetzung 9: Entwicklung und Führung einer Dachmarke „Klosterneuburg“.**

Ein einheitlicher Auftritt unter einer Dachmarke „Klosterneuburg“ bewirkt eine eindeutige Standortpositionierung. Die Dachmarke „Klosterneuburg“ muss von allen Interessensgruppen des Standortmanagements und von der Stadtgemeinde Klosterneuburg maximal kommuniziert werden. Es muss auch ein attraktiver Veranstaltungskalender aufgelegt werden. Unterstützt wird unsere professionelle Öffentlichkeitsarbeit durch die „Neuen Medien“ und durch Zeitungsbeilagen oder Kolumnen in den diversen Medien. Zusätzlich müssen wir gezielte Kommunikationskampagnen für die Fachgeschäfte und Gastronomiebetriebe durchführen.

### **Zielsetzung 10: Branchenmix laufend optimieren.**

Die gemäß der repräsentativen Bevölkerungsumfrage erstellte Branchen-Hitliste wird nach innen und außen kommuniziert, um die Unternehmer und potenziellen Jungunternehmer über die bestehenden Branchenchancen zu informieren. Dadurch soll der Branchenmix optimiert und leere Geschäftsflächen aktiv gefüllt werden. In der Folge ist ein professionelles Freiflächenmanagement aufzubauen.

### **Zielsetzung 11: Aufbau einer professionellen Standortmanagement-Organisation mit einer Geschäftsführung.**

Die Errichtung einer Standortmanagement-Organisation mit einer Geschäftsführung ist mittelfristig eine absolute Voraussetzung, um die Umsetzung definierter Projekte professionell zu begleiten sowie ein Controlling auszuüben. Die Planung und Budgetierung aller Projekte wird durch das Standortmanagement in enger Zusammenarbeit mit der Stadtgemeinde Klosterneuburg erfolgen. Die bestehende Trägerorganisation muss laufend in Richtung „Professionelles Standortmanagement“ weiterentwickelt werden.

### **Zielsetzung 12: Akteure für das Standortmanagement werben und aktiv einbinden**

Wir müssen laufend neue Akteure für das Standortmanagement gewinnen. Die Akteure werden laufend informiert sowie in sämtliche Entscheidungsfindungen und in die Umsetzung der konkreten Projekte aktiv mit eingebunden. Nur so können alle Interessensgruppen der Stadt Klosterneuburg nachhaltig motiviert werden.

### **Zielsetzung 13: Konsequente Kunden- und Bürgerorientierung sowie Aus- und Weiterbildung.**

Das Standortmanagement ist immer bestrebt, die repräsentativen Kunden-/Bürgermeinungen in die wichtigsten Entscheidungsfindungen einzubinden. Unternehmer und deren Mitarbeiter sollen auf bestehende und zukünftige Kundenanforderungen verstärkt eingehen.

### **Zielsetzung 14: Prinzip der Nachhaltigkeit.**

Das Standortmanagement orientiert sich am Prinzip der Nachhaltigkeit im sozialen, ökologischen und ökonomischen Sinne.