

Informationsunterlage zur Pressekonferenz von **Bürgermeister Klaus Luger**, **Vizebürgermeister Mag. Bernhard Baier**, **KR Manfred Grubauer**, Vorsitzender des Tourismusverbands Linz und **Matthias Wied-Baumgartner**, Obmann des Linzer City Rings, zum Thema **Umsetzung des Projekts „Lebendige City Linz“** am Dienstag, 7. Juli 2020, 10.30 Uhr, im Alten Rathaus, Pressezentrum

Weitere GesprächspartnerInnen:

Dr. Christian Schmid, Finanzdirektor Stadt Linz

Mag.^a Ursula Matthey City-Managerin, LCR

Tourismusedirektor Georg Steiner

Mag.^a Anke Merkl MBA, Geschäftsbereich Finanzen und Wirtschaft.

„Lebendige City Linz“ – Umsetzung startet

Leitstrategien und Schwerpunktmaßnahmen für Aufwertung der Linzer Innenstadt

Im September 2019 initiierten die Stadt Linz gemeinsam mit dem Tourismusverband, Wirtschaftskammer und der Linzer City Ring das Projekt „Lebendige City Linz“. Nach zehn Monaten liegen nun nicht nur fundierte Analyseergebnisse vor, sondern die externen ExpertInnen des beauftragten Standortmarketingunternehmens CIMA Austria erarbeiteten auch umfangreiche Leitstrategien und Schwerpunktmaßnahmen.

Im Rahmen der ersten beiden Projektbausteine wurden nicht nur die aktuell leerstehenden bzw. ungenutzten Geschäftsflächen einer genauen Analyse unterzogen und wesentliche Standortkennzahlen der Linzer Innenstadt in Vergleich zu anderen österreichischen Landeshauptstädten gesetzt, sondern auch mehr als 400 Einzelhandelsbetriebe einem Wettbewerbsfähigkeitscheck unterzogen.

„Das geänderte Kaufverhalten, die zunehmende Digitalisierung und vor allem der Druck durch den wachsenden Online-Versandhandel machen

neue Strategien und Zugänge notwendig, um die Linzer City als Einkaufsstandort weiterhin konkurrenzfähig zu erhalten. Das Projekt der ‚Lebendigen City Linz‘ bietet die Chance, bestehende Stärken zu bündeln und weiterzuentwickeln“, betont Bürgermeister Klaus Luger.

„Linz wird oft unter seinem Wert geschlagen. Ein wesentliches Ziel des Projekts Lebendige City Linz ist es, nach einer eingehenden Analyse mit verschiedenen aufeinander abgestimmten Standortstrategien die Herausforderungen der Zukunft noch besser zu bewältigen. Am Ende dieses Prozesses wird ein City-Management 4.0 im Dialog zwischen der Linzer Stadtpolitik, Wirtschaft und Tourismus stehen, das auf eine allgemeine Aufwertung der Innenstadt abzielt“, fasst Wirtschaftsreferent Vizebürgermeister Mag. Bernhard Baier die Intentionen der „Lebendigen City Linz“ zusammen.

KR Manfred Grubauer, Vorsitzender des Tourismusverbands Linz:

Seitens des Linz Tourismus-Aufsichtsratsvorsitzenden KR Manfred Grubauer wird die Entwicklung begrüßt. Er sieht eine Reihe von Synergieeffekten, wenn die Linz-Kommunikation zwischen den verschiedenen Akteuren abgestimmt und damit wirkungsvoller eingesetzt werden kann. Dabei müssen insbesondere Oberösterreich sowie die angrenzenden Gebiete in Niederbayern, Niederösterreich und Tschechien, wo die PR- und Kommunikationsstrategie für die Einkaufs- und Kulturstadt Linz noch gebündelter eingesetzt werden kann, im Fokus stehen. Gerade die Corona-Auswirkungen erfordern eine neue Konzentration auf den Nahraum. Es geht aber nicht nur um die räumliche Abstimmung, so Grubauer, sondern auch um die inhaltliche Abstimmung der Außenkommunikation von Linz. Dabei sieht er seitens des Tourismusverbandes Linz neben der Innenstadt auch die Region Linz. Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile, so die Einschätzung von Linz Tourismus. Je geschlossener die Linz Region auftritt, so Grubauer, umso größer wird die überregionale Anziehungskraft sein.

„Linz Tourismus wird sich aktiv in die neue Struktur einbringen und sieht in der Bündelung der Kräfte die richtige Strategie, um den starken Handels-, Gastronomie- und Kulturstandort Linz weiter nach vorne zu bringen.“

Matthias Wied-Baumgartner, Obmann des Linzer City Rings:

„Für den Linzer Cityring ist es von großer Bedeutung, dass für die Zukunft noch mehr Wert auf eine engere Zusammenarbeit zwischen Politik, Tourismus und Wirtschaft gelegt wird. Gemeinsame Synergien müssen genützt und verbessert werden, um nach außen hin einen starken gemeinsamen Auftritt für die Linzer Innenstadt zu haben. Jeder Player ist in seinem Kerngebiet ein Spezialist und durch diese Vernetzung sollen auch die Partner profitieren können.“

Linzer City – der „hidden champion“

Die bisher vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die innerstädtischen Kernzonen von Österreichs drittgrößter Stadt, trotz harter Konkurrenz zu peripheren Einkaufs- und Fachmarktzentren im Umland sowie zum Online-Handel eine nach wie vor **sehr hohe** und **dicht besetzte Branchenvielfalt** in den **A-Lagen** aufweisen über **wirtschaftlich stabile** und vor allem **top spezialisierte B-Lagen** verfügen und auch die Zahl der **Leerflächen** in diesen beiden Lagen als **gering** bzw. **überschaubar** einzustufen ist. Um diese starke Marktstellung der Linzer Innenstadt abzusichern sollen nun die **vorhandenen Kräfte gebündelt** und ein **umfassenden City- bzw. Standortmanagement** aufgebaut werden. Dadurch wird die **„Außenpräsenz“** der Linzer Innenstadt sowohl gegenüber den **KonsumentInnen und BesucherInnen** gesteigert, als auch gegenüber potenziell interessanten (expansionswilligen) Unternehmen verbessert werden.

5 Standortstrategien zur Bewältigung der zukünftigen Herausforderungen

Die Linzer Innenstadtwirtschaft sieht sich, nicht nur aufgrund der Auswirkungen der COVID19-Pandemie, zukünftig mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert wie z.B.: weiter stark boomender Online-Einkauf, fortschreitende Digitalisierung im stationären Handel, Rückzug des Einzelhandels aus innerstädtischen Nebenlagen, zunehmende Professionalisierung der Stadt- und Standortmarketingaktivitäten der Mitbewerberstandorte, etc.

Auf diese zukünftigen Herausforderungen setzt das Projekt „Lebendige City Linz“ nun auf insgesamt **fünf Gegenstrategien** mit **12 Schwerpunktmaßnahmen**.

▪ **Standortstrategie 1 – Optimierung der Organisationsstrukturen**

Im Fokus steht die verbesserte Koordination und Synergienutzung zwischen den, grundsätzlich in ihren jeweiligen Kernsegmenten sehr engagierten und aktiven Innenstadt-Akteursgruppen wie z.B.: städtischer Wirtschaftsservice, Innenstadt-wirtschaftsinitiativen (Cityring, IG Altstadt, Linz Labyrinth, Wirte hotspot), Wirtschaftskammer sowie Tourismusverband Linz. Schwerpunktmaßnahmen sind dabei der Aufbau einer gemeinsamen Innenstadtplattform, ein verstärkter, permanenter Dialog mit BewohnerInnen und UnternehmerInnen in den Innenstadt-Quartieren sowie die Verbesserung der Wertschöpfungseffekte diverser Innenstadt-Events für die lokalen Betriebe.

▪ **Standortstrategie 2 – neue Standortdynamik**

Ziel der zweiten Standortstrategie ist es, neue attraktive Betriebe, Betriebs- und Nutzungsformen in den innerstädtischen Kernlagen anzusiedeln sowie HausbesitzerInnen, ProjektentwicklerInnen und MaklerInnen aktive Hilfestellung zu gewähren. Neben der Entwicklung konkreter Standortmarketing-Werbematerialien und einem aktiven „Leitbetriebs“-Standortmarketing sollen auch investitionswillige ImmobilienbesitzerInnen gezielt beraten werden.

▪ **Standortstrategie 3 – digitale Qualifizierung**

Der Linzer City-Einzelhandel hat, im Österreich weiten Vergleich, eine grundsätzlich zufriedenstellende digitale Basiskompetenz (z.B.: hohe Anzahl von eigenen Webshops, starke online-Präsenz, Nutzung von Social-Media-Kanälen, etc.). Aufbauend darauf, setzt die Standortstrategie 3, beispielsweise unter Nutzung vorhandener Förderprogramme der Wirtschaftskammer, auf konkrete Aktivitäten zur weiteren Qualifizierung, insbesondere der inhabergeführten Unternehmen.

▪ **Standortstrategie 4 – Service- und Aufenthaltsqualität**

Der Linzer City-Einzelhandel bietet aktuell beinahe 500 unterschiedliche Service-Leistungen an. Diese hohe betriebliche Serviceorientierung soll, gemeinsam mit weiteren neuen und bestehenden Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität (z.B. zentrale Kinderbetreuung, WLAN, Cityschließfächer, etc.) in Form einer Innenstadt-Serviceagenda zukünftig stärker beworben werden.

▪ Standortstrategie 5 – touristische Kaufkraftsteigerung

Trotz stark ansteigender Nächtigungen in den letzten Jahren sowie vieler interessanter Freizeit- und Kulturangebote in der Innenstadt ist es bislang noch nicht ausreichend gelungen, aus dem vorhandenen Nächtigungs- und Tages-tourismuspotenzial verstärkt Umsätze für den Einzelhandel zu lukrieren. Die Standortstrategie 5 setzt daher auf Schwerpunktaktivitäten, zur Erhöhung der touristischen Kaufkraftabschöpfung sowie zur Positionierung der Linzer Innenstadt als attraktives Tagesausflugsziel in Oberösterreich sowie im niederbay-erisch-niederösterreichischen sowie südböhmischen Grenzraum.

City-Management 4.0

Eine nachhaltig erfolgreiche Innenstadtbelebung bzw. die professionelle Um-setzung von Standortmarketingmaßnahmen ist entscheidend davon abhängig, inwieweit die Betreuungs- und Managementstrukturen vor Ort optimiert sind bzw. sich mit themennahen Institutionen bestmöglich abgestimmt werden. Ge-nau hier setzt nun das Linzer City-Management 4.0 an.

Ziel ist es, in den nächsten Monaten eine **eigenständige Organisationseinheit** mit breiter inhaltlicher und finanzieller Unterstützung seitens der Stadt, des Tourismusverbands, des Linzer Cityrings sowie weiterer Stakeholder gründen. Dieses zukünftige City-Management sollte als zentrale Anlauf- und Umsetzungsstelle („one stop shop“) zur wirtschaftlichen Attraktivierung des Linzer Stadtzentrums agieren und als Ideen- und Impulsgeber sowie gegeben-falls auch Koordinator und Unterstützer für wichtige wirtschaftliche und in diesem Zusammenhang relevante Leitprojekte der Innenstadt auftreten.

Die wesentlichen Vorteile dieser neuen Struktur lassen sich wie folgt zusam-menfassen:

- generelle Professionalisierung des „Außen“-Auftritts und der Standortpositionierung der Linzer Innenstadt im regionalen Ein-zugsgebiet
- effektives Instrument zur proaktiven Steuerung bzw. Weiterent-wicklung der wirtschaftlichen, touristischen und infrastrukturellen Attraktivität der Innenstadt

- Erzeugung von inhaltlichen und ressourcenbezogenen Synergien zwischen Tourismusverband und dem City-Management
- Möglichkeit zur breiten inhaltlichen und finanziellen Einbindung lokaler Leitinstitutionen und Leitbetriebe der Linzer Innenstadt
- rasches und flexibles Reagieren auf unterschiedliche Aufgabenstellungen durch eine professionelle Struktur

Das neue City-Management soll daher die o.a. Standortstrategie in entsprechende operative Themenfelder und Arbeitsbereiche übersetzen und bearbeiten. In den nächsten Monaten werden die maßgeblichen Rahmenbedingungen im Dialog zwischen der Linzer Stadtpolitik und relevanten Stakeholdern präzisiert.