



Standortmarketing Bad Radkersburg- Radkersburg- Umgebung

**Leitbild und
Maßnahmenhandbuch**

Projektleitung:

Mag. Roland **Murauer**

Projektmitarbeit:

Ing. Mag. Georg **Gumpinger**
Andrea **Flotzinger**

Zeitraum der Leitbilderarbeitung:

Mai – September 2002

CIMA GmbH Österreich
Johannesgasse 8
A-4910 Ried

Tel.: 0043-7752-71117
Fax: 0043-7752-71117-17
Email: cima@cima.co.at
Web: www.cima.co.at

Das Leitbild und der Maßnahmenkatalog wurden im Rahmen des Standortmarketingkonzeptes Bad Radkersburg-Radkersburg-Umgebung von der CIMA GmbH erstellt.

Veröffentlichungen bzw. Vervielfältigungen eines Teiles oder der gesamten Konzeption bedürfen der ausdrücklichen Zustimmung des Auftraggebers sowie des Verfassers.

*Copyright
CIMA GmbH Österreich
September 2002*

Inhaltsverzeichnis

I. Allgemeine Vorbemerkungen	05
1. Was ist ein Leitbild?	06
2. Die Leitbilderstellung in der Kleinregion Radkersburg	06
3. Die Maßnahmenkonzeption	07
II. Standortvision „Radkersburg 2020“	08
III. Ziele und Maßnahmen „Wirtschaft“	11
1. Allgemeine wirtschaftspolitische Ziele/Maßnahmen	12
Projekt 01 „Wirtschaftsforum Radkersburg“	13
Projekt 02 „Tourismus- und Standortmarketing GmbH Radkersburg“	15
Projekt 03 „Immobilienmanagement“	18
Projekt 04 „Südost-Europa-Forum“	21
Projekt 05 „Grenzüberschreitender Unternehmerstammtisch“	22
Projekt 06 „Virtueller Marktplatz Radkersburg“	23
Projekt 07 „Weiterentwicklung des CD-Konzeptes“	24
Projekt 08 „Wirtschafts-Innovationspreis“	25
Projekt 09 „Großgemeinde Bad Radkersburg“	26
2. Zielsetzungen/Maßnahmen für das Gewerbe/Handwerk und die Dienstleister	27
Projekt 10 „Unternehmerfabrik Südost“	28
Projekt 11 „Handwerkshaus Bad Radkersburg“	30
3. Zielsetzungen/Maßnahmen für den Einzelhandel	31
Projekt 12 „Ökokaufhaus Bad Radkersburg“	32
Projekt 13 „Kunstmeile“	33
Projekt 14 „Der Murbote“	34
Projekt 15 „Vitalcard“	35
Projekt 16 „Konzentrierte Gemeinschaftswerbung“	36
Projekt 17 „Gäste-Gutscheinaktion“	38
Projekt 18 „Weihnachtsaktion I – Einkaufsglück“	39
Projekt 19 „Weihnachtsaktion II – Radkersburg packt ein“	40
Projekt 20 „Frühjahrsaktion I – Glückstelefon“	41
Projekt 21 „Frühjahrsaktion II – Shopping Night“	42
Projekt 22 „Stadtmarketing-Akademie“	43
Projekt 23 „Infotainment im Kurbezirk“	44
Projekt 24 „Zweisprachige Geschäftsauszeichnungen“	45
4. Zielsetzungen/Maßnahmen im Tourismus	46
Projekt 25 „Masterplan - Hotelentwicklung“	48
Projekt 26 „TCM - Gesundheitsstraße“	49
Projekt 27 „Albergo difuso - Projekt“	50
Projekt 28 „Qualifizierungsoffensive“	51
Projekt 29 „Der gesunde Teller“	52
Projekt 30 „Literaturcafe“	53
Projekt 31 „Virtuelles Museum der Radkersburger Geschichte“	54
Projekt 32 „Touristisches Naturraumkonzept Mur“	55
Projekt 33 „Radterminal“	56
Projekt 34 „Infotafeln bei geschlossenen Gastronomiebetrieben“	57

IV. Ziele und Maßnahmen

„Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr“

	59
Projekt 35 „Altstadtüberdachung“	61
Projekt 36 „Radkersburger Architektursymposium“	62
Projekt 37 „Freiluftbühne im Stadtgraben“	63
Projekt 38 „Architekturlehrpfad“	64
Projekt 39 „Altstadtschutzleitbild“	65
Projekt 40 „Beleuchtungskonzept“	66
Projekt 41 „Citybuslinie“	67
Projekt 42 „Parkkonzept im Kurbezirk“	68

V. Ziele und Maßnahmen „Lebensraum Radkersburg“

	69
1. Zielsetzungen/Maßnahmen im Kultur-/Sportbereich	70
Projekt 43 „Kleinbühnenfestival“	71
Projekt 44 „Kreativ-Werkstatt“	72
Projekt 45 „Sakraler Kunstweihnachtsmarkt“	73
Projekt 46 „Kunst im öffentlichen Raum“	74
Projekt 47 „Veranstaltungsmanagement-Seminar“	75
Projekt 48 „Einheitliche Werbemaßnahmen im Kultur- und Sportbereich“	76
2. Zielsetzungen/Maßnahmen im Sozial-/Jugend-/Aus- und Weiterbildungsbereich	77
Projekt 49 „Kinderbetreuung“	78
Projekt 50 „Sozialinitiativen-Stammtisch“	79
Projekt 51 „Jugendbeirat“	80
Projekt 52 „Jugend kreativ“	81
Projekt 53 „Steirisch-Slowenisches Jugendzentrum“	82
Projekt 54 „Fachhochschule für Weinmarketing“	83

VI. Weitere Vorschläge

84

I.

Allgemeine Vorbemerkungen

1. Was ist ein Leitbild?

Die Festlegung von Visionen und zukünftigen Zielsetzungen in Form von "Leitbildern" wird in der Wirtschaft seit geraumer Zeit praktiziert. Seit einigen Jahren hat diese Entwicklung auch öffentliche Institutionen "erfasst". Seien es die Ministerien, Gebietskörperschaften, kommunale Ressorts oder gesamte Städte, welche "Leitbilder" erstellen oder erstellen lassen. Oft wird jedoch der Begriff "Leitbild" falsch interpretiert und verstanden und es treten dadurch immer wieder Akzeptanz- und Verständnisprobleme auf.

Aus unserer Erfahrung in der Erstellung von mehr als 150 Leitbildern in den letzten 10 Jahren, definiert die CIMA ein "Leitbild" wie folgt:

- Das Leitbild beschreibt den zukünftigen, wünschenswerten, **städtischen Sollzustand**, der noch nicht oder nicht in allen Belangen erreicht ist!
- Ein Leitbild legt Ziele fest. Es wirkt wie eine Art "**geistige Leinwand**", an der man sich orientieren kann. Deshalb muss es positiv formuliert, verständlich und nachvollziehbar sein. Es hat **visionären Charakter**, darf aber nicht unrealistisch sein.
- Wenn die Ziele feststehen, müssen die Wege gefunden werden: Nach der Formulierung des Leitbildes ist es notwendig, **konkrete Maßnahmen** zu entwickeln, wie man diese Ziele erreichen kann.

2. Die Leitbilderstellung in der Kleinregion Radkersburg

Das Standort-Leitbild von Radkersburg basiert auf den Ergebnissen der Istanalyse, den erfassten Meinungen und Vorstellungen von rund 150 Bürgern und Unternehmern (im Rahmen der Zukunftswerkstatt sowie der Leitbildarbeitskreise) sowie der Fachmeinung der CIMA. Das gesamte Leitbild unterteilt sich in zwei Teilbereiche:

Standortvision

Die „Standortvision“ beschreibt die zukünftig anzustrebende generelle Positionierung der Kleinregion.

Strategische Teilbereichsziele

Zusätzlich zur Standortvision wurden für jeden elementaren Teilbereich von Radkersburg weitere strategische Zielsetzungen formuliert. Diese Teilbereichsziele haben kurz-, mittel- und langfristigen Charakter und sollen im wesentlichen zur Erreichung der „Standortvision“ beitragen.

Abschließend geben wir noch einen wichtigen Verständnishinweis. Das Leitbild "Radkersburg 2020" beschreibt den **anzustrebenden Zustand** im Jahr **2020**. Leitsätze, die in Gegenwartsform formuliert wurden, sollen die gewünschte Situation beschreiben. Der Leser des Leitbildes hat sich hierbei gedanklich ins Jahr 2020 zu versetzen.

3. Die Maßnahmenkonzeption

Während im **Leitbild** eher die langfristigen, **strategischen Positionierungen** für die zukünftige Entwicklung von Radkersburg festgeschrieben wurden, beinhaltet der **Maßnahmenkatalog** eine Reihe von detaillierten **Projektvorschlägen**, welche als fundierte Grundlage dienen, jene Vorhaben auszuwählen, mit deren Umsetzung zuerst gestartet werden soll. Nach Auswahl dieser Umsetzungsvorhaben sind die Einzelprojektplanungen weiter zu verfeinern bzw. auszubauen.

Die CIMA bemühte sich bei der Aufarbeitung um eine **möglichst transparente Darstellung** der Ergebnisse und ließ **Erfahrungen bzw. Know-How aus anderen Projekten** in den Maßnahmenkatalog einfließen, wobei die einzelnen Projekte in folgendem Detaillierungsgrad dargestellt werden:

- ◆ Projektbeschreibung
- ◆ Umsetzungsdauer des Projektes
- ◆ Organisation des Projektes
- ◆ Kosten des Projektes
- ◆ Umsetzungsverantwortung

Da rüber hinaus definiert die CIMA pro Themenbereich eine bestimmte Anzahl von „**Schlüsselprojekte**“ (zentrale und vorrangig umzusetzende Stadtmarketingvorhaben).

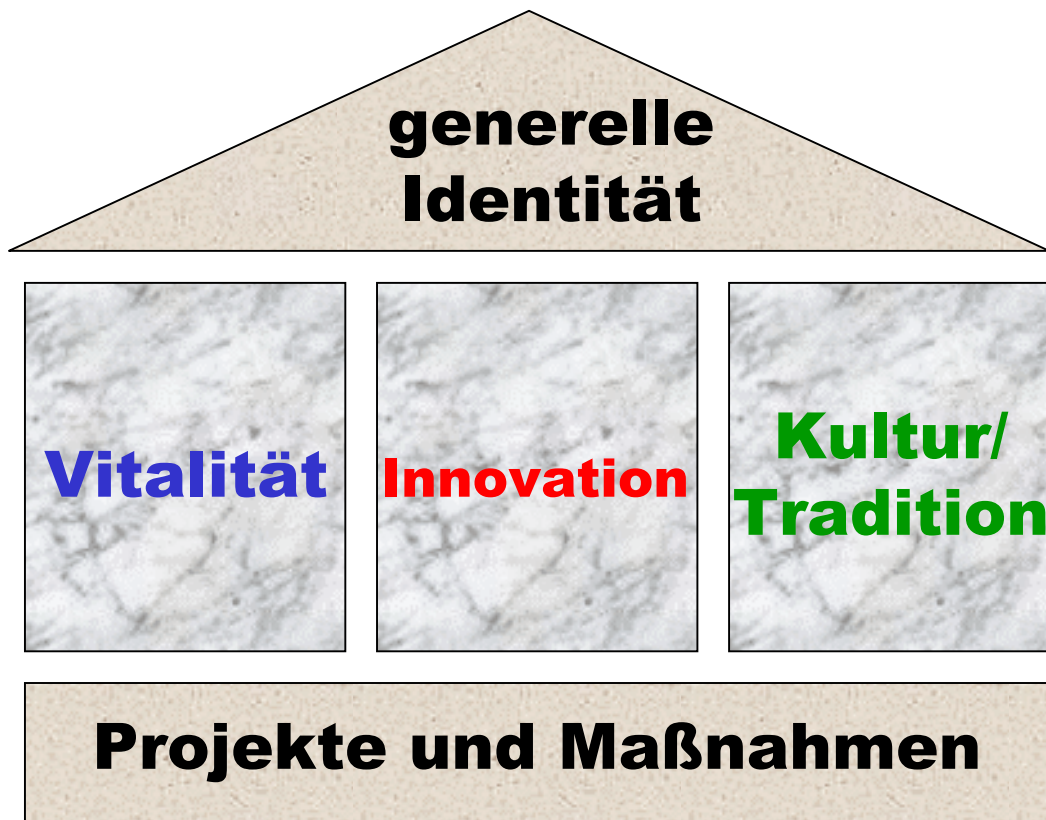
II.

Standortvision „Radkersburg 2020“

Die Entwicklung der beiden Radkersburger Gemeinden steht auf drei tragenden Pfeilern:

- Vitalität
- Innovation
- Kultur

sollen in einer ausgewogenen Mixtur die zukünftigen Entwicklungen bestimmen.



Vitalität

Der vitale Standortraum!

Der Begriff der Vitalität ist sehr umfassend und beinhaltet mehrere wünschenswerte Qualitäten für die Radkersburger Entwicklung:

- Bewahrung und Steigerung der **Lebensqualität** für Bürger/Besucher/Gäste
- der weitere qualitative und quantitative Ausbau des **Wellness-Tourismus**
- die Förderung der **Lebenskraft** im Sinne der Sicherstellung einer selbständigen ökonomischen und nachhaltig ökologischen Entwicklung
- **Frische**, die sich in einer gewissen Veränderungsbereitschaft ausdrückt und nicht zuletzt
- der dafür notwendige **Tatendrang** aller beteiligten Bürger, Unternehmer und politisch Verantwortlichen.

Die Vitalität ist die ideale Grundlage und große gemeinsame „Klammer“ für eine **glaubwürdige** Neupositionierung von Radkersburg als dynamische Stadt **im südsteirisch-slowenischen Grenzraum**.

Innovation

Der innovative Standortraum !

Mit ungewöhnlichen, kreativen, jedoch auch organisatorisch und finanziell bewältigbaren Maßnahmen soll sich Radkersburg bewusst von den übrigen Kommunen in der Steiermark unterscheiden.

Dieser Mut zu neuen Ideen soll für alle relevanten kommunalen Bereiche – von der Stadtgestaltung bis hin zur Kulturpolitik reichen.

Kultur/ Tradition

Ein Standortraum mit kultureller Identität!

Die historische Altstadt sowie die gemeinsame Vergangenheit mit Gornja Radgona bilden die unverkennbare kulturelle Identität von Radkersburg. Das wertvolle städtebauliche Potenzial von Bad Radkersburg bildet den Rahmen für altbewährte, aber auch neue kulturelle (überregional bedeutsame) Veranstaltungen und Aktivitäten.

III.

Ziele und Maßnahmen

WIRTSCHAFT

1. Allgemeine wirtschaftspolitische Ziele/Maßnahmen

Ziel 01

Ausgeglichene Wirtschaftsstruktur

Radkersburg weist eine **diversifizierte, ausgeglichene Wirtschaftsstruktur** aus aktiven, erfolgreichen klein- und mittelständischen Gewerbe-, Handwerks-, Dienstleistungs- und Einzelhandels- sowie Freizeit- und Tourismusbetrieben auf. Die politischen Verantwortungsträger achten darauf, dass sowohl die „harten“, als auch „weichen“ Standortfaktoren in entsprechender Qualität und Quantität vorhanden sind sowie ständig verbessert werden.

Ziel 02

Radkersburg als kommunikatives „Kompetenzzentrum“ für den südosteuropäischen Raum

Durch eine Reihe von **zielgruppenspezifischen** und **themenorientierten Veranstaltungen, Seminaren** und **Aktionen** entwickelt sich Radkersburg zu einer wichtigen **kommunikativen „Drehscheibe“** für die wirtschaftliche Vitalisierung südosteuropäischer Staaten, insbesondere Slowenien und Kroatien.

Ziel 03

Großgemeinde Radkersburg

Im Hinblick auf die **langfristige Erhaltung** der **wirtschaftlichen** und **sozialen Handlungsfähigkeit** der Kleinregion Radkersburg schließen sich die beiden politischen Gemeinden „Bad Radkersburg“ sowie „Radkersburg-Umgebung“ zu einer Großgemeinde zusammen.

Ziel 04

Strategisches Immobilienmanagement

Radkersburg setzt, gemeinsam mit privaten Partnern, **entscheidende (Wirtschafts-)Impulse im Immobilienbereich**. Dazu gehören unter anderem der Ankauf bzw. langfristige Pacht von, für die gesamte örtliche Entwicklung interessanten Objekten, Arealen und Flächen im Stadtzentrum sowie im „Kurbereich“.

Ziel 05

Klare Funktionsteilung Innenstadt-Peripherie

Zur Erhaltung einer **lebendigen Wirtschaftsstruktur** im Stadtzentrum achten die kommunalen Entscheidungsträger darauf, dass sich an den Ortsrändern (entlang der Bundesstraße) im wesentlichen keine weiteren Einzelhandelsbetriebe mehr ansiedeln, die **zentrenbedeutsame Sortimente** aufweisen.

Ziel 06

Professionelles Standort- und Stadtmarketing

Die Stadt Bad Radkersburg sowie die verschiedenen Interessensgruppen und Institutionen der örtlichen Wirtschaft bekennen sich zu einem **professionellen, nachhaltig angelegten Standort- und Stadtmarketing** und stellen auch entsprechende finanzielle Mittel zur Verfügung. Das Standort- und Stadtmarketing ist organisatorisch in die bestehenden örtlichen touristischen Managementstrukturen eingebunden.

Ziel 07

Kooperative Zusammenarbeit mit dem slowenischen Städtedreieck Murska Sobota, Radenci und Gornja Radgona

Seit dem Beitritt Sloweniens zur EU bilden Radkersburg, Murska Sobota, Radenci und Gornja Radgona einen **gemeinsamen, pulsierenden Wirtschafts- und Kulturraum**.

Projekt 01

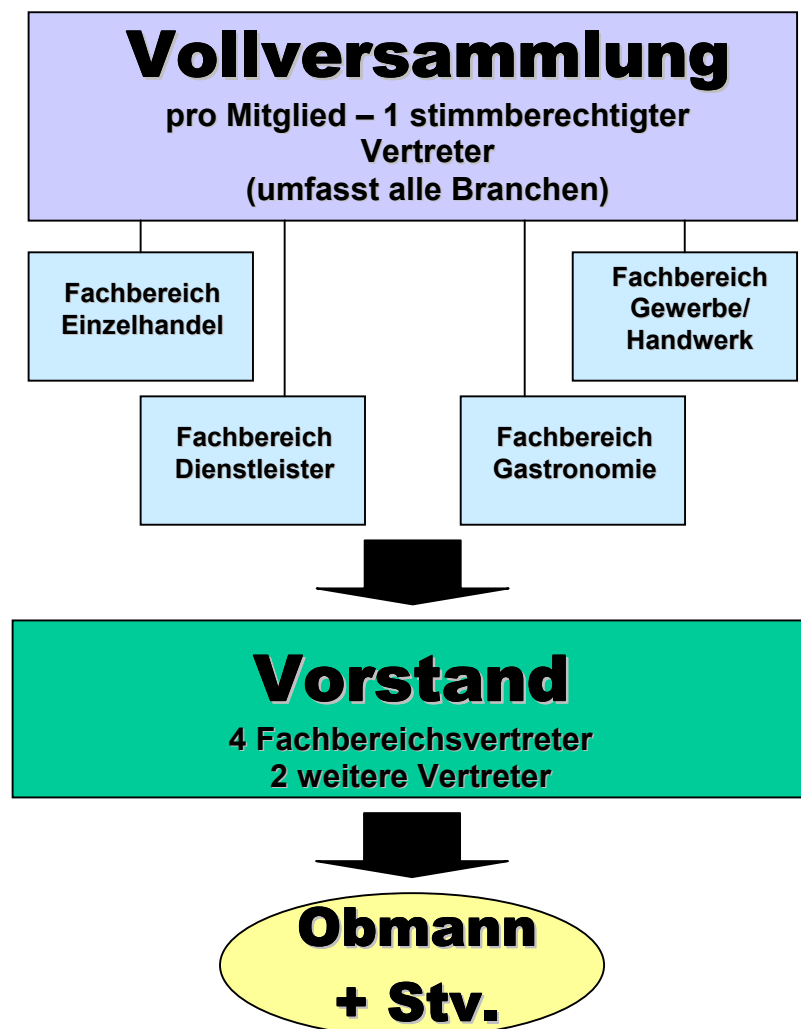
„Wirtschaftsforum Radkersburg“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: Professionalisierung des Standort- und Stadtmarketings

Projektbeschreibung

Bad Radkersburg ist eine der wenigen österreichischen Bezirksstädte ohne (institutionalisierte) örtliche Werbegemeinschaft. Da jedoch für ein professionelles, nachhaltig erfolgreiches und langfristiges Standort- bzw. Stadtmarketing eine möglichst starke, alle Branchen des Ortes umfassende bzw. bündelnde Wirtschaftsvereinigung essentiell wichtig ist bzw. derartige Aktivitäten nicht ausschließlich durch die Stadtvertretung zu betreiben, finanzieren und (inhaltlich) unterstützen ist, schlägt die CIMA die Gründung eines „Wirtschaftsforum“ vor:

Das „Wirtschaftsforum“ sollte als gemeinnütziger, jedoch vorsteuerabzugsberechtigter Verein, folgende Organisationsstrukturen aufweisen



a.) Die Vollversammlung

Die Vollversammlung setzt sich grundsätzlich aus allen Mitgliedern des Wirtschaftsforums zusammen. Die Aufgaben der Vollversammlung liegen hauptsächlich in kontrollierenden Tätigkeiten.

Die Vollversammlung untergliedert sich in weiterer Folge in einzelne, branchenspezifische Fachbereiche, welche aus „ihrer Mitte“ jeweils zwei Fachbereichssprecher in den Beirat entsenden. Aufgabe der Fachbereichssprecher ist nicht nur die bestmögliche Vertretung der Anliegen der jeweiligen Gruppe im Wirtschaftsforum, sondern auch die Motivation der Mitglieder, die Sammlung von neuen Ideen und Anregungen aus dem eigenen Fachbereich sowie die Mitwirkung an der Jahresplanung des Wirtschaftsforums.

b.) Der Vorstand

Je ein gewählter Vertreter pro Fachbereich sowie zwei weitere gewählte Vollversammlungsmitglieder bilden den Vorstand des Wirtschaftsforums Radkersburg. Der Vorstand ist das eigentliche Entscheidungsorgan des Wirtschaftsforums, welcher die generellen Leitlinien entwirft, die Budgets aufstellt und entsprechend einsetzt. Der Vorstand kann durch Vertreter der Stadtgemeinde bzw. anderer Institutionen durchaus ergänzt werden.

c.) Der Obmann

Die Vertreter des Vorstandes bestimmen einen Obmann und einen Stellvertreter. Aufgabe dieser zwei Personen ist es, das Wirtschaftsforum in Anliegen des Standort- und Stadtmarketings zu vertreten sowie als oberste Ansprechpartner der Vereinigung zu agieren.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (5 - 6 Monate)

Projektschritte

1. Ausarbeitung eines Vereinsstatutes (1. Monat)
2. Diskussion innerhalb der Radkersburger Wirtschaft (2. – 3. Monat)
3. Bestimmung eines Proponentenkomitees (4. Monat)
4. Einreichung der Statuten bei Vereinsbehörde (5. Monat)
5. Vereinsgründung (ab 6. Monat)

Kosten des Projektes

Für das Projekt fallen, abgesehen von minimalen Einreichgebühren (Statuten), keine Kosten an.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Wirtschaftsbetriebe

(Schlüssel-)Projekt 02

„Tourismus- und Standortmarketing GmbH Radkersburg“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: Professionalisierung des Standort- und Stadtmarketings

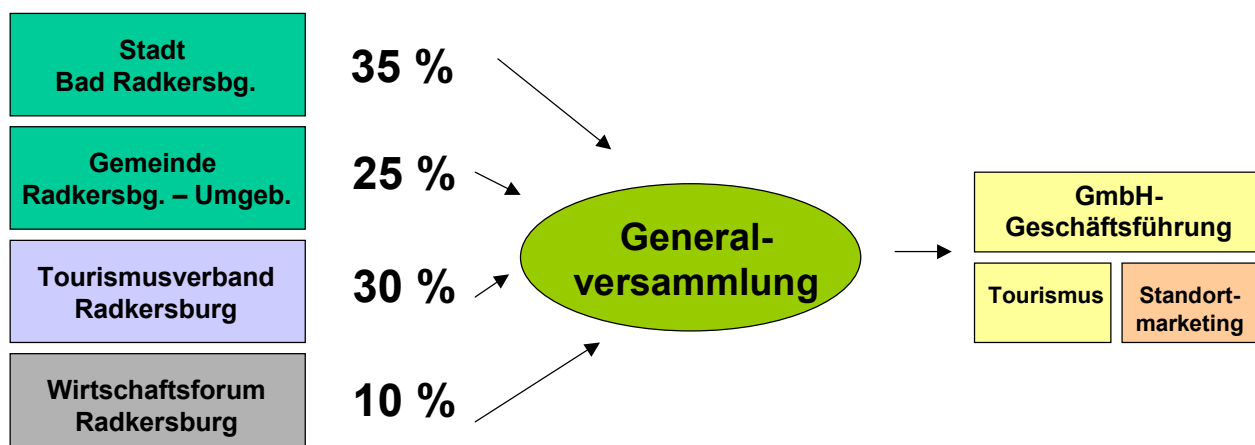
Projektbeschreibung

Im Sinne einer umfassenden und nachhaltigen Professionalisierung der gesamten Standortprofilierung von Radkersburg sowie zur möglichst raschen Umsetzung der einzelnen Standort- und Stadtmarketingmaßnahmen ist es, aus Sicht der CIMA, unerlässlich, eine entsprechende Institution vor Ort zu schaffen. Folgende Rahmenbedingungen sind jedoch zu beachten:

- eindeutiges Bekenntnis aller tragenden Radkersburger Institutionen zu dieser professionellen Standortmarketingstruktur
- ausreichende Basisbudgetmittel
- Übernahme der bisherigen Aufgaben des Tourismusverbandes
- eindeutige Aufgaben- und Kompetenzfestlegung
- gemeinschaftliche Steuerung der Tourismus- und Stadtmarketinginstitution durch Stadt und Wirtschaft
- Schaffung von Refinanzierungsmöglichkeiten für die zukünftige Tourismus und Standortmarketing GmbH
- Übernahme des bisherigen Personalbestandes des Tourismusverbandes in die neue GmbH

Grundsätzlich sind mehrere Organisations- und Rechtsvarianten für eine derartige Tourismus- und Standortmarketingstruktur denkbar bzw. werden in anderen Städten und Gemeinden bereits erfolgreich praktiziert. In Kenntnis der örtlichen Strukturen und sich zukünftig, realistisch abzeichnender Perspektiven schlägt die CIMA die Gründung einer „**Tourismus- und Standortmarketing GmbH Radkersburg**“ vor.

a.) Grundstruktur:



b.) Basisgesellschafter/Generalversammlung

Als Basisgesellschafter sollten folgende Institutionen auftreten:

- Stadtgemeinde Bad Radkersburg	35 % Geschäftsanteil	3 Vertreter bzw. Stimmen
- Gemeinde Radkersburg-Umgebung	25 % Geschäftsanteil	2 Vertreter bzw. Stimmen
- Tourismusverband Radkersburg	30 % Geschäftsanteil	3 Vertreter bzw. Stimmen
- Wirtschaftsforum Radkersburg	10 % Geschäftsanteil	1 Vertreter bzw. Stimme

Diese, insgesamt 9 Gesellschafter, fungieren als oberstes Entscheidungs- sowie Kontrollorgan und bestimmen die Geschäftsführung der GmbH.

Im Rahmen, der noch auszuarbeitenden Gesellschafts- bzw. GmbH-Verträge, schlägt die CIMA vor, in wesentlichen Aufgabenfeldern bzw. Geschäftsfragen (z.B.: neue Geschäftsfelder, Aufnahme neuer Gesellschafter, etc.) nicht das einfache Majoritätsprinzip gelten zu lassen, sondern zumindest einen 2/3-Mehrheitsbeschluß anzustreben.

Anmerkung des Gutachters:

Sollte ein „Wirtschaftsforum Radkersburg“ aus bestimmten Gründen nicht zustande kommen, wäre es dennoch ratsam, einzelne interessierte Radkersburger Unternehmen, in die GmbH einzubinden. Folgende, in anderen Städten, bereits gebräuchliche Formen sind vorstellbar:

- Einbindung als Einzelgesellschafter
- Einbindung als „typischer“ bzw. „atypischer“ stiller Gesellschafter
- Einbindung als Kommanditist bei Gründung einer GmbH & Co KG

c.) Aufgaben der „Tourismus- und Standortmarketing GmbH“

Folgende Aufgabenbereiche sollte die neue GmbH abdecken:

Bisherige Aufgabenbereiche

- Tourismusmarketing
- tourismusspezifische Öffentlichkeits- und Pressearbeit
- Unterstützung von örtlichen Events
- Gästebetreuung
- Gästeinformation
- administrative Aufgaben im Standortmarketingprozess

Neue Aufgabenbereiche:

- Standortmarketing und strategisches Immobilienmanagement
- Koordination und Abwicklung von Sonderwirtschaftsprojekten
- gesamtstädtische Öffentlichkeitsarbeit
- Koordination und Umsetzung der Gemeinschaftsmarketingmaßnahmen
- Umsetzung des Standortmarketingmaßnahmenkatalogs
- Anlaufstelle für örtliche Unternehmen (Wirtschaftsservice)
- Aufbau eines profitorientierten Incomingsystems in der Region

d.) Personalausstattung

Zur Erfüllung der oben genannten Aufgaben schlägt die CIMA folgende Personalausstattung vor:

- Übernahme des bisherigen Personalbestandes des Tourismusverbandes
- Einstellung einer zusätzlichen (hauptberuflichen) Kraft für Standortmarketing

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (6 – 10 Monate)

Projektschritte

1. Grundsatzbekenntnis/-beschluss der Basisgesellschafter (1. – 2. Monat)
2. Genaue Aufgabendefinition und –abgrenzung (3. Monat)
3. Feinausarbeitung der Gesellschaftsstruktur und –verträge (3. Monat)
4. Erarbeitung eines Personalanforderungsprofils (3. Monat)
5. Festlegung des Rahmenbudgets (4. – 5. Monat)
6. Sicherstellung der Finanzierung (4. – 6. Monat)
7. Gründung der neuen GmbH (ab 7. Monat)
8. Öffentliche Ausschreibung der zusätzlichen Stelle (7. Monat)
9. Auswahlverfahren/Auswahl (8. Monat)

Kosten des Projektes

Das bisherige Budget des Tourismusverbandes sollte weiterhin durch die bis dato üblichen Finanzierungsformen aufgebracht bzw. **in gleicher Höhe** für touristische Maßnahmen verwendet werden.

Zusätzlich werden für die Umsetzung nachhaltig erfolgreicher Standortmarketingmaßnahmen weitere Budgetmittel benötigt. Aufgrund von Vergleichswerten aus anderen Bezirksstädten mit ähnlichen Strukturen und den langjährigen Erfahrungen des Gutachterteams wird folgendes jährliches „Standortmarketingbudget“ vorgeschlagen:

Personalkosten für eine zusätzliche Kraft inklusive DGA-Anteil (entspricht einem Bttogehalt von max. € 1.900,--/Monat)	€ 35.000,--
Projektunabhängige Kosten (Büromaterial, Porto, Telefon, Aus-/Weiterbildung, etc.)	€ 10.000,--
Projektbasisbudget	€ 50.000,--
Gesamtbudget/Jahr	€ 95.000,--

Finanzierungsvorschlag

Die Finanzierung des zusätzlichen „Standortmarketingbudgets“ sollte wie folgt ablaufen:

- Erhöhung des örtlichen Tourismusbeitrages
- Beiträge der Gesellschafter

Das Gutachterteam schlägt folgende Regelung vor:

- Mehreinnahmen aus der Erhöhung des örtlichen Tourismusbeitrages (= 60 % des gesamten „Standortmarketingbudgets)	€ 57.000,--
- die Stadtgemeinde Bad Radkersburg (60 % vom Restwert)	€ 22.800,--
- die Gemeinde Radkersburgs-Umgebung (40 % vom Restwert)	€ 15.200,--

Das (noch zu gründende) **Wirtschaftsforum** leistet seinen finanziellen Basisbeitrag **indirekt**, d.h. über die Erhöhung des örtlichen Tourismusbeitrages und sollte daher nur bei zusätzlichen operativen Maßnahmen eigene Budgetmittel beisteuern. Unter der Voraussetzung, dass der GmbH entsprechende Möglichkeiten eingeräumt werden, schätzt die CIMA, ab dem 3. Bestandsjahr mit einer **Refinanzierungsquote** von rund 20 – 35 %.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Bad Radkersburg, Tourismusverband Radkersburg, Gemeinde Radkersburg-Umgebung

c.) Höchst-Bemessungsgrundlage

70.000,-- €

d.) Ausmaß der Förderung**Fördergegenstand „Adaptierung/Verkaufsladengestaltung“**

70 % der Kosten durch Unternehmer

20 % der Kosten durch Stadtgemeinde Bad Radkersburg,
im Höchstausmaß von 14.000,-- €10 % der Kosten durch örtliches Bankinstitut
im Höchstausmaß von 7.000,-- €**Fördergegenstand „Personal“**

Jahr 1 80 % Reduktion der Kommunalsteuer auf max. 2 vollbeschäftigte Personen

Jahr 2 60 % Reduktion der Kommunalsteuer auf max. 2 vollbeschäftigte Personen

Jahr 3 40 % Reduktion der Kommunalsteuer auf max. 2 vollbeschäftigte Personen

e.) Förderrückflüsse

Ab dem 2. Bestandsjahr sollten die Stadtgemeinde Bad Radkersburg bzw. das fördernde Bankinstitut folgende Rückflüsse verzeichnen:

- Stadtgemeinde Bad Radkersburg
Rückfluss von max. 70 % der Förderung innerhalb von fünf Jahren
- örtliches Bankinstitut
Rückfluss von max. 100 % der Förderung innerhalb von fünf Jahren

f.) Fördervoraussetzungen

- Lage des Unternehmensstandortes im Stadtzentrum von Radkersburg
- Vorlage eines schlüssigen Unternehmenskonzeptes
- Verpflichtung des ansiedlungswilligen Unternehmers zur Geschäftskonteneröffnung bei einer örtlichen Bank

3. Gründung eines Immobilien-Fonds

Als dritte Standortmaßnahme sollte die Gründung eines Immobilien-Fonds ins Auge gefasst werden, an der sich die beiden Radkersburger Stadtgemeinden sowie ein oder mehrere örtliche/regionale Bankinstitute beteiligen. Hauptaufgabe dieses Immobilienfonds ist die optionale Sicherung bzw. der Ankauf von Liegenschaften im „Kurzbezirk“.

Umsetzungsdauer der Projekte**Immobilienmaßnahme 1 „Aktives Standortmarketing/Leerflächenmanagement“**

kurzfristig umsetzbar (3 – 5 Monate)

Immobilienmaßnahme 2 „Stadtkern-Wirtschaftsfördermodell“

kurz- bis mittelfristig umsetzbar (6 Monate – 2 Jahre)

Immobilienmaßnahme 3 „Immobilienfonds“

mittel- bis langfristig umsetzbar (3 – 7 Jahre)

Projektschritte

Immobilienmaßnahme 1

„Aktives Standortmarketing/Leerflächenmanagement“

1. Erhebung der aktuellen Leerflächen und möglicher Objekte (1. Monat)
2. Kontaktierung und Ansprache der Vermieter (2. Monat)
3. Aufbereitung der Standortfaktoren der Geschäftsflächen (3. Monat)
4. Adressbeschaffung und -auswahl, Direct Mailings (4. Monat)
5. Rücklaufkoordination (ab 5. Monat)

Immobilienmaßnahme 2

„Stadtkern-Wirtschaftsfördermodell“

1. Ausarbeitung eines Feinkonzeptes (1. Monat)
2. Ansprache örtlicher Banken (2. – 3. Monat)
3. Beschlussfassung im Gemeinderat (4. Monat)
4. Abwicklung der ersten Förderungen (ab 5. Monat)

Immobilienmaßnahme 3

„Immobilienfonds“

1. Interessensauslotung bei örtlichen/regionalen Banken (1. – 3. Monat)
2. Feinkonzeption des Immobilienfonds (4. – 6. Monat)
3. Gründung des Fonds (ab 7. Monat)
4. Erste Aktivitäten (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Immobilienmaßnahme 1 „Aktives Standortmarketing/Leerflächenmanagement“

Die Kosten für die erste Maßnahme werden wie folgt veranschlagt:

- | | |
|---|----------------|
| - Portokosten | ca. € 1.500,-- |
| - Aufbereitung/Gestaltung - Standortbroschüre | ca. € 2.500,-- |

Immobilienmaßnahme 2 „Stadtkern-Wirtschaftsfördermodell“

Hier schlägt das Gutachterteam vor, ein eigenes Wirtschaftsförderbudget zu dotieren.

Immobilienmaßnahme 3 „Immobilienfonds“

Erst nach Vorlage eines Feinkonzeptes bzw. von Kooperationsgesprächen mit Banken können entsprechende Budgetrahmen genauer angegeben werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Bad Radkersburg; tw. Gemeinde Bad Radkersburg-Umgebung

Die operative Abwicklung der Immobilienmaßnahmen 2-3 sollte durch die (noch zu gründende) „Tourismus- und Standortmarketing GmbH“ abgewickelt werden.

(Schlüssel-)Projekt 04 „Südost-Europa-Forum“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: kommunikatives Kompetenzzentrum Südosteuropa

Projektbeschreibung

Zur inhaltlichen sowie medialen und öffentlichkeitswirksamen Unterstreichung der Rolle von Bad Radkersburg als „kommunikatives Kompetenzzentrum“ für den südosteuropäischen Raum schlägt das Gutachterteam vor, jährlich ein sogenanntes „Südost-Europa-Forum“ zu veranstalten. Dem Beispiel ähnlicher Veranstaltungen in anderen österreichischen Kommunen folgend (z.B.: Forum Alpbach, Europa-Initiative Oberwart, etc.), sollte diese Veranstaltung folgende Strukturen aufweisen:

- mehrtägiges Forum
- thematische und ggf. länderspezifische Schwerpunkte
- Diskussionsforen, Seminare und Workshops
- Zielgruppen
 - Kommunal-, Regional- und Bundes-Politiker
 - Administrative Verantwortungsträger
 - Unternehmer
 - Beratungs- und Entwicklungsorganisationen
 - Kulturmanager und –schaffende
- Zielländer
Österreich sowie südosteuropäische „Reformstaaten“
- Veranstaltungs-Patronanz mit Universität (z.B.: Slawistik-Institut; Südost-Europa-Institut der Uni Wien; etc.) und österreichischem Bundesministerium
- Veranstaltungszeitpunkt in einer Nebensaison

Umsetzungsdauer der Projekte

Die Organisation eines ersten derartigen Forums benötigt ca. 1 ½ Jahre Vorlaufzeit.

Projektschritte

1. Entwurf eines Veranstaltungskonzeptes (1. Monat)
2. Suche nach Kooperationspartnern (2. – 5. Monat)
3. Förder- und Sponsormanagement (6. – 10. Monat)
4. Detailprogrammplanung/Ansprache von Referenten (7. – 11. Monat)
5. Aufbereitung einschlägiger Adressen/Mailingaktionen (8. – 12. Monat)

Kosten des Projektes

Ohne Vorlage eines entsprechenden Feinkonzeptes können noch keine seriösen Kostenschätzungen abgegeben werden. Grundsätzlich sollte jedoch davon ausgegangen werden, dass eine derartige Veranstaltung über Förderungen und Sponsormanagement selbstfinanzierbar ist.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Bad Radkersburg;

Projekt 05

„Grenzüberschreitender Unternehmerstammtisch“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: kommunikatives Kompetenzzentrum Südosteuropa
 Kooperative Zusammenarbeit mit Region „Pomurje“

Projektbeschreibung

Als Ergänzung zur jährlichen Großveranstaltung des „Südost-Europa-Forums“ sollten sich die Unternehmer und ggf. auch kommunalen und regionalen Verantwortungsträger des Bezirks Radkersburg sowie der slowenischen Region „Pomurje“ intensiver kommunikativ „austauschen“ und kennen lernen. Das Gutachterteam schlägt vor, dass unter der „Hospitanz“ der örtlichen Wirtschaftskammer bzw. des Regionalmanagements Süd-West-Steiermark zweimal jährlich ein „grenzüberschreitender Unternehmerstammtisch“ organisiert wird.

Umsetzungsdauer der Projekte

kurzfristig umsetzbar (4 – 5 Monate)

Projektschritte

1. Erstellung eines Feinkonzeptes (1. Monat)
2. Festlegung des organisatorischen Rahmens (2. Monat)
3. Kontaktierung der Wirtschaftskammer Pomurje (2. Monat)
4. Detailprogrammplanung (2. Monat)
5. Aufbereitung einschlägiger Adressen/Mailingaktionen (ab 3. Monat)

Kosten des Projektes

Die direkten Veranstaltungskosten für zwei jährliche „grenzüberschreitende Unternehmerstammtische“ werden mit rund € 5.000,- bis € 7.000,- veranschlagt und beinhalten im wesentlichen Aufwendungen für Mailings, Referenten bzw. Dolmetscher.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Wirtschaftskammer Bad Radkersburg bzw. Regionalmanagement Süd-West-Steiermark

Projekt 06

„Virtueller Marktplatz RADKERSBURG“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Massnahmen
Projektzielsetzung: Professionelles Standort- und Stadtmarketing

Projektbeschreibung

„Virtuelle Läden“ sind im Internet stark im Zunehmen. Vor allem Produzenten sowie große Filial- und Franchiseketten sind mit Teilen oder der gesamten Angebotspalette bereits „online“. BBE-Experten rechnen damit, dass in den nächsten 5 - 10 Jahren der Warenverkauf via Internet einen Marktanteil bis zu 25 % in bestimmten Branchen erreichen kann. Da kleinere und mittlere Gewerbe- und Einzelhandelsunternehmen diesen Absatzkanal in der Regel noch nicht entdeckt haben, bzw. auf Grund fehlenden Know-hows sowie beschränkter finanzieller und organisatorischer Ressourcen diese Vertriebschiene nicht in Betracht gezogen wird, starteten, im Rahmen von Stadtmarketingprojekten, (z.B.: ausgezeichnetes Projekt in Kremsmünster – www.kremsmuenster.at) erfolgreich angelaufene Versuchsreihen von gemeinschaftlichen „Internet-Shopping“-Seiten örtlicher Unternehmer.

Aus diesem Grund würde die CIMA auch in Radkersburg folgende Einsatzmöglichkeiten für einen „virtuellen Marktplatz“ sehen:

- Warenkorb der örtlichen Wirtschaft
- Gemeinsame Dienstleistungsserviceeinrichtungen des örtlichen Gewerbes/Handwerks
- Direktvermarktung via Internet der örtlichen Landwirtschaft

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 6 - 8 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Erstellung von branchenbezogenen Detailkonzepten (1. – 2. Monat)
2. Ansprache von teilnahmewilligen Unternehmen (3. Monat)
3. Entwicklung eines speziellen „Internet-Warenkorbes“ bzw. entsprechender Präsentationen (4. – 6. Monat)
4. Einsetzen einer begleitenden Werbekampagne (ab 6. Monat)

Kosten des Projektes

Zieht man Pilotprojekte als Vergleich heran, so entstanden Gesamtkosten im Ausmaß von € 10.000, welche einerseits durch die beteiligten Unternehmen, andererseits durch Förderungen abgedeckt werden konnten.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt- und Umlandgemeinde Radkersburg

Projekt 07

„Weiterentwicklung des CD-Konzeptes“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: Professionelles Standort- und Stadtmarketing

Projektbeschreibung

Bad Radkersburg weist nur **ansatzweise** ein durchgängig geplantes bzw. umgesetztes Corporate Design und –Identity-Konzept auf. Im Hinblick auf eine eindeutige stärkere Positionierung der Stadt im wichtigen südsteirischen und nordslowenischen Markt sollten folgende Adaptierungen vorgenommen werden:

- (1) Entwicklung einer zentralen Werbeaussage (= Subline) mit adaptierbaren Mutationen für alle örtlichen Bereiche
- (2) Entwicklung einer neuen gesamtheitlich angelegten CD-Linie
- (3) Logo-Farbleitsystem für alle örtlichen Teilbereiche (z.B.: Logofarbe grün für Gemeinde, Logofarbe braun für Kultur; Logofarbe rot für Wirtschaft; etc.)
- (4) CD-Manual (= Gebrauchsanleitung)
- (5) Merchandising-Koffer (bestimmte Radkersburg-Präsente)

Während man sich zur Ausarbeitung und Umsetzung der Punkte (2) - (5) einschlägig erfahrener Werbeagenturen bedienen sollte, könnte die Suche nach einer zentralen Werbeaussage in Form eines breit angelegten „Bevölkerungswettbewerbes“ durchgeführt werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (5 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Interne Festlegung der wichtigsten Imagefaktoren (1. Monat)
2. Erstellung eines „Werbeagentur-Briefings“ (1. Monat)
3. Begrenzte Ausschreibung an regionale Werbeagenturen (2. – 3. Monat)
4. Agenturhearing und Auswahl der neuen CD-Linie (4. Monat)
5. Start der Umsetzung (ab 5. Monat)

Kosten des Projektes

Je nach Umfang des Agenturhearings sowie Briefings sollten mit Gesamtkosten im Ausmaß von € 9.000,- bis € 12.000,- gerechnet werden (inklusive Druck des Designmanuals).

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg,

Projekt 08

„Wirtschafts-Innovationspreis“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: ausgeglichene Wirtschaftsstruktur

Projektbeschreibung

Die Leitidee dieses Projektes basiert auf einer **Förderung** bzw. „**Weckung**“ des **innovativen Potentials** der ansässigen Gewerbe-, Handels-, Handwerks- und Dienstleistungsunternehmen in Radkersburg. In Form eines „**public-private-partnership**“-Modells sollten die Stadt, gemeinsam mit der Wirtschaftskammer einen **jährlichen** „Wirtschafts-Innovationspreis“, der an **ein innovatives Unternehmen** verliehen wird, initiieren.

Anhand eines **objektiven Bewertungs- bzw. Kriterienkatalogs** (z.B.: konkrete wirtschaftliche Auswirkungen der Innovation auf den Standort Radkersburg; Arbeitsplatzeffekte; Markterfolg; etc.) könnte ein „Experten-Gremium“ über die Vergabe entscheiden. Als „Preise“ kämen folgende Punkte in Frage:

- Fixer Geldbetrag
- Sachleistung (z.B.: Bildungsschecks für Mitarbeiter)
- Kombination Geld- und Sachleistung
- befristete (kommunal-)steuerliche Vorteile

Da, unseres Wissens, nur wenig vergleichbare Kommunen in Österreich ein derartiges „Wirtschafts-Förderinstrumentarium“ entwickelt haben, würden, bei dementsprechender Öffentlichkeitsarbeit, durch den Radkersburger „Wirtschafts-Innovationspreis“ auch **erhebliche überregionale Image- und Werbeeffekte** erzeugt werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurz- bis mittelfristig umsetzbar (zw. 7 Monaten und 1 ½ Jahren)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Abklärung der Mitwirkung der in Frage kommenden Institutionen (1. - 2. Monat)
2. Ausarbeitung eines Detailkonzeptes (3. - 5. Monat)
3. Sicherstellung der Finanzierung und Zusammenstellung des Expertengremiums (5. - 6. Monat)
4. Publimachung des „Wirtschafts-Innovationspreises“ (ab 7. Monat)

Kosten des Projektes

Die Gesamtkostenschätzungen, ohne Sponsoring, (= Preisvergabe, Werbemaßnahmen, etc.) belaufen sich auf ca. € 15.000,-- pro Jahr. Der Anteil der Stadt sollte sich im Rahmen von € 7.500,-- pro Jahr bewegen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg; Wirtschaftskammer Bad Radkersburg

(Schlüssel-)Projekt 09

„Großgemeinde Bad Radkersburg“

Unterbereich: Gesamtstandortbezogene Maßnahmen
Projektzielsetzung: Großgemeinde Bad Radkersburg

Projektbeschreibung

Wie bereits unter den Zielsetzungen angeführt, sollten sich die beiden Gemeinden zu einer Großgemeinde zusammenschließen, um mittel- bis langfristig entsprechend neue finanzielle Gestaltungsspielräume zu erhalten.

In einem ersten Umsetzungsschritt schlägt das Gutachterteam vor, eine Arbeitsgruppe bestehend aus Vertretern beider Gemeinden zu installieren, welche neben einem Zeitplan auch bereits konkrete Vorschläge für die Zusammenlegung beider Gemeinden ausarbeiten.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (zw. 3 - 5 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Installierung einer Arbeitsgruppe (1. - 3. Monat)
2. Ausarbeitung eines Zeitplanes (4. - 5. Monat)
3. Ausarbeitung eines Detailplanes (4. - 8. Monat)
4. Grundsätzliche Beschlussfassung über Umsetzung des Zeit- und Detailplanes in beiden Gemeinderäten (9. – 11. Monat)
5. Start der konkreten Umsetzungsarbeiten (ab 12. Monat)

Kosten des Projektes

keine

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt- und Umlandgemeinde Radkersburg

2. Zielsetzungen/Maßnahmen für das Gewerbe/Handwerk und die Dienstleistungsbranche

Ziel 01

Kooperative Standortprofilierung

Die Gewerbe-, Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe der Stadt bzw. des gesamten Bezirks setzen verstärkt auf **kooperative Standortprofilierung**.

Ziel 02

Zielgerichtete Unterstützung der bestehenden KMU-Struktur

Hauptaugenmerk der örtlichen und regionalen Entscheidungsträger besteht in der **zielgerichteten Unterstützung** der bestehenden klein- und mittelständischen Gewerbestruktur in beiden Radkersburger Gemeinden bzw. im gesamten Bezirk, insbesondere im Bereich der neuen Kommunikationstechnologien, der Unternehmenskooperationen sowie der Erschließung des nahen slowenisch-nordkroatischen Grenzraumes.

(Schlüssel-)Projekt 10

„Unternehmerfabrik Südost“

Unterbereich: Gewerbe/Handwerk
Projektzielsetzung: Standortprofilierung und KMU-Unterstützung

Projektbeschreibung

Das Gutachterteam schlägt die Gründung bzw. Installierung einer „**Unternehmerfabrik Südost**“ vor, welche als gemeinsame Institution der Wirtschaftskammer Steiermark, des Regionalmanagements Südwest-Steiermark, der Stadt Bad Radkersburg, der slowenischen Region „Pomurje“ ggf. aller weiteren Gemeinden des Bezirks sowie privater Interessensgruppen zu sehen wäre.

Im Gegensatz zu Technologie-, Existenz- und Gründerzentren, aber auch zur klassischen Wirtschaftsförderung, definiert sich die „Unternehmerfabrik Südost“ vor allem über die Stichworte Ganzheitlichkeit, Informationsvermittlung und Bestandsentwicklung. Als eine Art „KMU-Sicherungs- und Marketinggesellschaft“ für den Bezirk, aber auch bereits für die Region „Pomurje“ sollte die Kernaufgabe der „Unternehmerfabrik Südost“ sein, als Dienstleister Nutzen und Wettbewerbsvorteile für die regionale Wirtschaft zu schaffen.

Folgende Angebote und Dienstleistungen sollte die „Unternehmerfabrik Südost“ der regionalen Wirtschaft anbieten:

- **Bereitstellung und Vermietung von kostengünstigen Kommunikations- und Informationsinfrastrukturen**
 - Anbindung der regionalen Unternehmen an das Internet
 - Aufbau einer Online-Vermarktung von Waren und Dienstleistungen im Bezirk
 - Bereitstellung einer Nutzungsmöglichkeit für e-mail-Funktion des Internets für Unternehmen ohne eigenen Internet-Zugang
 - Aufbau eines regionsinternen Netzes zur Verbindung der Unternehmen und Institutionen - Intranet
- **Kooperations-Netzwerk**
 - Errichtung einer Leistungsdatenbank auf Basis einer eingehenden Potentialanalyse, Verknüpfung von Angeboten und Nachfragen aus der Region, Ankurbelung regionaler Wirtschaftskreisläufe
 - Aufbau eines seriösen Beraterstamms zur Abdeckung der unternehmensspezifischen Beratungsbedarfe in der Region
- **Informations-Netzwerk**
 - Angebot und Durchführung von Seminaren, die das Angebotsspektrum der Region abrunden
 - Übernahme einer „Lotsenfunktion“ für Unternehmen bei Antrags- und Genehmigungsverfahren
 - Vorhalten der aktuellen Förderprogramme und entsprechende zielgruppengerechte Weitergabe
 - Aufbau eines Netzwerkes zwischen Forschungseinrichtungen auf der einen und regionalen Betrieben auf der anderen Seite
 - Bereitstellung von wichtigen Informationen (z.B.: Ausschreibungen) für die Betriebe der Region
- **Standortinformationssystem**
 - Bereitstellung der aktuellen statistischen Daten auf Regionsebene
 - Bereithaltung von Infrastrukturdaten, die für Betriebe von Bedeutung sind
 - Aufbau einer EDV-gestützten Gewerbeflächendatei

- Aufbau einer Gewerbeobjektdatei
- **Marketing und Werbung**
 - Gemeinsame Aktionen zur Vermarktung des Wirtschaftsstandortes
 - sell by Tel (Telefonmarketing und Telefonverkauf zur Unterstützung der Aktivitäten der regionalen Betriebe)
 - Pressedienst (Herausgabe einer regelmäßigen Standortinfobroschüre)

Da rüber hinaus sollte die „Unternehmerfabrik Südost“ auch Anlaufstelle für Jungunternehmer bzw. Betriebsgründer sein. Durch eine derartige Institution wäre für die Stadt Radkersburg die große Chance verbunden, überregionale Standortkompetenz zu erlangen bzw. die Zentrenfunktion weiter aufzuwerten.

Nicht nur aus fördertechnischen Gründen wäre eine enge Partnerschaft mit slowenischen Partnern empfehlenswert.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittel- bis langfristig umsetzbar (zw. 2 - 5 Jahre)

Erste Projektschritte

1. Ausarbeitung eines Detailkonzeptes (Potentialanalyse, Definition der Kernstrategien, Rechtsform, Trägerschaft) (1. - 2. Monat)
2. Bildung einer regionalen Initiativgruppe sowie Suche nach privaten Sponsoren (3. - 4. Monat)
3. Vorsprache bei den zuständigen übergeordneten Stellen (5. - 7. Monat)

Kosten des Projektes

Aufgrund eines vergleichbaren bzw. ähnlichen Pilotprojektes im bayrischen Landkreis Roth (Bayern) ist mit folgenden Kosten zu rechnen:

- Vorbereitungsphase € 20.000,-- bis € 30.000,--
- jährliche Betriebskosten für die „Unternehmerfabrik Südost“ mind. € 170.000,--

Finanzierung

Die Finanzierung eines derartigen Vorhabens übersteigt bei weitem die finanziellen Mittel der Stadt. Dem Beispiel der bayrischen Stadt Roth folgend, sollte sich die Finanzierung aus Förderungen (in der Anfangsphase), Sponsorbeiträgen regionaler Bankinstitute (in Roth – jährlich rund 50.000,-- € durch den Sparkassen- und Volksbankensektor) sowie Beiträgen aller Bezirksgemeinden (ähnlich wie Techno-Z-Finanzierungsmodelle) zusammensetzen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg; Wirtschaftskammer Bad Radkersburg

Projekt 11

„Handwerkshaus Bad Radkersburg“

Unterbereich: Gewerbe/Handwerk
Projektzielsetzung: Standortprofilierung

Projektbeschreibung

Dem Beispiel erster erfolgreicher Pilotprojekte in Oberndorf (S) und Griffen (K) folgend, schlägt die CIMA die Gründung eines Handwerkshauses in Bad Radkersburg vor, welches sich als Kooperationsprojekt verschiedener Gewerbe- und Handwerksbetriebe des Ortes bzw. der Kleinregion darstellt.

Dieses Handwerkshaus sollte nicht nur einen zentralen, großen Schauraum betreiben, in welchem die Handwerker ihre Exponate bzw. Leistungen darstellen, sondern auch noch folgende Aufgaben übernehmen:

- Organisation von Hausmessen und Neuproduktpräsentationen
- Zusammenstellung von Bietergemeinschaften und Angebotskooperationen
- gemeinsame Präsentation auf Messen
- einheitliche Dachmarkenwerbung
- Organisation von Fortbildungsmaßnahmen

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (ca. 2 - 3 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Durchführung einer Pre-Feasibility-Studie (1. – 3. Monat)
2. Erstansprache interessierter Betriebe (4. – 6. Monat)
3. Erstellung eines Finanzierungskonzeptes (7. – 8. Monat)
4. Beantragung von Förderungen (9. – 12. Monat)
5. Schrittweise Umsetzung (ab 13. Monat)

Kosten des Projektes

Grundsätzlich sollte sich eine derartige unternehmerische Initiative selbst finanzieren. Das Gutachterteam könnte sich eine finanzielle Förderung der beiden Gemeinden im Ausmaß von rund € 10.000,- (für Vorplanungsmaßnahmen) vorstellen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

beide Radkersburger Gemeinden

3. Zielsetzungen für den Einzelhandel

Ziel 01

Vielfältiger Branchen- und Sortimentsmix

Der Branchen- und Sortimentsmix in Radkersburg entspricht der Struktur eines **pulsierenden regionalen Zentrums** und hebt sich hinsichtlich Qualität und Quantität deutlich von den übrigen Städten und Märkten der Region ab.

Ziel 02

Hauptzielgruppe - „35+“

Als **bewusste Nischenstrategie** gegenüber den Einkaufs- und Fachmarktzentren in Leibnitz, Feldbach und im Grazer Zentralraum konzentriert sich der Radkersburger Einzelhandel auf die Zielgruppe „35+“. Darunter werden jene **(süd-)steirischen Konsumenten** über 35 Jahre verstanden, welche den Einkauf in Facheinzelhandelsgeschäften schätzen, großen Wert auf persönlichen Service, gute Beratung und hohe Bedienungsfreundlichkeit legen und qualitätsbewusst shoppen.

Zusätzlich zu dieser regionalen Kundengruppe wird der **touristische (Nächtigungs-)Gast** besonders umworben. Neben tourismusorientierten, saisonal variablen Öffnungszeiten im Einzelhandel sind auch **Teile des Warensortiments**, speziell im innerstädtischen Kernbereich, auf den Wellness-Gast abgestimmt.

Ziel 03

Neupositionierung als „Einkaufs-, Kultur- und Ausflugsstadt“ im slowenisch-nordkroatischen Raum

Bad Radkersburg ist es gelungen, sich als **qualitätsvolle, charmante und attraktive „Einkaufs- Ausflugs- und Kulturstadt“** im slowenischen-kroatischen Raum neu zu positionieren. Die Radkersburger Unternehmer, insbesondere im Einzelhandel und der Gastronomie, achten auf einen partnerschaftlichen, vom gegenseitigen Respekt getragenen, Umgang mit ihren slowenischen Gästen und Kunden.

Ziel 04

Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Gemäß der Hauptzielgruppendefinitionen richtet der Radkersburger Einzelhandel seine Marketingstrategien neu aus. Im Sinne eines umfassenden „customer relationship marketings“ werden **kontinuierlich innovative Werbeakzente** gesetzt.

Neben der Publikation eines regelmäßig erscheinenden **örtlichen Printwerbemediums** der Radkersburger Wirtschaft werden auch gezielte **Gemeinschaftswerbeinitiativen** im südsteirisch-slowenischen Grenzraum durchgeführt.

Ziel 05

Standortimpulse durch neue Anbieter

Eine Reihe neuer innovativer und kreativer Anbieter schafft wichtige Frequenzimpulse in der Radkersburger Innenstadt und belebt dadurch nachhaltig die bestehende Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiestruktur.

(Schlüssel-)Projekt 12

„Ökokaufhaus Bad Radkersburg“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Standortimpulse durch neue Anbieter

Projektbeschreibung

In der heutigen Zeit nehmen ökologische Produkte in der Gesellschaft einen immer größeren Stellenwert ein. Es sind nicht mehr die wenigen „Öko-Freaks“, welche das Angebot nutzen, sondern immer mehr der Normalverbraucher, welcher auf ökologische Aspekte beim Einkauf achtet. Aus diesem Grund entstanden in den letzten Jahren, vorwiegend in kleineren, deutschen Städten (Überlingen, Moosbach, Bietigheim-Bissingen), ökologische Kaufhäuser bzw. ökologisch ausgerichtete Einkaufszentren. In Anlehnung an diese höchst erfolgreichen Projekte schlägt das Gutachterteam vor, ein bislang in Österreich noch nicht realisiertes Öko-Kaufhaus im Radkersburger Stadtzentrum zu realisieren. Folgende Rahmenfaktoren sollten berücksichtigt werden:

a.) Größe des Objektes

rund 800 – 900 m² Verkaufsfläche

b.) Hauptsortiment

Lebensmittel aus ökologischem Anbau

c.) Nebensortimente

Naturtextilien, Vollholzmöbel, Naturkosmetikprodukte, etc.

d.) Zusatzangebote

Gastronomie; Gesundheitsdienstleister

Als Betreiber würde die CIMA eine Kombination aus interessierten lokalen Landwirten mit entsprechender Unterstützung durch erfahrene Einzelhandelsexperten empfehlen.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (ca. 2 - 4 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Bildung einer lokalen Interessensgruppe (1. – 2. Monat)
2. Entwurf eines Detailkonzeptes samt Feasibility (3. – 5. Monat)
3. Prüfung von Standortalternativen (6. - 7. Monat)
4. Aufstellung eines Finanzierungskonzeptes (8. – 10. Monat)
5. Sicherstellung der Finanzierung/Abklärung - Förderungen (11.–14. Monat)
6. Start der Umsetzungsplanung (ab 15. Monat)

Kosten des Projektes

Auch bei diesem Projekt sollte die beiden Radkersburger Kommunen eine Art „Anschubfinanzierung“ durch Übernahme eines Teils von etwaigen Expertenstudien und –honoraren übernehmen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

beide Radkersburger Gemeinden; Bezirksbauernkammer Radkersburg

Projekt 13

„Kunstmeile“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Standortimpulse durch neue Anbieter

Projektbeschreibung

Das Projekt „Kunstmeile“ beinhaltet die **Ansiedelung** von **mehreren Kunsthandwerkern** samt Atelier bzw. Verkaufsläden in der historischen Innenstadt von Bad Radkersburg.

Der eindeutige „USP“ dieses Projektes liegt in der **Kombination unterschiedlicher, themenorientierter Künstler** (z.B.: Steinhauer, Keramik- und Glaskünstler, Holzschnitzer, etc.) in einer möglichst **räumlichen Einheit** (z.B.: Innenhof, Arkadengang eines Radkersburger Altstadthauses) bzw. in unmittelbarer Nähe zueinander (z.B.: in den Leerflächen der unteren Langgasse).

Ebenso wichtig wie die räumliche Konzentration ist die **zentrale, professionelle Vermarktung** und Bewerbung dieser Radkersburger „Kunstmeile“, insbesondere bei den Nächtigungs- und Tagesgästen der Therme bzw. den Hotels.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurz – bis mittelfristig umsetzbar (ca. 1 1/2 bis 3 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Standortlokalisierung und –abklärung (1.-2. Monat)
2. inhaltliche und wirtschaftliche Konzeption einer „Kunstmeile“ (3.–4. Monat)
3. Abklärung möglicher Förderungen (5.-7. Monat)
4. Kontaktierung einschlägiger Künstler/Kunsthandwerker (8.–12. Monat)
5. Umsetzungsstart/Detailplanung (ab 13. Monat)

Kosten des Projektes

Die Stadt Bad Radkersburg übernimmt die Projektkoordination und ggf. einen Teil der Projektrealisierung. Das Gutachterteam veranschlagt rund € 15.000,-- Vorplanungskosten, welche jedoch größtenteils förderbar sind.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Bad Radkersburg

Projekt 14

„Der Murbote“ (Arbeitstitel)

Unterbereich: Einzelhandel

Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

Zur stärkeren Standortprofilierung von Bad Radkersburg im südsteirisch-slowenischen Grenzraum sollte eine Kundenzeitschrift publiziert werden. In Anlehnung an ähnliche lokale Wirtschaftszeitungen wären folgende Projektfaktoren zu berücksichtigen:

- professionelle Aufmachung und Gestaltung
- vierteljährliche Publikation (zumindest in der Anfangsphase)
- „lesenswerte“ bzw. nutzerorientiert aufbereitete redaktionelle Inhalte über die Stadt bzw. Region
- zweisprachig (deutsch und slowenisch)
- kein Inseraten- bzw. Anzeigen-„Friedhof“

Umsetzungsdauer des Projektes

kurz- bis mittelfristig umsetzbar (zw. 8 Monate bis 1 ½ Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Redaktionelles und finanzielles Detailkonzept (1. – 3. Monat)
2. Festlegung des Aussendegebietes (4. Monat)
3. Suche nach einschlägigen Experten (4. – 5. Monat)
4. Sicherstellung der Finanzierung einer Jahresausgabe (Anzeigenwerbung) (6. – 8. Monat)
5. Start der ersten Ausgabe (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Ohne Vorlage eines redaktionellen und finanziellen Detailkonzeptes können noch keine seriösen Kostenschätzungen vorgenommen werden.

Aus vorliegenden Erfahrungswerten schätzt die CIMA, dass eine vollständige Selbstfinanzierung nur schwer erreichbar ist. Da in dieser lokalen Wirtschaftszeitung jedoch auch gesamtstädtische bzw. regionale Informationen enthalten sind, rät die CIMA der Stadtgemeinde bzw. dem Tourismusverband sich finanziell am Projekt zu beteiligen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Unternehmer der Stadt Bad Radkersburg

Projekt 15

„Vitalcard“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

Unter dem Projektarbeitstitel „Vitalcard“ schlägt die CIMA vor, eine Art „**Vorteilskarte**“ für die einheimische und regionale Bevölkerung sowie für die Kur- und Gesundheitsgäste einzuführen.

Die inhaltlichen Schwerpunkte dieser Kunden- bzw. Gästekarte sollte im Themenbereich „**Handel**“, „**Gastronomie**“ und „**Wellness**“ liegen, wobei dieses Marketinginstrumentarium folgende Vergünstigungen beinhalten könnte:

- Vorteile, Rabatte und Serviceleistungen des Einzelhandels und Dienstleister
- gesundheitsorientierte Dienstleistungen örtlicher Anbieter
- Eintritte in Gesundheitseinrichtungen bzw. der Therme
- Angebote der örtlichen Gastronomie

Neben dem Vorteil einer verstärkten Kundenbindung sowie eines Kunden- und Gästeaustausches zwischen den sich an der Aktion beteiligenden Institutionen und Firmen, können durch die zentrale Erfassung der wichtigsten Stammdaten der Karteninhaber zielgenaue Direct Mailing Aktionen geplant werden. Die technische Umsetzung des Projektes (Karte mit oder ohne Zahlfunktion, Multismarkkartensystem, etc.) hängt von der Anzahl der teilnehmenden Betriebe sowie vom Umfang der angebotenen Leistungen ab.

Gegebenenfalls könnte sich diese „Vitalcard“ auch auf die gesamte Region (z.B.: Einbindung von Halbenrain, Klösch, etc.) ausdehnen.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurz- bis mittelfristig umsetzbar (ca. 1 ½ bis 2 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Abklärung der grundsätzlichen Bereitschaft der Betriebe (1. – 2. Monat)
2. Ausarbeitung eines schlüssigen Detailkonzeptes (3. - 6. Monat)
3. Rückkoppelung mit den Betrieben (7. Monat)
4. Sicherstellung der Basisfinanzierung (8. – 10. Monat)
5. Beauftragung eines Kartenunternehmens und Umsetzungsplanung (11. – 13. Monat)
6. Einführungsmarketingkampagne (14. – 16. Monat)
7. Einführung der Einkaufscard (ab 17. Monat)

Kosten des Projektes

Je nach gewählten System sowie Anzahl der teilnehmenden Betriebe ergeben sich entsprechende hohe Kostendifferenzen. Das zentrale „Vitalcard“-Marketing sollte aus Mitteln des (zukünftigen) Standortmarketingbudgets bestritten werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Tourismusverband Bad Radkersburg; Radkersburger Unternehmer

Projekt 16

„Konzentrierte Gemeinschaftswerbung“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

Ziel ist die **verstärkte, gemeinschaftliche Bewerbung** des Einkaufsstandortes Radkersburg im regionalen Umfeld (Bezirk Radkersburg, Region Pomurje), um mehr Kundenfrequenz aus diesem Raum zu bekommen. Folgende Formen der Gemeinschaftswerbung sollten angewendet werden:

1. Plakatwerbeaktionen

An ausgewählten Standorten im unmittelbaren Einzugsgebiet der Stadt (sowohl auf steirischer als auch auf slowenischer Seite) sollten periodisch großflächige Plakatwerbeaktionen (ca. viertel- bis halbjährlich) geschaltet werden. Der Inhalt dieser Plakatwerbeaktionen sollte in erster Linie den gesamten Wirtschaftsstandort Radkersburg bewerben und auf einer emotionell-gefühlbetonten Werbelinie basieren (weniger spezifische Produkt- und Veranstaltungswerbung).

2. Direktmailings

In Ergänzung zu den großflächigen Plakatwerbeaktionen wäre es angebracht, auch Direct-Mailing-Aktionen in den Einzugsgebieten der Stadt durchzuführen. Im Gegensatz zur allgemeinen Standortwerbung auf den Großplakaten, sollten die Direct Mailings firmenbezogene Werbeinformationen beinhalten, branchenspezifische Schwerpunkte beinhalten und in Form eines A3 – Leoporello-Folders durch die teilnehmenden Unternehmen ausgesandt werden.

Grundsätzlich sollten diese zwei Werbeaktionen bestmöglich aufeinander abgestimmt werden, ein einheitliches Werbedesign aufweisen und den sich beteiligenden Unternehmen als ein gesamtes Werbepaket „verkauft“ werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca 4 - 6 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Grundsätzliche Einigung auf Gemeinschaftswerbeaktivitäten (1. Monat)
2. Einholung von Rahmenofferten (2. Monat)
3. Inhaltliche und graphische Grundkonzeption (3. Monat)
4. Ausfinanzierung der Werbemaßnahmen (4. Monat)
5. Umsetzungsvorbereitung (5. Monat)
6. Start der ersten Massnahmen (ab 6. Monat)

Kosten des Projektes

Plakatwerbeaktionen

Druck eines 16 Bogen-Plakates (vierfärbig)	zw. € 200,-- bis € 300,--
Miete pro Plakatwand und Monat	zw. € 250,-- bis € 400,--
Grunddesignkosten der Plakate pro Sujet	zw. € 1.000,-- bis € 2.500,--

Direktmailings

Auch hier können die Kosten zum gegenwärtigen Zeitpunkt nur sehr schwer angegeben werden, da weder die Form noch die Anzahl der auszusendenden Direct Mailings bekannt ist. Die CIMA würde pro Aussendung (Design, Druck und Porto) ca. € 5.000,-- bis € 10.000,-- veranschlagen.

Die Finanzierung dieser Aktionen sollte partnerschaftlich durch das (zukünftige) Standortmarketingbudget (rund 30 - 50 % der Kosten) sowie der sich an bestimmten Aktionen beteiligenden Unternehmen vorgenommen werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmer

Projekt 17

„Gäste-Gutscheinaktion“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

In den Beherbergungseinrichtungen von Radkersburg sowie den umliegenden Gemeinden (Halbenrain, Klöch, etc.) sollten durch den örtlichen Einzelhandel Gästegutscheinhefte (pro Nächtigungsgast ein Gutscheinheft) ausgegeben werden (Mindestwert pro Unternehmen - mindestens € 5,-). Die Distribution (z.B.: in den Gästeinformationsmappen der einzelnen Beherberger) sollte zentral durch den Tourismusverband Radkersburg erfolgen.

Der Erfolg vergleichbarer Aktionen in anderen Städten (z.B.: Fürstenfeld, Schärding) ist enorm. Durch die hohe Umwegrentabilität (Animation zu weiteren Einkäufen, Kennenlernen des Warenangebotes einer Vielzahl von Geschäften, usw.) amortisieren sich die Kosten dieser Werbung in kürzester Zeit.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 2 - 3 Monaten)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Festlegung der Aussendeintervalle und -zeiten (1. Monat)
2. Abklärung der Teilnahmebereitschaft der Radkersburger Unternehmen (1. Monat)
3. Gestaltung und Verteilung der Gutscheine (2. - 3. Monat)

Kosten des Projektes

Die Kosten der Aktion tendieren, je nach Gestaltungsart, Auflage, etc. zwischen € 3.000,- und € 9.000,-.

Auf Grund von Erfahrungswerten werden je nach Distributionsintensität ca. 25 % - 45 % der Gutscheine eingelöst.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmer

Projekt 18

„Weihnachtsaktion I - Einkaufsglück“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

Alle teilnehmenden Betriebe erhalten „Gewinnlose“ zur Ausgabe an Kunden, die um einen bestimmten Betrag Umsätze tätigen. Der Vergabe der Lose bzw. die Umsatzhöhe kann jeder Unternehmer selbst bestimmen, wobei jedoch eine gewisse Richtlinie vorgegeben wird. Jedes Los gewinnt! Die Gewinne bestehen aus **Preisreduktionen** bzw. **Sachpreisen der teilnehmenden Betriebe** und der **Teilnahme an der Schlussverlosung** eines Hauptpreises. Die von den teilnehmenden Betrieben erworbenen Lose sind **gemischt**. Der Zufall bestimmt somit, in welchem der an dieser Aktion teilnehmenden Betriebe ein Gewinn einzulösen ist (bei zu großen Konkurrenzsituationen kann branchenmäßig segmentiert werden). Dies fördert das **Gemeinschaftsbewusstsein in Radkersburg** und veranlasst den Kunden Unternehmen aufzusuchen (um den Gewinn einzulösen), die bisher nicht oder nur selten frequentiert wurden. Die grundlegende Zielsetzung ist dabei die Schaffung eines **attraktiven Zusatznutzens** bzw. eines Überraschungseffektes für den Kunden, wobei die **gesamte Wertschöpfung** der eingelösten Preise **in der Stadt Radkersburg bleibt**, **Wiederholungskäufe fördert** und somit die **Kundenbindung in der Stadt erhöht!** Weiters bietet sich für die teilnehmenden Unternehmen die Möglichkeit, sich auf dem Gewinnlos (Anzahl der gekauften Lose) **werblich darzustellen** (Innenseite). Auf der Vorderseite ist das **Radkersburg-Logo** plazierte und auf der Rückseite ist die **Werbefläche für jene Firma** vorgesehen, die den **Hauptpreis** für die Verlosung stellt (auf allen Losen). Sogenannte „**Trittbrettfahrer**“ können bei dieser Aktion sehr gut **ausgeschlossen** werden, da die Lose nur bei teilnehmenden Betrieben ausgegeben werden und auch Preise nur dort eingelöst werden können. Teilnehmer bei dieser Aktion können sowohl **Handels-, Dienstleistungs-** als auch **Gastronomie-** und eventuell **Gewerbebetriebe** und **Banken** sein.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 3 - 4 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Planung des Umfangs bzw. der Kosten (1. Monat)
2. Auslotung der Teilnahmebereitschaft der Unternehmen (2. Monat)
3. Vertragliche Fixierung der Teilnehmer/Produktion der Lose (3. Monat)
4. Organisation begleitender Werbemaßnahmen (3. - 5. Monat)

Kosten des Projektes

Die Finanzierung des Projektes erfolgt durch die teilnehmenden Betriebe. Bei einer geplanten **Gesamtauflage von ca. 50.000 Lose** werden insgesamt ca. **50 Tranchen á 1.000 Lose zu einem Preis von ca. € 400,-** abgegeben. Pro Tranche sollten **500 Sachpreise bzw. Preisreduktionen** (gekoppelt an einen Mindestumsatz !) von den Betrieben zur Verfügung gestellt werden. Die restlichen Gewinne bestehen aus Ermäßigungen kommunaler bzw. touristischer Einrichtungen und der Teilnahme an der Schlussverlosung des Hauptpreises.

Die Finanzierung des Projektes sollte durch die teilnehmenden Unternehmen (75 %) sowie aus dem zukünftigen Standortmarketinggrundbudget erfolgen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmer

Projekt 19

„Weihnachtsaktion II – Radkersburg packt ein“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

Eine **optimale Kundenorientierung** sowie eine **herausragende Serviceleistung** wird dem Konsumenten in Radkersburg zu bestimmten Jahreszeiten, z.B.: vor Weihnachten geboten. Alle gekauften Geschenke werden **kostenlos** in ein originell gestaltetes (im Radkersburg-CI) und allen Händlern zur Verfügung stehendes **Weihnachtspapier** eingepackt.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 2 - 3 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Auslotung der Teilnahmebereitschaft der Betriebe und Klärung der Finanzierung (1. Monat)
2. Entwurf und Produktion des Weihnachtspapiers (1. - 2. Monat)
3. Mailing an die Betriebe (2. Monat)
4. Selbstabholung des Weihnachtspapiers (3. Monat)
5. Start des Projektes ab 1. Dezember

Kosten des Projektes

Je nach Umfang der Aktion werden die Kosten für das Weihnachtspapier mit ca. € 6.000,-- bis € 10.000,-- kalkuliert.

An der Aktion teilnehmende Unternehmen sowie das (zukünftige) Standortmarketingbudget sollten sich die Finanzierung der Aktion teilen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmen

Projekt 20

„Frühjahrsaktion I - Glückstelefon“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

In Ergänzung zu den Kundenbindungsaktionen im Advent schlägt die CIMA ein weiteres **Gewinnspiel** im ersten Halbjahr vor.

Neben der Kassenanlage eines jeden teilnehmenden Betriebes wird ein deutlich gekennzeichnetes mobiles „Glückstelefon“ installiert. Ein Call center ruft zu vorher vereinbarten Aktionszeiten (z.B.: Freitag Nachmittag, Samstag Vormittag) per Zufallsprinzip die teilnehmenden Unternehmen mehrmals durch. Jene Kunden erhalten, von den teilnehmenden Unternehmen individuell festgelegte Gratifikationen (z.B.: Preisermäßigungen, Zusatzgeschenke, etc.), welche zum Zeitpunkt des Telefonanrufes sich im Kassensbereich aufhalten bzw. soeben ihre Ware bezahlen.

Als (Sponsoring-)Partner für das „Radkersburger Glückstelefon“ würden sich die verschiedenen Mobil- bzw. Festnetztelefonanbieter anbieten.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 3 - 5 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Auslotung der Teilnahmebereitschaft der Betriebe (1. Monat)
2. Ansprache von Sponsoren (2. Monat)
3. Konzeption der begleitenden Werbemaßnahmen (3. Monat)
4. Start der Aktion (4. Monat)

Kosten des Projektes

Der Kostenrahmen für das „Radkersburger Glückstelefon“ wird mit ca. € 8.000,-- bis € 10.000,-- veranschlagt.

An der Aktion teilnehmende Unternehmen sowie das (zukünftige) Standortmarketingbudget sollten sich die Finanzierung der Aktion im Ausmaß von 70:30 teilen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmen

Projekt 21

„Frühjahrsaktion II – Shopping-Night“

Unterbereich: Einzelhandel

Projektzielsetzung: Neuausrichtung der Marketingaktivitäten

Projektbeschreibung

Als zweite Frühling- bzw. ggf. auch Sommeraktion wird die Veranstaltung einer „Shopping Night“ in der Bad Radkersburger Innenstadt vorgeschlagen.

Diese Aktion sollte folgende Charakteristika aufweisen:

- Offenhalten der Geschäfte bis 22.00 Uhr
- attraktives Rahmenbegleitprogramm am Stadtplatz
- betriebsindividuelle Zusatzprogramme in den jeweiligen Geschäften
- starker Miteinbezug der Gastronomie in die Aktion

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 5 - 6 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Auslotung der Teilnahmebereitschaft der Betriebe (1. Monat)
2. Planung des zentralen Rahmenprogramms (2. – 3. Monat)
3. Konzeption der begleitenden Werbemaßnahmen (3. Monat)
4. Konzeption der betriebsindividuellen Programme und gegenseitige Abstimmung (3. – 4. Monat)
5. Sicherstellung der Finanzierung (5. Monat)
4. Start der Bewerbung (ab Ende des 5. Monat)

Kosten des Projektes

Der Kostenrahmen für die „Shopping Night“ wird mit ca. € 9.000,-- veranschlagt.

An der Aktion teilnehmende Unternehmen sowie das (zukünftige) Standortmarketingbudget sollten sich die Finanzierung der Aktion im Ausmaß von 50:50 teilen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmen

Projekt 22

„Stadtmarketing-Akademie“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: vielfältiger Branchen- und Sortimentsmix

Projektbeschreibung

Im Zuge der Branchenmixanalyse in Radkersburg stellte die CIMA fest, dass bei vielen Firmen **dringender Handlungsbedarf** besteht, das eigene Verkaufsumfeld (Sortimente, Ladenbau, Schaufenster-gestaltung, Beleuchtung, etc.) zu modernisieren bzw. einer eingehenden Untersuchung zu unterziehen. Da es jedoch meist schwierig ist, angestammten Unternehmern die Notwendigkeit von betrieblichen Veränderungs- und Modernisierungsprozessen sofort „schmackhaft“ zu machen, sollten in einem ersten Schritt Gemeinschaftsberatungen organisiert werden. Unter dem Titel „Stadtmarketing-Akademie“ sollen 1x pro Quartal spezielle Schulungen für Unternehmer und Angestellte durchgeführt werden, wobei folgende Themenbereiche durch spezialisierte Berater, erfolgreiche Unternehmer aus anderen Orten bzw. Experten erörtert werden könnten:

- Moderne Ladenbauprogramme
- Warenwirtschaftssysteme
- Einsatz des Internet im eigenen Betrieb
- Testkauf
- Farbgestaltung und -harmonie
- Schaufensterdekorationen
- NLP im Verkauf
- Kundenservice und -orientierung
- Spezielle Shop-Konzepte
- uvm.

Die mehrstündigen Schulungen sollten an einem Samstag-Nachmittag erfolgen, wobei ein gemeinsames „Event“ jeweils den Abschluss der Gemeinschaftsberatung bildet.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 2 - 4 Monaten)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Erhebung des Beratungsbedarfes (1. Monat)
2. Sicherstellung der Finanzierung (2. Monat)
3. Auswahl geeigneter Berater (3. Monat)
4. Ansprache der Unternehmen bzw. Start der Schulungen (ab 4. Monat)

Kosten des Projektes

Auf Grund einschlägiger Erfahrungswerte schätzt die CIMA den Finanzierungsaufwand (4 Veranstaltungen pro Jahr + abschließendes gemeinsames „Event“) auf ca. € 4.000,-- bis € 6.000,--. Die Finanzierung sollte durch das Standortmarketing, durch Förderungen (WIFI, bfi) sowie durch die Teilnehmer der Veranstaltung erfolgen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Unternehmen

Projekt 23

„Infotainment im Kurbezirk“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Zielgruppe „Wellnessgast“

Projektbeschreibung

Im frequenzstarken Kurbezirk sind nur **sehr vereinzelt** und zumeist **einzelbetriebsbezogene** Hinweise, Informationen und Schaukästen über das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot von Bad Radkersburg angebracht. Um vor allem die Tagesbesucher stärker auf das bestehende Angebot hinzuweisen, empfiehlt das Gutachterteam eine Reihe von, **schrittweise zu realisierenden**, „Infotainment“-Projekten in der Parktherme bzw. ausgewählten größeren Hotels:

- Errichtung einer **Informationstafel** über das Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsangebot in Bad Radkersburg im zentralen Eingangsbereich der Parktherme
- Auflage von informativ gestalteten **„Einkaufsführern“ in Printform** in den Ruhe- und Liegehallen der Parktherme sowie den Hotels (z.B.: in der Gästemappe); im Falle der Projektrealisierung des „Murboten“ sollte auch diese lokale Wirtschaftszeitung breit in den oben genannten Räumen gestreut werden
- entsprechend gestaltete **Fotogalerie** über die Radkerburger Innenstadt, samt Darstellung des Einzelhandelsangebotes an verschiedenen Standorten in den Hotels (z.B.: Zimmergänge, Aufzüge, Foyer) sowie der Parktherme
- Informationen über Radkersburg auf einer **LCD-Anzeige** bzw. **Großbildschirmen** in der Parktherme (z.B.: im Gastronomiebereich)

Umsetzungsdauer des Projektes

kurz- bis mittelfristig umsetzbar (ca. 6 Monate und 3 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Kontaktaufnahme mit den Parktherme und Hotels – grundsätzliche Standort- und Bereitschaftsabklärung (1. Monat)
2. Interne Einigung auf erste Infotainmentprojekte (2. Monat)
3. Einholung von einschlägigen Angeboten (3. – 4. Monat)
4. Sicherstellung der Finanzierung (5. Monat)
5. Produktion und Installation der ersten Projekte (ab 6. Monat)

Kosten des Projektes

Wie bereits an obiger Stelle erwähnt, sollte die Umsetzung der einzelnen „Infotainment-Projekte“ schrittweise erfolgen. Je nach gewählter Variante sowie Ausgestaltung fallen unterschiedlich hohe Kosten, welche zum gegenwärtigen Zeitpunkt jedoch noch nicht genau angegeben werden können.

Richtpreise:

Infotafeln (Design, Produktion und Installation)	zw. € 2.000,--	bis	€ 10.000,--
Einkaufsführer in Printform	zw. € 4.000,--	bis	€ 12.000,--
Fotogalerie	zw. € 2.500,--	bis	€ 4.500,--
LCD-Anzeigen, Großbildschirme (Anmietung pro Jahr, Produktion der Werbespots)	zw. € 3.000,--	bis	€ 10.000,--/J.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Betriebe

Projekt 24

„Zweisprachige Geschäftsauszeichnungen“

Unterbereich: Einzelhandel
Projektzielsetzung: Neupositionierung als Einkaufs-, Kultur- und Ausflugsstadt in Slowenien

Projektbeschreibung

Die bevölkerungsreiche slowenische Region „Pomurje“ (3x so hohe Einwohnerzahl wie Bezirk Bad Radkersburg) zählt, aus Sicht des Gutachterteams, zu den **wichtigen „Hoffungsmärkten“** für den Bad Radkersburger Einzelhandel. Die dominierende Position als „Einkaufsstadt“, welche Radkersburg in den 60er, 70er und teilweise auch noch in den 80er Jahren im nordslowenischen Raum hatte, ist kaum mehr vorhanden. Da rüber hinaus zeigten die Ergebnisse der Haushaltsbefragungen (im Herbst 2001) in der Region „Pomurje“ eine **deutliche Unzufriedenheit** über das Serviceverhalten, die Auskunftsbereitschaft sowie Kundenbetreuung der Radkersburger Betriebe (Einzelhandel und Gastronomie) gegenüber slowenischen Konsumenten. Als eine der ersten (süd-)steirischen Städte schlägt daher die CIMA folgende **slowenisch orientierte „Kundenbindungsmaßnahmen“** vor:

- Werbemaßnahmen und –aktionen auch in slowenischer Sprache
- slowenische Begrüßungsschilder in den Geschäftseingangsportalen
- Waren- und Auslagenbeschilderung in deutscher und slowenischer Sprache
- slowenische Speisekarten in der Gastronomie
- Begrüßungstransparent bzw. Schild in deutscher und slowenischer Sprache am Grenzübergang Radkersburg-Gornja Radgona

Um eine möglichst einheitliche und sprachlich einwandfreie Übersetzung zu gewährleisten, sollte ein fachkundiger Dolmetscher für alle Radkersburger Betriebe die Erstübersetzung vornehmen, in weiterer Folge ein einschlägiges „Begriffshandbuch“ ausarbeiten und allen städtischen Unternehmen zur Verfügung stellen.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 6 bis 8 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Abklärung über Projektbeteiligung der Wirtschaftsbetriebe (1. Monat)
2. Feinkonzeption/-design der Maßnahmen (2. Monat)
3. Suche nach einem geeigneten Dolmetscher (3. Monat)
4. Sicherstellung der Finanzierung/ev. Förderbeantragung (4. Monat)
5. Start der Projektumsetzung (ab 6. Monat)

Kosten des Projektes

Die betrieblichen Umstellungskosten für die zweisprachige Geschäftsauszeichnung sollte jedes Unternehmen selbst tragen. Aus dem allgemeinen (zukünftigen) Standortmarketingbudget könnten die Übersetzungskosten, Designkosten sowie allfällige gesamtstädtische Werbemittel (z.B.: Begrüßungstransparent, etc.) übernommen werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Radkersburger Betriebe

4. Zielsetzungen im Tourismus

Ziel 01

Der (Gesundheits-)Tourismus als tragende Säule der Wirtschaftspolitik

Der Tourismus, insbesondere der Wellness- und Gesundheitsbereich, stellt in Radkersburg eine **tragende Säule** der **wirtschaftlichen Prosperität** dar. Aus diesem Grund orientieren sich alle wichtigen stadtplanerischen, verkehrstechnischen und infrastrukturellen Projekte vorrangig am weiteren **qualitativen Ausbau** des Tourismus, der **Parktherme** sowie der Sport- und Freizeitinfrastruktur (z.B.: Sporthalle).

Ziel 02

Ansiedelung weiterer Hotelleitbetriebe

Die kommunalen Entscheidungsträger von Radkersburg koordinieren und initiieren die Ansiedelung weiterer **größerer Leitbetriebe** mit entsprechenden Beherbergungskapazitäten. Mit diesen Standortmaßnahmen wird mittelfristig das örtliche Nächtigungs- und somit **Besucherpotenzial** der Parktherme erhöht sowie die (wirtschaftliche) Abhängigkeit von Tagestouristen reduziert. Aus **sozialer, ökologischer** und **ökonomischer** Sicht wird ein maximales Qualitäts-Bettenpotenzial von „**je einem Bett pro zwei Einwohner vor Ort**“ angestrebt.

Ziel 03

Neue innovative Gesundheitsangebote

Im Hinblick auf neu entstehende steirische Thermenangebote (Köflach, Leibnitz, Fohnsdorf) sowie zur weiteren Standortprofilierung gegenüber den bisherigen regionalen Mitbewerbern (Blumau, Loipersdorf, Lutzmannsburg, Stegersbach, Waltersdorf, etc.) setzt Bad Radkersburg auf **neuartige, innovative** und **seriöse Wellness-, Therapie- und Behandlungsformen**.

Ziel 04

Zielgruppe – aktiver Wellnessgast 30+

Das Radkersburger Tourismusmarketing, **integriert** in eine neue örtliche Tourismus- und Standortmarketing GmbH, setzt eindeutige **Marketingschwerpunkte** bei den Zielgruppen der „aktiv, erholungssuchenden Wellnessurlauber“. Die vorhandenen Potenziale in den Bereichen „**Gesundheit**“, „**Natur**“, „**Kultur**“ sowie „**Wein**“ werden **gesamtheitlich** in den **Kernmärkten** „Österreich“, „Süddeutschland“ sowie „Norditalien“ vermarktet.

Ziel 05

Aktivierung und Motivation der örtlichen Tourismusunternehmer

Ein nachhaltig, erfolgreiches touristische Marketing hängt entscheidend von den örtlichen Gastwirten, Hoteliers und Privatzimmervermietern ab. Die permanente Aktivierung dieser **endogenen Potentiale** zählt, unabhängig von zu realisierenden weiteren Großprojekten, zu den Kernaufgaben der örtlichen Tourismus- und Standortmarketingorganisation.

Ziel 06

Verstärkte Diversifizierung und Qualifizierung des gastronomischen Angebots

Die Radkersburger Gastronomie, insbesondere im **innerstädtischen Kernbereich**, bietet sowohl den einheimischen und regionalen Gästen als auch den Gesundheitsurlaubern ein **facettenreiches, vielfältiges Angebot** für jeden Geschmack. Ein besonderes Merkmal der Radkersburger Restaurants, Buschenschanken und Lokale besteht in der Verwendung von regionaltypischen Produkten sowie in ihrer Gesundheitsorientierung („gesunde Küche“).

Neben den Qualifizierungsmaßnahmen für bestehende Anbieter bemüht sich Bad Radkersburg auch um **neue interessante, spezialisierte Gastronomieanbieter**.

Ziel 07**Mur als zusätzlicher touristischer Attraktivitätsfaktor**

Die **Fluß-** und **Aulandschaft** der **Mur** soll stärker in die touristischen Aktivitäten der Stadt einbezogen werden, wobei ökologischen und naturschutzrechtlichen Gesichtspunkten der eindeutige Vorrang vor wirtschaftlichen Überlegungen eingeräumt wird.

Ziel 08**Verstärkte touristische Nutzung der Potenziale im historischen Stadtkern**

Die touristische Weiterentwicklung von Radkersburg soll sich nicht nur auf den Kurbezirk beschränken, sondern auch den historischen Altstadt kern umfassen. Als vorrangiges touristisches Entwicklungsprojekt wird daher das **Konzept** des „**albergo difuso**“ unterstützt.

Ziel 09**Zusammenarbeit mit dem regionalen Umfeld**

Die Zusammenarbeit mit dem regionalen steirischen und slowenischen Umfeld ist projekt- und themenbezogen.

(Schlüssel-)Projekt 25

„Masterplan - Hotelentwicklung“

Unterbereich: **Tourismus**
Projektzielsetzung: **Ansiedlung weiterer Hotelbetriebe**

Projektbeschreibung

Vor allem im Hinblick auf die neu entstehenden regionalen, aber auch überregionalen Konkurrenzangebote (z.B.: Therme Laa in Niederösterreich; Therme Längenfeld in Tirol) kann eine positive mittel- bis langfristige Weiterentwicklung des touristischen Standortes „Radkersburg“, vor allem der Parktherme, nur durch zusätzliche Qualitätsbetten sichergestellt werden. Das Gutachterteam der CIMA empfiehlt daher den beiden Radkersburger Gemeinden, **aktive Impulse** für weitere Hotelansiedlungen zu setzen. Als **erster Initiativschritt** wäre es daher notwendig, einen „Hotel-Masterplan“ zu entwickeln, welche folgende Rahmen abklären sollte:

- Generelle (wirtschaftliche) Sinnhaftigkeit weiterer Hotels
- kommunale und regionale Wertschöpfung
- Betriebswirtschaftliche Mindest- bzw. Höchstbettenanzahl
- Ausrichtung bzw. Qualitätstyp der Hotels
- Zielgruppendefinition
- optimale Standorte
- Betreiberkonzept
- Vorschläge für zielgerichtete Investoren- und Betreibermarketingstrategien

Neben externen Experten sollte an der Erstellung des „Hotel-Masterplanes“ unbedingt auch eine **Arbeitsgruppe**, bestehend aus örtlichen Hotelmanagern und Touristikern, mitwirken.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 8 bis 12 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Grundsatzentscheidung von seiten der beiden Kommunen (1. Monat)
2. Sicherstellung der Finanzierung des Masterplanes (2. – 3. Monat)
3. Bildung einer lokalen Arbeitsgruppe (4. Monat)
4. Projektausschreibung (4. – 5. Monat)
5. Beauftragung (5. Monat)
6. Erstellung des Masterplanes (6. – 8. Monat)
6. Ergebnisanalyse/Entscheidung über weiteres Vorgehen (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Die Kosten für eine derartigen Masterplan liegen bei etwa € 15.000,-- bis € 30.000,--. Neben (üblichen) Landesförderungen für eine derartige Untersuchung käme, dem Beispiel anderer Projekte folgend, auch eine Kofinanzierung von interessierten örtlichen Bankinstituten in Frage. Der finanzielle Aufwand der beiden Kommunen sollte sich daher in einem Ausmaß von ca. € 8.000,-- bewegen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

beide Radkersburger Gemeinden

(Schlüssel-)Projekt 26

„TCM-Gesundheitsstraße“

Unterbereich: **Tourismus**
Projektzielsetzung: **neue innovative Hotelleitbetriebe**

Projektbeschreibung

Die traditionelle chinesische Medizin (TCM) ist in den letzten 10- 15 Jahren enorm populär in deutschsprachigen Raum geworden. Nach der anfänglich stark ausgeprägten Skepsis gegenüber den Behandlungsmethoden, entstanden nach und nach einige interessante und bestens ausgelastete Projekte (z.B.: TCM - Sanatorium Kötzing, TCM - Tagesklinik Bad Füssing, etc.).

Aufgrund des, in Österreich noch überschaubaren Angebots bei gleichzeitiger hoher Nachfrage, schlägt die CIMA vor, ein **TCM - Tagesambulatorium** in Bad Radkersburg einzurichten.

Unter einem **einheitlichen „Betreiberdach“** sollte diese „TCM - Gesundheitsstraße“ Privatpatienten verschiedene **TCM - Behandlungspraktiken** (z.B.: Tuina, Phyto, Akupunktur, uvm.) anbieten.

Als Standort für diese Einrichtung würde sich beispielsweise der Kurbezirk in Frage kommen. Da mit einem Flächenbedarf von rund 1000 – 1500 m² gerechnet wird, könnten jedoch auch andere Objekte im Stadtzentrum in Betracht gezogen werden.

Die Stadt Bad Radkersburg sollte hier die Rolle eines aktiven Initiators (weitere Verfeinerung der Projektidee, Ansprache von Betreibern, etc.) übernehmen.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (ca. 2 bis 3 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Opportunity-Study – Abklärung der grundsätzlichen Umsetzbarkeit (1.–2. Monat)
2. Aufnahme von ersten Kontakten mit geeigneten TCM-Experten (3. - 6. Monat)
3. Abklärung von möglichen Standorten (7. – 9. Monat)
4. Start der Umsetzungsplanung (ab 10. Monat)

Kosten des Projektes

Da eine derartige „TCM - Gesundheitsstraße“ in erster Linie aus privaten Mitteln zu finanzieren ist, würden für die Stadt Bad Radkersburg keine direkten Kosten erwachsen. Die Kommune könnte jedoch einige Initiativaufwände übernehmen (ggf. Analysekosten für Opportunity - Studie, zeitliche Ressourcenaufwendungen).

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

(Schlüssel-)Projekt 27

„Albergo difuso-Projekt“

Unterbereich: **Tourismus**

Projektzielsetzung: **verstärkte touristische Nutzung der Potenziale im hist. Stadtkern**

Projektbeschreibung

Das „albergo difuso“-Konzept wird seit Jahren in den italienischen Regionen Toskana, Piemont und Venetien erfolgreich praktiziert wird. Dahinter verbirgt sich folgende Projektidee:

- Schaffung von **Qualitätsappartements/-zimmern** (ab **+), vornehmlich in Häusern historischer Stadtkerne bzw. alten (Bauern-)Höfen in ländlichen Gebieten
- **zentrales Management** folgender Leistungen für Hausbesitzer bzw. Vermieter dieser Appartements
 - Incoming, Gästevermittlung
 - örtliche Schlüsselübergabe, Welcomeservice, etc.
 - Marketing
 - Zimmerservice und –reinigung
 - Frühstücksservice und Verpflegung (zumeist in Kooperation mit nahe gelegenen Restaurants und Gasthöfen)
 - Abrechnung und Bezahlung

In den Arbeitskreisen „Tourismus“ und „Stadtgestaltung“ wurde über dieses Konzept länger diskutiert und grundsätzlich für umsetzbar befunden. Die CIMA greift daher diesen Vorschlag auf und empfiehlt die **Realisierung** dieses **altstadtfördernden** bzw. **-erhaltenden** Konzeptes.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (ca. 2 bis 3 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. vor-Ort-Besichtigung ähnlicher Projekte in Italien (1. Monat)
2. Ausarbeitung eines, Radkersburg-spezifischen Detailmodells (2 – 5. Monat)
3. Erstansprache interessierter Radkersburger Hausbesitzer (6. Monat)
4. Gründung einer Projektumsetzungsgruppe (7. Monat)
5. Start der Detailumsetzungsplanung (ab 8. Monat)

Kosten des Projektes

Grundsätzlich sollte sich dieses Projekt langfristig selbst rechnen. Die Stadt Bad Radkersburg bzw. der Tourismusverband können hier die Rolle des Projektinitiators übernehmen und ggf. Vorstudien, Expertenhonoreare abdecken, wobei die Kosten zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch nicht genau fixierbar sind.

Bei Realisierung des Projektes könnte die (zukünftige) Tourismus- und Standortmarketing GmbH die Rolle der zentralen Managementeinheit übernehmen und sich somit teilweise selbst finanzieren.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg; Tourismusverband

(Schlüssel-)Projekt 28

„Qualifizierungsoffensive“

Unterbereich: **Tourismus**

Projektzielsetzung: **Aktivierung und Motivation der örtlichen Tourismusunternehmer**

Projektbeschreibung

Zielsetzung dieses Gemeinschaftsprojektes ist die weitere Qualifizierung der örtlichen Tourismusunternehmer sowie die Initiierung von Investitionen in bestehende bzw. neu zu schaffende betriebliche Soft- und Hardware. Diese touristische Qualifizierungsoffensive sollte in **zwei parallel verlaufenden Schritten** erfolgen:

Schritt 1 „Einzelbetriebliche Ebene“

- Analyse der innerbetrieblichen Strukturen bei den Gastronomie- und Privatzimmervermietern
- Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen
- Neustrukturierung des innerbetrieblichen Marketings
- Entwicklung von abgestuften Kosten- und Finanzierungsplänen

Schwerpunktmäßig sollte bei den Betrieben auch die „**Gesundheitskompetenz**“ untersucht und in weiterer Folge durch ein Bündel von kleineren Maßnahmen (z.B.: Gesundheitsmatratzen in den Zimmern, elektroentstörte Zimmer, Gesundheitsbibliothek, gesunde Frühstückszutaten, uvm.) ausgebaut werden. Unter Kostendegressionsaspekten sollte zumindest fünf Betriebe gleichzeitig diese einzelbetriebliche Beratung in Anspruch nehmen.

Schritt 2 „Verbundschulungen“

- gemeinsame Workshops zur zwischenbetrieblichen Abstimmung und Kooperation
- tourismusspezifische Marketingseminare (z.B.: Gästebetreuung, Incoming, etc.)

Aufgabe der (zukünftigen) Tourismus- und Standortmarketing GmbH ist es, diese Qualifizierungsoffensive im Detail zu planen, entsprechend erfahrene Berater zu engagieren und örtliche Tourismusunternehmer zu sensibilisieren, sich an diesem Weiterbildungsprogramm zu beteiligen.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 6 bis 8 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Festlegung der Beratungs- und Schulungsinhalte (1. Monat)
2. Ansprache geeigneter Berater/Einholung von Angeboten (2. – 3. Monat)
3. Ansprache von interessierten Tourismusunternehmern (4. Monat)
4. Start der Beratungen (3. - 6. Monat)

Kosten des Projektes

Ohne genaue Anzahl der sich beteiligenden Betriebe sowie des Beratungsaufwandes können keine seriösen Kostenschätzungen vorgenommen werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Tourismusverband

Projekt 29

„Der gesunde Teller“

Unterbereich: **Tourismus**

Projektzielsetzung: **Aktivierung und Motivation der örtlichen Tourismusunternehmer**

Projektbeschreibung

Die Gastronomieanalyse der CIMA hat ergeben, dass, im Gegensatz zu vielen anderen österreichischen Kur- und Gesundheitsorten, die Speisekarten der örtlichen Restaurants, Gasthöfe und Wirtschaftshäuser kaum über „**gesunde Speisen**“ verfügen.

Im Hinblick auf die **gesamtheitliche Positionierung** von Bad Radkersburg als „**vitales Gesundheits- und Wellnessstandort**“, müsste die örtliche Gastronomie in Zukunft eine **stärkere „Gesundheitsorientierung“** aufweisen.

Unter dem Projekttitel „**Der gesunde Teller**“ sollten daher die örtlichen Gastronomiebetriebe in ihren Speisekarten zumindest 4-5 Gerichte bzw. Menüvorschläge aufnehmen, welche den Kriterien einer „gesunden Küche“ entsprechen. Diese Aktion sollte durch eine zentrale Werbekampagne entsprechend in der Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 4 bis 5 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Ansprache interessierter Gastronomen (1. Monat)
2. Ansprache von Ernährungswissenschaftler (2. Monat)
3. Organisation von einschlägigen Weiterbildungskursen für die örtliche Gastronomie (3. Monat)
4. Planung der Werbemaßnahmen (4. Monat)
5. Start der Aktion (ab 5. Monat)

Kosten des Projektes

Aus dem Tourismusverbandbudget sollte die begleitende Werbekampagne und gegebenenfalls bestimmte Expertenonorare finanziert werden. Die CIMA rechnet mit Kosten im Ausmaß von rund € 6.000,- bis € 10.000 Euro.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Tourismusverband

Projekt 30

„Literaturcafe“

Unterbereich: **Tourismus**

Projektzielsetzung: **verstärkte Diversifizierung und Qualifizierung des gastr. Angebots**

Projektbeschreibung

Ein wesentlicher Kritikpunkt der Gäste-, Bürger- aber auch Unternehmerbefragungen in Radkersburg war das **Fehlen** eines **attraktiven „klassischen Kaffeehauses“** im innerstädtischen Kernbereich der steirischen Bezirksstadt.

In Anlehnung an ein äußerst erfolgreiches Projekt in einer „Kurstadt“ ähnlicher Größe und Struktur (Bad Ems in Rheinland-Pfalz) wird die Ansiedelung eines **„Literatur- und Kulturcafes“** in Bad Radkersburg vorgeschlagen.

Diese neue Einrichtung sollte nicht nur als „klassisches Wiener Kaffeehaus“ (besonderer Wunsch der befragten Wellnessurlauber) geführt werden, sondern auch über eine Art **„Literaturecke“** verfügen, in welcher man sich Bücher ausleihen, aber auch kaufen kann. Das Projekt „Literaturcafe“ könnte auch als synergetischer Bestandteil des Projektes 13 („Kunstmeile“) umgesetzt werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 10 bis 12 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Prüfung von möglichen Standortalternativen (1. – 2. Monat)
2. Suche nach geeigneten Unternehmern (3. – 8. Monat)
3. Start der Projektrealisierung (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Aus Gründen der Kostenminimierung empfiehlt die CIMA, dieses Projekt gemeinsam mit der Verwirklichung der „Kunstmeile“ bzw. des „Aktiven Standortmarketings/Leerflächenmanagement“ anzugehen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 31

„Virtuelles Museum der Radkersburger Geschichte“

Unterbereich: **Tourismus**
Projektzielsetzung: **verstärkte touristische Nutzung der Potenziale im hist. Stadtkern**

Projektbeschreibung

Die Museumskonzepte „alter, konventioneller Prägung“ waren in der Vergangenheit auf die vornehmlich statische Zurschaustellung der Exponate sowie der „biedereren“ Ansprache der jeweiligen Interessen- bzw. Zielgruppe ausgerichtet.

Viele Museen, Ausstellungshallen und Kunstquartiere, welche in den letzten Jahren eröffnet wurden, gehen neue, zumeist sehr erfolgreiche Wege. Durch die Verwendung der **neuen Kommunikations- und Informationstechnologien**, der interaktiven Einbindung der Besucher sowie der Schaffung einer attraktiven Rahmeninfrastruktur in und vor den Museen (Restaurant-, Cafe-, Shopbereiche) werden „Begegnungsstätten“ geschaffen, die ein breites Publikum anziehen.

Die CIMA empfiehlt daher die Schaffung eines „Virtuellen Museums der Radkersburger Geschichte“. Unter Einbezug der neuesten Entwicklungen im Bereich der dreidimensionalen Computergraphik und -technik sollten virtuelle, teilweise interaktiv erlebbare, Erlebniswelten zu folgenden Themenbereichen dargestellt werden:

- mittelalterliches Handelszentrum
- Türken-, Haiducken- und Kuruzzenkriege
- K.u.K. - Garnisonsstadt
- etc.

Zusätzlich zur inhaltlichen Darstellung wären gastronomische („Schenke“) und einzelhandels-spezifische Einrichtungen (Souvenirshop mit „Radkersburg-Artikel“) denkbar. Als Standort für dieses Museum käme das bereits existierende **Museum im alten Zeughaus** oder der **Aquila-Hof** in Frage.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittel- bis langfristig umsetzbar (zw. 2 - 5 Jahre)

Erste Projektschritte

1. Standortsuche und (Vor-)Auswahl (1. - 2. Monat)
2. Zusammenstellung eines Projektteams, Kontaktierung von Experten (3. - 5. Monat)
3. Erarbeitung einer Projektstudie (6. - 12. Monat)

Kosten des Projektes

Die Kosten können erst nach Vorlage der Projektstudie ermittelt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Bad Radkersburg, Tourismusverband

Projekt 32

„Touristisches Naturraumkonzept Mur“

Unterbereich: **Tourismus**

Projektzielsetzung: **Mur als zusätzlicher touristischer Attraktivitätsfaktor**

Projektbeschreibung

Im Rahmen der „Zukunftswerkstatt“ sowie verschiedener Arbeitskreise wurde immer wieder der Wunsch vorgetragen, die Mur bzw. die Fluss- und Aulandschaft stärker touristisch zu nutzen.

In einem ersten Schritt wird daher empfohlen, ein touristisches Naturraumkonzept zu erstellen, welches die Möglichkeiten und Potenziale aus touristischer und ökologischer Sicht durchleuchtet. Das Gutachten kann dann in weiterer Folge als effektive und fundierte Entscheidungsgrundlage für weitere Umsetzungsschritte dienen.

Die Erstellung dieses touristischen Naturraumkonzeptes könnte entweder durch ein Team, bestehend aus Landschaftsplanern, Flussökologen und Touristikern bewerkstelligt werden, oder durch ein universitäres Institut (z.B.: Landschaftsplanung an der Universität für Bodenkultur in Wien).

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 5 bis 6 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Interne Abklärung des Projektes (1. Monat)
2. Suche nach geeigneten Experten (2. Monat)
3. Angebotserstellung (3. Monat)
4. Beauftragung (4. Monat)
5. Erstellung des Konzeptes (ab 5. Monat)

Kosten des Projektes

Je nach zu beauftragenden Experten bzw. Umfang der Untersuchung variieren die Kosten zwischen € 8.000,-- bis € 15.000,--.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Bad Radkersburg, Tourismusverband

Projekt 33

„Radterminal“

Unterbereich: **Tourismus**
Projektzielsetzung: **Infrastrukturausbau**

Projektbeschreibung

Der Radtourismus hat in den letzten Jahren enorm zugenommen und gehört zu den (noch immer) boomenden Tourismussparten. Auf Grund der guten regionalen und überregionalen Radwege-Infrastruktur bzw. -anbindung sollte Radkersburg weitere (infrastrukturelle) Akzente im Radtourismus setzen.

Ein Projekt, welches die Aufenthaltsdauer und -qualität der Radtouristen vor Ort wesentlich verlängert bzw. verbessert, wäre der Bau eines größeren Radterminals im innerstädtischen Bereich. Folgende Infrastruktur käme in Betracht:

- sichere , überdachte Radabstellplätze
- technische Hilfsmittel und Werkzeuge für einfache Reparaturen
- Wasch- und Säuberungsmöglichkeiten
- Infotafel
- „Regenschutz-Bekleidungs“-Automat (Abgabe von einfachem Regenschutz gegen Bezahlung)
- etc.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 4 - 10 Monate)

Projektvorgehensweise/ idealtypischer Zeitplan

1. Begutachtung unterschiedlicher Radterminalsysteme (1. Monat)
2. Abklärung der Adaptierungsmöglichkeiten (2. - 3. Monat)
3. Installierung der Anlage (3. - 4. Monat)
4. Hinweisbeschilderung auf diese Anlage entlang des Radweges (4. Monat)

Kosten des Projektes

Je nach System und gewähltem Standort ergeben sich enorme Kostenunterschiede. Daher wäre es zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch verfrüht, exakte Kostenschätzungen anzugeben.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Tourismusverband

Projekt 34

„Infotafeln bei geschlossenen Gastronomiebetrieben“

Unterbereich: **Tourismus**
Projektzielsetzung: **Aktivierung und Motivation des gastronomischen Angebots**

Projektbeschreibung

Die (Detail-)Maßnahme „Info-Tafeln bei geschlossenen Gastronomiebetrieben“ zielt einerseits darauf ab, die **Kommunikation** und **Zusammenarbeit** zwischen den Radkersburger Wirten zu verbessern, andererseits den Besuchern möglichst **rasch** einen **Überblick** über die offenen „kulinarischen Einrichtungen“ in Radkersburg zu **geben**.

Geschlossene Gastronomiebetriebe sollten an übersichtlicher Stelle ein **Informationsschild** (Ortsplan mit eingezeichneten „geöffneten“ Unternehmen) anbringen. Ähnlich wie beim „Apothekerdienstsystem“ soll dem Gast, der sich vor einem geschlossenen Gastronomiebetrieb befindet, mitgeteilt werden, wie er auf dem schnellsten Wege zu einem offenen Restaurant, Cafe oder Gasthaus kommt.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 2 und 3 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Info-Mailing an alle Gastronomiebetriebe (1. Monat)
2. Entwurf, Design und Produktion der Tafeln (2. Monat)
3. Ausgabe und Installierung der Tafeln (3. Monat)

Kosten des Projektes

€ 500,-- bis € 1.000,--

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Tourismusverband

IV.

Ziele und Massnahmen

STADTGESTALTUNG/ RAUMPLANUNG/ VERKEHR

1. Zielsetzungen im Bereich der Stadtgestaltung

Ziel 01

„Lebendige“ Altstadt

Die Altstadt von Bad Radkersburg ist der **zentrale gesamtstädtische Identifikationspunkt** und präsentiert sich als „**lebendiger**“ **Wirtschafts-, Wohn- und Aufenthalts-** sowie **Lebensraum** für die Bürger und Gäste der Stadt.

Die politischen Entscheidungsträger, die Unternehmer und Hausbesitzer der Altstadt bekennen sich eindeutig zur **Erhaltung** der **historischen Bausubstanz**. Das Verhältnis zwischen Bundesdenkmalamt sowie den lokalen Akteuren beruht auf einem **kooperativen Verhältnis** mit gemeinsam festgelegten Richtlinien.

Ziel 02

Innovative Altstadtgestaltung

Im Zuge der wirtschaftlichen und kulturellen Altstadterhaltung sowie -sanierung setzt die Stadtgemeinde **innovative Akzente**, welche sich auch auf weite **Teile** des **Stadtgrabens** beziehen.

Ziel 03

Altstadteigentum verpflichtet

Im Hinblick auf das historische und baustrukturelle Erbe von Bad Radkersburg als wichtigem Alleinstellungsmerkmal sollen Fassaden und Substanz in Eigentümerversantwortung **zeitgemäß saniert** werden und **funktionsfähig** (z.B. durch Schaffung marktfähiger Geschäftsflächen, neue Wohneinheiten) bleiben. Die Stadt unterstützt Erhaltungsvorhaben und Flächenbereinigungen im Rahmen der Stadtsanierung mit Beratung und - soweit vorhanden - Finanzierungs- und Förderzuschüssen.

Ziel 04

Einheitliche Gestaltung des öffentlichen Altstadttraums

Eine **einheitliche Gestaltung und Möblierung** des öffentlichen Raumes schafft optische Anreize und bietet in Anlehnung an die historische Bausubstanz die Chance der Schaffung eines individuellen Stadtbildes. Eine Gestaltungsrichtlinie soll für alle Maßnahmen, die ins Stadtbild eingreifen, klare Vorgaben enthalten, seien es öffentliche (z.B. Schaffung von Sitzbänken, Abfallbehältern, Straßenbeleuchtung) oder private (z.B. Außenbestuhlung der Gastronomie).

2. Zielsetzungen im Bereich der Raumplanung

Ziel 01

Keine Neuerschließung von Geschäftsarealen am Stadtrand

Beide Radkersburger Gemeinden verpflichten sich, **keine neuen Gewerbegebiete** am **Stadtrand** bzw. **entlang der B69** (im Abschnitt „Halbenrain bis ÖAMTC-Kreuzung“) für Einzelhandelsbetriebe zu erschließen. Die noch verfügbaren Flächen auf den bestehenden und bereits gewidmeten Flächen sollen sukzessive aufgefüllt werden.

Ziel 02

Kampagne „Wohnen in Radkersburg“

Zur Steigerung der Wohnbevölkerung bzw. zur gleichzeitigen Verringerung der hohen Pendlerquote initiiert Bad Radkersburg eine „**Wohnkampagne**“ und motiviert Hausbesitzer in der Altstadt, **attraktive Wohneinheiten** zu schaffen.

3. Zielsetzungen im Bereich des Verkehrs

Ziel 01

Ausbau der regionalen Verkehrsinfrastruktur

Der weitere Ausbau der regionalen steirischen Verkehrsinfrastruktur, insbesondere im Straßenbereich, ist ein **permanentes Anliegen** von Bad Radkersburg, welche dabei von **allen Gemeinden des Bezirks** unterstützt wird. Besonderes Augenmerk wird dabei auf den „**Korridor 5-Verkehrsplan**“ gelegt, um frühzeitig etwaige Mehrbelastungen durch einen steigenden LKW-Verkehr begegnen zu können.

Ziel 02

Schnelle Anbindung an neue slowenische Autobahnverbindung

Im Rahmen einer sich verstärkenden Zusammenarbeit mit der slowenischen Nachbarregion „Pomurje“ trachtet Bad Radkersburg, gemeinsam mit den slowenischen Städten Gornja Radgona sowie Radenci auf eine **schnelle und leistungsfähige Straßenverkehrsanbindung** zur neuen slowenischen Autobahn.

Ziel 03

Einheitliche Parkplatzregelung im Kurbezirk

Im Kurbezirk von Bad Radkersburg wurde eine **einheitliche Parkplatzregelung** für Hotelgäste, Tagesbesucher der Therme sowie Tourismusmitarbeiter eingeführt. Der örtliche Bebauungsplan sieht weiters vor, dass bei jedem Hotelneu- und -ausbau entsprechende **Tiefgaragenplätze** geschaffen werden.

Ziel 04

Förderung des öffentlichen, städtischen Nahverkehrs

Das Angebot im öffentlichen, städtischen Nahverkehr wird **bedarfsgerecht** ausgebaut. Nach dem Beitritt Sloweniens zur EU wird auch eine **Verbindung nach Gornja Radgona** angestrebt.

Antriebe mit **alternativer Energienutzung** werden entsprechend der Positionierung als vitaler Gesundheitsstandort gezielt genutzt

(Schlüssel-)Projekt 35

„Altstadtüberdachung“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr
Projektzielsetzung: innovative Stadtgestaltung

Projektbeschreibung

In den letzten Jahren wurde in zahlreichen österreichischen Städten (z.B.: Villach, Braunau, Köflach, Wels, etc.) innerstädtische Überdachungsprojekte, unterschiedlicher architektonischer Gestaltung und Ausrichtung angedacht. Das bislang einzig realisierte Projekt in St. Veit an der Glan übertraf nicht nur die gestalterischen Erwartungen der örtlichen Entscheidungsträger, sondern führte auch zu einer **erkennbaren und nachhaltigen wirtschaftlichen Belebung** des Innenstadtkerns.

Nach eingehender Begutachtung der städtebaulichen Strukturen von Bad Radkersburg empfiehlt das Gutachterteam eine Überdachung der Innenstadt in **Teilbereichen** der **Langgasse** (vor allem im oberen und mittlern Abschnitt).

Da ein derartiges Projekt sicherlich nicht sofort auf ungeteilte Zustimmung stoßen wird, sollte eine **sehr sensible Vorgangsweise** gewählt werden. Als erster genereller Planungsschritt wäre daher eine grundlegende Machbarkeitsüberprüfung durchzuführen, an welcher sich anschließend alle weiteren Umsetzungsschritte orientieren können.

Umsetzungsdauer des Projekte

mittel- bis langfristig umsetzbar (ca. 4 bis 7 Jahre)

Erste Projektschritte

1. Grundsätzliche Debatte innerhalb der Stadtgremien (1. – 2. Monat)
2. Vorgespräche mit Stadtplanern, Denkmalamt, Architekten (3. - 4. Monat)
3. Erarbeitung eines gemeinsamen Briefings (5. Monat)
4. Erstellung einer groben Machbarkeitsanalyse (6. – 8. Monat)
5. Diskussion der Ergebnisse und ggf. Einleitung weiterer Schritte (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Für eine grobe Machbarkeitsanalyse sollte ein Betrag von rund € 10.000,-- zur Verfügung gestellt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 36

„Radkersburger Architektursymposium“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr

Projektzielsetzung: „Lebendige“ Altstadt sowie innovative Altstadtgestaltung

Projektbeschreibung

Aufgrund der Ergebnisse eigener Erhebungen und Begutachtungen und zahlreichen Diskussionsbeiträgen in den Arbeitskreisen empfiehlt die CIMA die **Durchführung eines ganzheitlich angelegten Gestaltungswettbewerbes** für die Radkersburger Innenstadt in Form eines „**universitären Architektursymposiums**“.

In Kooperation mit einer einschlägigen Hochschule (z.B.: TU Wien, TU oder LMU München, Hochschule für künstlerische Gestaltung in Linz, etc.) sollten Studenten, unter Aufsicht eines erfahrenen Architektur-Professors, Gestaltungsvorschläge für folgende Bereiche ausarbeiten:

- wirtschaftliche Belebung des Stadtzentrums (ebenerdige Hausfronten)
- Gestaltung einzelner Straßenzüge
- bessere Anbindung Altstadt und Kurbezirk
- Gestaltung des Stadtgrabens
- etc.

Die besten Vorschläge können in weiterer Folge als Orientierungshilfe für „professionelle“ Planungen und Umgestaltungen dienen. Vergleichbare Vorhaben in den Städten Braunau und Ried haben hervorragende Ergebnisse gebracht und wurden in der anschließenden Umgestaltung der zentralen Plätze und Straßen der beiden Städte großteils berücksichtigt.

Umsetzungsdauer des Projekte

kurzfristig umsetzbar (ca. 8 - 12 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Kontaktaufnahme mit einer einschlägigen Universität (1. Monat)
2. Vorgespräche mit zuständigen Lehrpersonal (2. Monat)
3. Erarbeitung eines gemeinsamen Briefings (3. Monat)
4. Durchführung der studentischen Architekturarbeiten (4. – 6. Monat)
5. Prämierung und Ausstellung der besten Arbeiten (7. - 8. Monat)

Kosten des Projektes

Für den „studentischen Gestaltungswettbewerb“ könnten Kosten (Unterkunft, Prämierungen, etc.) im Ausmaß von € 4.000,-- bis € 6.000,-- anfallen

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 37

„Freiluftbühne im Stadtgraben“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr
Projektzielsetzung: innovative Altstadtgestaltung

Projektbeschreibung

Im Zuge der Leitbildworkshops wurde zahlreichen Vorschläge zur Belebung des „Stadtgrabens“ von Bad Radkersburg gemacht (z.B.: Schaffung von Wasserflächen, kulturelle Projekte, Naturerlebnispark, etc.).

Im Zuge der Positionierung als „vitale Gesundheits- und Kulturstadt“ sowie zur Schaffung einer weiteren attraktiven Kulturinfrastruktur schlägt das Gutachterteam den Bau einer **Freiluftbühne** in einem Teilbereich des Stadtgrabens vor.

Diese, in einer Art „Amphitheater“, gehaltene Freiluftbühne könnte für unterschiedliche kulturelle Zwecke genutzt werden (z.B.: Kurkonzerte, Open-Air-Kino, Theateraufführungen, etc.). Auch hier sollte in einem ersten Umsetzungsschritt ein entsprechendes Rahmenkonzept erstellt werden, welches als Grundlage für weitere Planungsschritte dient.

Umsetzungsdauer des Projekte

mittelfristig umsetzbar (ca. 2 bis 4 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Grundsätzliche Debatte über Notwendigkeit einer Freiluftbühne (1. Monat)
2. Standortprüfung der Stadtgrabenareale (2. – 3. Monat)
3. Erstellung einer Machbarkeitsstudie (3. – 5. Monat)
4. Weitere Planungsschritte (4. – 6. Monat)

Erste Projektschritte

Für eine architektonische und wirtschaftliche Rahmenkonzept sollten rund € 15.000,-- veranschlagt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 38

„Architekturlehrpfad“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr
Projektzielsetzung: innovative Altstadtgestaltung

Projektbeschreibung

Ziel ist die Erstellung eines sogenannten „Architekturlehrpfades“ bzw. „historischen Stadtführers“ durch die Radkersburger Innenstadt in drei Teilkomponenten:

- **Internet-Führer**
bereits größtenteils realisiert
- **Haus- und Fassadenbeschilderung**
in Form einer gut sichtbaren Beschilderungen und Erläuterungen historischer Begebenheiten
- **audiovisuelle Stadtführung**
Eine weitere Möglichkeit als Orientierungshilfe wären audio-visuelle Stadtrundgänge, also elektronische Empfangsgeräte zum Ausleihen für verschiedene Stadtrundgänge

Umsetzungsdauer des Projekte

kurzfristig umsetzbar (ca. 6 - 9 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Bestandsaufnahme bzw. -überprüfung (1. – 2. Monat)
2. Entwurf einheitlicher Designs/Aufbereitung der Unterlagen (3. – 5. Monat)
3. Umsetzungsstart (ab 6. Monat)

Kosten des Projektes

Die Kosten können erst nach einer Bestandsaufnahme genau ermittelt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg; Tourismusverband

Projekt 39

„Altstadtschutz-Leitbild“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr
Projektzielsetzung: lebendige Innenstadt

Projektbeschreibung

In der Vergangenheit ist es immer wieder zu Konflikten bzw. Auffassungsunterschieden über den Grad der Schutzwürdigkeit der gesamten Altstadt bzw. einzelner Häuser und Teilkomponenten zwischen den zuständigen Fachexperten des Bundesdenkmalamtes sowie städtischen Vertretern und Hausbesitzern gekommen.

Als, innovative und bis dato nur an sehr wenigen Standorten vorhandene, Konfliktlösung sollte daher ein von allen involvierten Personen **gemeinsam erarbeitetes** sowie **getragenes „Altstadtschutz- bzw. Denkmaleitbild“** ausgearbeitet werden, welches als Orientierungsrichtlinie für alle zukünftigen Gestaltungs- und Umbaumaßnahmen dienen soll.

Umsetzungsdauer des Projekte

kurzfristig umsetzbar (ca. 4 bis 5 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Bildung eines „runden Tisches“ mit allen involvierten Personen (1. Monat)
2. Erarbeitung eines entsprechenden Leitbildes (2. – 3. Monat)
3. Beschlussfassung im Gemeinderat sowie Publikation (ab 4. Monat)

Kosten des Projektes

keine

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 40

„Beleuchtungskonzept“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr
Projektzielsetzung: Entwicklung eines Stadtkerns

Projektbeschreibung

Um Bad Radkersburg im wahrsten Sinne des Wortes „ins rechte Licht“ zu rücken, sollte man die vielseitigen Möglichkeiten der innerstädtischen Beleuchtung nutzen. Zwei Schwerpunkte könnten hier verfolgt werden:

Inszenierung der historischen Bausubstanz durch Einzelbeleuchtung

Historische Bausubstanz oder auch Denkmäler könne durch die passende Anstrahlung wahrlich inszeniert werden. Die Anforderungen an die Beleuchtung sind je nach Gebäude sehr unterschiedlich. Um ein angemessenes Gesamtbild zu erhalten, sollten man einige prinzipielle Forderungen beachten:

- Das jeweilige Gebäude sollte angemessen beleuchtet werden. Vorab sollte überlegt werden, welche Rolle das Gebäude in der gesamten Baustruktur der Stadt einnimmt. Gilt es als ein Wahrzeichen oder als Orientierungspunkt?
- Des Weiteren sollte auf die Akzentuierung geachtet werden. Je nach der Positionierung der Scheinwerfer und der Auswahl der verwendeten Lichtfarbe kann das historische Bauwerk hervorgehoben und Details der Fassade betont werden
- Bei der Anbringung der Beleuchtungskörper sollte mit größter Sorgfalt vorgegangen werden. Diese müssen so unauffällig wie möglich angebracht werden. Dabei ist darauf zu achten, dass die Bewohner nicht gestört werden. Dies kann durch passendes Anbringen der Beleuchtung und Steuerung der Lichtrichtung erreicht werden.

Schaffung eines Netzwerks mit Hilfe von Licht

Bei der Schaffung eines solchen Netzwerks in Bad Radkersburg würde es den einzelnen Straßen und Plätzen helfen, sich als lebendige Standorte zu etablieren.

In einem ersten Schritt sollte ein anerkannter Lichtkünstler ein Grundkonzept erstellen.

Umsetzungsdauer des Projekte

Kurz- bis mittelfristig umsetzbar (ca. 12 Monate und 3 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Kontaktaufnahme mit Lichtkünstler/-experten (1. Monat)
2. eingehende Briefingsgespräche (2. Monat)
3. Erstellung eines Lichtkonzeptes für Bad Radkersburg (3. – 6. Monat)
4. Prüfung der Vorschläge (7. Monat)
5. Finanzierungs- und Umsetzungsplanung (ab 8. Monat)

Kosten des Projektes

Für ein Grundkonzept sollten Kosten im Ausmaß von rund € 8.000,-- veranschlagt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 41

„Citybuslinie“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Verkehr

Projektzielsetzung: Ausbau von öffentlichen Nahverkehrslinien Radkersburg-Laufen

Projektbeschreibung

Zur besseren und schnelleren Anbindung der Radkersburger Innenstadt mit dem Kurbezirk sollte die Installierung einer (privat betriebenen) Citybuslinie in betracht gezogen werden. Nach einem Beitritt Slowenien zur EU könnte diese Linie auch nach Gornja Radgona ausgeweitet werden.

Die Stadt Radkersburg würde bei diesem Projekt die Rolle des „Initiators“ (Ansprache von privaten Bus- und Taxiunternehmen), „Koordinators“ (Routenvorschläge, rechtliche Abklärung) sowie gegebenenfalls auch „Mitfinanziers“ (Betriebszuschüsse) übernehmen.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 5 und 7 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Durchführung einer Potential-/Wirtschaftlichkeitsanalyse (1. – 2. Monat)
2. Ansprache von privaten Busunternehmern (3. – 4. Monat)
3. Einbezug zuständiger Behörde und Abklärung (verkehrs-)rechtlicher Fragen (5. -7. Monate)

Kosten des Projektes

Ohne genaue Potential- und Wirtschaftlichkeitsanalyse sowie dem Vorhandensein eines privaten Interessenten können allfällige Folgekosten für die Gemeinden nicht abgeschätzt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 42

„Parkkonzept im Kurbezirk“

Unterbereich: Stadtgestaltung/Raumplanung/Verkehr
Projektzielsetzung: Entwicklung eines Stadtkerns

Projektbeschreibung

Zur Lösung der strittigen Parkplatzproblematik im Kurbezirk schlägt die CIMA vor, gemeinsam mit den Hotelbetreibern sowie der Parktherme ein schlüssiges Parkkonzept zu erarbeiten.

Umsetzungsdauer des Projekte

kurzfristig umsetzbar (ca. 1 bis 2 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Bildung eines „runden“ Tisches (1. Monat)
2. Erarbeitung eines gemeinsamen Parkkonzeptes (2. Monat)
3. Implementierung der Lösungsvorschläge (ab 3. Monat)

Kosten des Projektes

keine Kosten (abgesehen von noch zu definierenden Lösungsvorhaben)

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

V.
Ziele und Maßnahmen
Lebensraum
Radkersburg

1. Zielsetzungen/Maßnahmen im Kultur- und Sportbereich

Ziel 01

Aktive Kulturpolitik der Stadt

Radkersburgs kulturelle Identität wurzelt in den historisch **gewachsenen, regionalen Gesellschaftsstrukturen**. Getragen wird dieses Bewusstsein durch eine **aktive Kulturpolitik** der beiden Gemeinden, die gemeinsam mit der Wirtschaft, Bildungseinrichtungen und privaten Akteuren ein spezielles Klima fördert, in dem sich ein breites kulturelles Leben entfalten kann.

Ziel 02

Altstadtambiente als Kulisse für innovative Kulturprojekte

Das Altstadtambiente von Bad Radkersburg dient als **attraktive Kulisse** für innovative Kulturprojekte und Events.

Ziel 03

Kunst im öffentlichen (Freizeit-)Raum

Kunst und Kultur wird in Radkersburg nicht nur in festen Gebäuden und Einrichtungen präsentiert, sondern auch **im Freizeit-Raum** der Bürger und Gäste, insbesondere im Stadtgraben, Stadtpark sowie im Kurbezirk.

Ziel 04

Kulturmarketing als Aufgabe des Tourismus- und Standortmarketings

In Radkersburg macht es ein **zeitgemäßes Ankündigungssystem** möglich, daß Kulturinitiativen mit geringstem Aufwand über ihre Veranstaltungen informieren können und der Bevölkerung jederzeit ein Überblick über das aktuelle Kulturangebot geboten wird. Das Radkersburger Tourismus- und Standortmarketing unterstützt die Aktivitäten der einzelnen Kulturvereine.

Ziel 05

Stärkere Zusammenarbeit zwischen den Sportvereinen

Im Sinne eines **aktiven sozialen Gemeindelebens** arbeiten die Sport- und Freizeitvereine beider Gemeinden verstärkt zusammen.

(Schlüssel-)Projekt 43

„Kleinbühnen-Festival“

Unterbereich: Lebensraum
Projektzielsetzung: Altstadtambiente als Kulisse für innovative Kulturprogramme

Projektbeschreibung

Hinter dem Projektarbeitstitel „Kleinbühnenfestival“ verbirgt sich eine der kulturellen „Schlüsselmaßnahmen“ der nächsten Jahre.

In Art und Weise eines (**barocken**) „**comedia dell arte - Festivals**“ sollte dieses Event wie folgt ablaufen:

- jährlich wiederkehrende, zumindest zweitägige Veranstaltung
- Installation von mehreren Kleinbühnen in der Altstadt von Bad Radkersburg (z.B.: Hauptplatz, Murgasse, Aquila-Hof, sonstige Innenhöfe von Altstadthäusern, etc.)
- sich mehrmals am Tag wiederholende Theater-Aufführungen und Darbietungen verschiedener Künstlergruppen
- Publikum „wandert“ im innerstädtischen Bereich von Veranstaltung zu Veranstaltung
- Kulinarisches Rahmenprogramm

Im Hinblick auf mögliche EU-Förderungen sollte das Projekt, gemeinsam mit der slowenischen Nachbarstadt Gornja Radgona geplant bzw. durchgeführt werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 10 und 14 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Ausarbeitung eines Rahmenkonzeptes (1. – 2. Monat)
2. Grundsätzliche Abklärung des Finanzbedarfs (2. Monat)
3. Suche nach Sponsoren und Förderungen (3. – 5. Monat)
4. Ansprache geeigneter Künstlergruppen (6. Monat)
5. Ausarbeitung eines künstlerischen Detailkonzeptes (7. Monat)
6. Start der Umsetzungsplanung (ab 8. Monat)

Kosten des Projektes

Die Kosten können erst nach Vorlage eines Detailkonzeptes sowie der Gespräche mit den Künstlergruppen ermittelt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg; Tourismusverband

Projekt 44

„Kreativ-Werkstatt“

Unterbereich: Lebensraum
Projektzielsetzung: aktive Kulturpolitik

Projektbeschreibung

Unter dem Projekt „Kreativ-Werkstatt“ soll ein von der Stadt und dem Tourismusverband Radkersburg initiiertes, periodisch stattfindendes (alle 2-3 Jahre) Symposium verstanden werden, welches wie folgt ablaufen soll.

- auf Einladung der Stadt sollten mehrere nationale bzw. internationale Künstler und Kulturschaffende für einen bestimmten Zeitraum nach Radkersburg eingeladen werden
- von einem vorher fixierten Schwerpunktthema inspiriert, erstellen diese Künstler, während ihres Aufenthaltes bestimmte Exponate
- kulturinteressierte Bürger und Touristen sollten in Form von Kreativ-Workshops in die Arbeiten eingebunden werden
- die geschaffenen Exponate und Kunstgegenstände werden für einen bestimmten Zeitraum in Radkersburg ausgestellt

Diese Aktion sollte gemeinsam mit dem Kulturreferat des Landes Steiermark sowie privaten Sponsoren durchgeführt werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (zw. 1 ½ und 2 Jahre)

Erste Projektschritte

1. Potentialanalyse vor Ort – Auslotung entsprechender Räumlichkeiten und Ausstellungsstandorte (1. – 2. Monat)
2. Kontaktaufnahme mit Landeskulturreferat (3. Monat)
3. Erarbeitung eines Feinkonzeptes (4. – 7. Monat)
4. Ansprache von Sponsoren (8. – 10. Monat)
5. Ansprache von Künstlern (ab 11. Monat)

Kosten des Projektes

Die stadtspezifischen Kosten können erst nach Vorlage eines Detailkonzeptes sowie der Gespräche mit den zuständigen Landesbehörden sowie Sponsoren abgeschätzt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 45

„Sakraler Kunstweihnachtsmarkt“

Unterbereich: Lebensraum
Projektzielsetzung: aktive Kulturpolitik

Projektbeschreibung

Die CIMA schlägt als Schwerpunkt und gesamtstädtische Profilierungsmaßnahme für die zukünftigen Weihnachtsmärkte das Thema „Sakrale Kunst“ vor. Kunsthandwerker bzw. Ladenbesitzer, welche mit sakralen Kunstgegenständen handeln, sollten an 1-2 Wochenenden im Advent ihre Exponate an Ständen anbieten bzw. Kunstfertigkeiten präsentieren.

Dieser Themenschwerpunkt würde somit die „Produktpalette“ des bisherigen Weihnachtsmarktes entsprechend verbreitern, überregionale Anziehungskraft aufweisen und somit auch die notwendigen Frequenzen für die Gastronomie schaffen.

Um jedoch den Erfolg sicherzustellen, bedarf es einer zielgerichteten, umfassenden regionalen und überregionalen Vermarktung.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zw. 6 Monate und 12 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Potentialanalyse von sakralen Künstlern bzw. Läden im Umfeld (ca. 150 km) von Radkersburg (1. – 2. Monat)
2. Ansprache von potentiellen Künstlern und Anbietern (3. – 4. Monat)
3. Planung der Marketingaktivitäten (5. - 6. Monat)

Kosten des Projektes

Neben erheblichen organisatorischen und zeitlichen Aufwendungen für die Organisation eines derartigen Marktes, veranschlagt die CIMA monetäre Vermarktungskosten im Ausmaß von ca. € 9.000,-, wobei Kosten für (einheitliche) Weihnachtsstände nicht berücksichtigt wurden.

Ein Teil der Kosten sollte sich über Standgebühren refinanzieren lassen.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Tourismusverband

Projekt 46

„Kunst im öffentlichen Raum“

Unterbereich: Kultur
Projektzielsetzung: Kunst im öffentlichen Freizeitraum

Projektbeschreibung

Zur Attraktivierung des Stadtgrabens sowie Teilen der Altstadt und des Kurzbezirks sollten Kunstgegenstände, diverse Plastiken und Skulpturen von regionalen Künstlern temporär aufgestellt werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (ca. 6 bis 8 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Ausarbeitung detaillierter Vorschläge (1. - 2. Monat)
2. Klärung der Standortfragen (3. - 4. Monat)
3. Ansprache geeigneter Künstler (5. - 6. Monat)
4. Finanzierungsüberlegungen (7. - 8. Monat)
5. Durchführung (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Neben der Zahlung von überschaubaren Leihgebühren sowie allfälliger Aufstellungskosten würden noch Versicherungssummen anfallen. Die CIMA schlägt vor, dass die Stadt jährlich einen bestimmten Budgetbetrag für dieses Projekt veranschlagt.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 47

„Veranstaltungsmanagement-Seminar“

Unterbereich: Kultur/Sport

Projektbeschreibung

Aus Erfahrung in der Arbeit mit (ehrenamtlichen) Kultur- und Sportvereinen bei der Umsetzung konkreter Vorhaben weist das Gutachterteam, dass die jeweiligen Vereinsvertreter meist sehr gute Arbeit in der Organisation von Veranstaltungen (z.B.: Referenten-, Künstlersuche; Beschaffung der Infrastruktur, etc.) leisten, jedoch wenig bis keine Erfahrung in der effektiven Vermarktung derartiger „Events“ haben.

Als ein Beitrag zur weiteren Professionalisierung des städtischen Vereins- und Kulturwesens schlägt die CIMA die Abhaltung eines oder mehrerer Seminare zum Thema „Effizientes Veranstaltungsmanagement und -marketing“ vor, an dem grundsätzlich alle interessierten Vorstände der Radkersburger (Kultur- und Sport-)Vereine kostenlos teilnehmen können.

Als Seminarleiter sollte ein erfahrener Veranstaltungs- bzw. Vermarktungsprofi engagiert werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zwischen 2 und 3 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Suche nach einem oder mehreren geeigneter Referenten (1. Monat)
2. Einladung an die Vereine (2. Monat)
3. Abhaltung des Seminars bzw. der Veranstaltungen (3. Monat)

Kosten des Projektes

Je nach Anzahl und Qualität der Referenten sollten Kosten im Ausmaß von ca. € 600,- bis € 1.500,- veranschlagt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 48

„Einheitliche Werbemaßnahmen im Kultur- und Sportbereich“

Unterbereich: Kultur/Sport

Projektbeschreibung

Eine weitere finanzielle und organisatorische Unterstützung für die (ehrenamtlichen) Kultur- und Sportvereine wäre der Druck von einheitlich gestalteten (Implementierung der neuen bzw. abgeänderten CD-Linie) Werbematerialien zur Ankündigung von Veranstaltungen.

Folgende „Werbetools“ sind, aus Sicht der CIMA, sinnvoll:

- Rahmenplakate (= Poster mit einheitlichen Logo und frei verfügbaren Platz für spezifische Ankündigungen) in den Größen A3 und A2
- Rahmen - Flyer im A4 Format bzw. in Leoporello-Form

Die einschlägigen Werbemittel sollten im Rathaus bzw. der zukünftigen Tourismus- und Standortmarketing GmbH gelagert bzw. an interessierte Vereine ausgegeben werden und je nach Themenbereich farblich unterschiedlich gestaltet sein (z.B.: Kultur - braun; Sport - blau)

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zwischen 2 und 3 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Generelle Information der Vereine und Abklärung von deren Interesse (1. Monat)
2. Gestaltung und Druck der Werbemittel (2. Monat)
3. Ausgabe der Werbemittel (ab 3. Monat)

Kosten des Projektes

Je nach Umfang und Ausmaß der „Werbetools“ werden die Gestaltungs- und Druckkosten mit ca. € 1.800,- bis € 2.500,- beziffert.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

2. Zielsetzungen/Maßnahmen im Sozial-/Jugend- und Aus- und Weiterbildungsbereich

Ziel 01

Ausreichende soziale Infrastruktur

Sowohl auf Bezirks- als auch auf kommunaler Ebene achten die politischen Entscheidungsträger auf eine **ausgeglichene, bürgergerechte und bedarfsorientierte soziale Soft- und Hardwareinfrastruktur**.

Ziel 02

Die „jugendfreundliche“ Stadt

In Radkersburg nimmt man sich den Bedürfnissen der Kinder und Jugendlichen an. Entfaltungsmöglichkeiten bietet die Stadt in Form von Aufenthalts- bzw. Kommunikationsräumen und einer **vielfältigen Jugend-Freizeit-Infrastruktur**.

Ziel 03

Jugend integriert in städtische Entscheidungsprozesse

Junge Menschen werden in Radkersburg aktiv in **städtische Entscheidungsprozesse** einbezogen. Die Politik bemüht sich um einen ständigen Dialog mit der Jugend. Die Zusammenarbeit zwischen den Schulen, der Stadt sowie der örtlichen Wirtschaft wird weiter intensiviert. Die Abhaltung gemeinsamer Veranstaltungen sowie die Durchführung von gemeinschaftlichen Projekten sind konkrete Ergebnisse dieser Kooperation.

Ziel 04

Zusätzliche überregionale bedeutsame Aus- und Weiterbildungsinfrastrukturen

In Bad Radkersburg wurden in den letzten Jahre einige bedeutsame Aus- und Weiterbildungsinfrastrukturen mit **überregionaler Anziehungskraft** angesiedelt.

Projekt 49

„Kinderbetreuung“

Unterbereich: Sozialinfrastruktur

Projektbeschreibung

Im Rahmen des Arbeitskreises „Lebensraum“ wurde mehrmals der Wunsch vorgetragen folgende Kinderbetreuungseinrichtungen in Radkersburg einzuführen:

- Nachmittagsbetreuung im Kindergarten
- Kinderbetreuung während der Ferien

Die CIMA schlägt vor, diese Wünsche eingehend zu überprüfen sowie die Bedarfe in der Bevölkerung abzuklären.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zwischen 1 und 2 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Interne Diskussion in den beiden Gemeinden (1. Monat)
2. Bedarfsüberprüfung (2. Monat)
3. Abklärung weiterer Vorgangsweise (ab 3. Monat)

Kosten des Projektes

keine

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

beide Radkersburger Gemeinden

Projekt 50

„Sozialinitiativen-Stammtisch“

Unterbereich: Sozialinfrastruktur

Projektbeschreibung

Grundlegendes Ziel ist es, alle Verantwortlichen von privaten oder öffentlich-rechtlichen Sozialvereinen und -initiativen an einen „Tisch“ zu bringen, um in einer moderierten Gesprächsrunde verschiedene Themen zu erörtern:

- Ist-Erhebung aller Sozialinitiativen und -programme
- Kooperationsmöglichkeiten
- Know-How-Transfer

Dieser regelmäßig tagende Sozialinitiativen-Stammtisch könnte auch Gruppierungen und Initiativen aus dem gesamten Bezirk bzw. in einem weiteren Schritt auch aus der gesamten Südwest-Steiermark umfassen.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zwischen 3 und 4 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Ist-Erhebung aller Sozialinitiativen (1. - 2. Monat)
2. Kontaktaufnahme und Einladung zum Diskussionsforum (3. Monat)
3. Abhaltung des ersten Treffens (4. Monat)

Kosten des Projektes

keine

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadtgemeinde Bad Radkersburg; Bezirkshauptmannschaft

Projekt 51

„Jugendbeirat“

Unterbereich: Jugend

Projektzielsetzung: Jugend integriert in städtische Entscheidungsprozesse

Projektbeschreibung

Eine denkbare Variante zur verstärkten Motivation der städtischen Jugend, sich für ihre eigene Stadt zu engagieren, wäre die Einrichtung eines ständigen „Jugendbeirates“.

Dieses Gremium, zusammengesetzt aus Jugendlichen verschiedener Altersgruppen, sollte sowohl als Beratungs- als auch Gestaltungsbeirat für Jugendbelange fungieren.

Die (Aus-)Wahl der Jugendlichen für den „Jugendbeirat“ könnte in Form einer halb- bzw. ganztägigen Auftaktveranstaltung über die „Bühne“ gehen, in welcher die Jugendlichen nicht nur ihre Vertreter bestimmen, sondern auch (unter fachkundiger Anleitung) gemeinsam einen ersten Jahresaktivitätenplan erstellen.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zwischen 5 und 6 Monate)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Auswahl entsprechender Jugendbetreuer bzw. -experten (1. - 2. Monat)
2. Planung und Abhaltung einer großen Auftaktveranstaltung mit den Jugendlichen und Vorstellung des Projektes (3. - 4. Monat)
3. Abhaltung der Auftaktveranstaltung und Bestimmung des „Jugendbeirates“ (ab 5. Monat)

Kosten des Projektes

Die Vorlaufkosten (Planung/Umsetzung der Auftaktveranstaltung, Expertenkosten, etc.) werden mit € 1.000,-- bis € 2.000 veranschlagt.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 52

„Jugend kreativ“

Unterbereich: Jugend
Projektzielsetzung: jugendfreundliche Stadt

Projektbeschreibung

Unter diesem Arbeitstitel verbirgt sich ein Projekt, welches darauf abzielt, dass örtliche bzw. regionale Künstler verschiedener Ausprägung (Maler, Bildhauer, Literaten, etc.) gemeinsam mit den Jugendlichen künstlerische Aktionen planen und umsetzen.

Vor allem plastische und malerische Ergebnisse dieser gemeinsamen Arbeit könnten auf öffentlichen Plätzen ausgestellt werden oder in Form von interaktiven Workshops an diesen Plätzen gemeinsam erarbeitet werden.

Umsetzungsdauer des Projektes

kurzfristig umsetzbar (zwischen 7 Monate und 1 ½ Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Festlegung der Themenfelder für „Jugend kreativ“ (1. Monat)
2. Auswahl und Ansprache geeigneter städtischer bzw. regionaler Künstler (2. - 4. Monat)
3. Organisatorische Vorbereitungsmaßnahmen (5. - 6. Monat)
4. Start der Aktion (ab 7. Monat)

Kosten des Projektes

Ohne genaue Themenschwerpunkte können hier keine exakten Kosten angegeben werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

Projekt 53

„Steirisch-slowenisches Jugendzentrum“

Unterbereich: Jugend
Projektzielsetzung: jugendfreundliche Stadt

Projektbeschreibung

Die Stadtgemeinde Bad Radkersburg sowie die Nachbarstadt Gornja Radgona treten als Projektträger des ersten steirisch-slowenischen Jugendzentrums auf.

Dieses Kommunikationszentrum sollte einerseits eine „Begegnungs- und Interaktionsstätte“ zwischen steirischen und slowenischen Jugendlichen sein, andererseits auch konkrete grenzüberschreitende Jugendprojekte forcieren.

In einem ersten Schritt wäre folgende Fragen abzuklären:

- generelles Interesse von seiten der Stadt Gornja Radgona
- Überprüfung der (EU-)Förderwürdigkeit des Projektes
- Standortevaluierung

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (zwischen 2 und 3 ½ Jahre)

Erste Projektschritte

1. Kontaktierung von Gornja Radgona (1. Monat)
2. Entwicklung eines gemeinsamen Basiskonzeptes (2. - 4. Monat)
3. Finanzierungsüberlegungen und Förderwürdigkeitsüberprüfung (5. - 8. Monat)
4. Start der konkreten Detailplanung (ab 9. Monat)

Kosten des Projektes

Ohne genaues Basiskonzept können noch keine Kosten veranschlagt werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

(Schlüssel-)Projekt 54

„Fachhochschule für Weinmarketing“

Unterbereich: Aus- und Weiterbildung

Projektbeschreibung

Aufgrund der **Lage inmitten eines Weingebietes** sowie des immer mehr **ansteigenden Bedarfs** an gut ausgebildeten **Weinmarketingexperten** sollte sich Bad Radkersburg um den Standort einer Fachhochschule für „Weinmarketing“ bewerben.

Diese, in Österreich bislang noch nicht vorhandene Einrichtung, würde Bad Radkersburg zu einem entsprechenden **überregionalen Ausbildungszentrum** verhelfen.

Da der österreichische Fachhochschulbeirat nur mehr nach sehr strengen, bedarfsorientierten und wirtschaftlichen Richtlinien weitere Fachhochschulstandorte genehmigt, wäre neben entsprechender **politischer Lobbyingarbeit** auch ein schlüssiges Fachhochschulkonzept auszuarbeiten.

Umsetzungsdauer des Projektes

mittelfristig umsetzbar (zwischen 3 und 5 Jahre)

Projektvorgehensweise/idealtypischer Zeitplan

1. Politische „Erstabklärung“ bei Landesstellen (1. – 3. Monat)
2. Aufbau eines externen „Lobbyforums“ (4. - 7. Monat)
3. Sicherstellung der Finanzierung eines Fachhochschulkonzeptes (8. - 9. Monat)
4. Erstellung eines Fachhochschulkonzeptes (10. – 14. Monat)
5. Planung weiterer Umsetzungsschritte (ab 15. Monat)

Kosten des Projektes

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt können die anfallenden Kosten für die Stadt Bad Radkersburg noch nicht exakt angegeben werden.

Verantwortung für Umsetzung bzw. Projektinitiierung

Stadt Radkersburg

VI.

Weitere Vorschläge

Im Rahmen der verschiedenen Stadtmarketingarbeitskreise wurden zahlreiche weitere Vorschläge von den anwesenden Bürgern und Wirtschaftstreibenden an die CIMA herangetragen. Die nachfolgend angeführten Maßnahmen sind, aus Beratersicht, durchaus brauchbar bzw. ausbaubar und sollten als „Themenspeicher“ für zukünftige Planungen „in Reserve“ gehalten werden.

Themenbereich „Tourismus“

- ganzjährig offene Vinotheken
- Fitnesscenter

Themenbereich „Lebensraum“

- mobile Veranstaltungsbühne
- Kulturinternetcafe
- schwimmende Bühne auf der Mur
- gemeinsame „Sportplattform“ der beiden Gemeinden
- Ansiedelung weiterer Fachärzte, vor allem Kinderarzt und Frauenfacharzt
- gemeindeübergreifender Seniorenbund
- kontinuierliche PR-Arbeit in überregionalen Medien
- mehr Infos auf homepage
- Ansiedelung einer Zweigstelle für physiotherapeutische Akademie
- Gemeindezeitung (überparteilich, regelmäßig)
- Liffasssäule am Hauptplatz