

Maßnahmenplan AG 1 -Einzelhandel, Innenstadt & Immobilien-

Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung (Wer?)	Umsetzungsdauer (A B C)	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung
1 Revitalisierung aller ca. 2.000 m ² Leerstände in der FuZo Kirchengasse in einem Zug	LOI durch textliche Ergänzung (<i>Lex Bruck</i>) in Absatz 5 § 17 NÖ-Raumordnungsgesetz in Wert setzen	-Unterschriftenliste -Gespräche mit Landesregierung	-Task Force -Eigentümer	C	500.000 - 700.000,- € durch die Krocon Holding	
2 Attraktives Wohnungsangebot in der Innenstadt für verschiedene Nutzergruppen	-Bestandserhebung -Gespräche mit den Eigentümern -Gespräche mit Wohnungsbaugenossenschaften	-Zusammenführung von Eigentümern, Architekten & Wohnungsbaugenossenschaften	-Eigentümer -Stadtgemeinde	C		
3 Generierung von attraktiveren, größeren Verkaufsflächen in der FuZo Kirchengasse	-Zusammenlegung von Geschäftsräumen -Nutzung der Obergeschosse	-Gespräche mit Eigentümern	-Eigentümer	C	-Eigentümer	
4 Einheitliche Öffnungszeiten für die Kundschaft	Kernöffnungszeiten als Minimalkonsens festlegen	-Gespräche mit den Geschäftsinhabern	-Werbegemeinschaft -C!TY BRUCK -Eigentümer	A	Nur „manpower“ erforderlich, sonst keine Kosten	
5 Virtuelles Kaufhaus „Innenstadt“	In einem ersten Schritt die FuZo Kirchengasse nach einem Vorbild aus London als 1:1-Straßenzug mit Bildern und Verlinkung zu den Homepages ins Internet stellen	Projekt der C!TY BRUCK in Zusammenarbeit mit einem Webdesigner	-C!TY BRUCK	B		

Maßnahmenplan AG 1 -Einzelhandel, Innenstadt & Immobilien-

Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung (Wer?)	Umsetzungsdauer (A B C)	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung
6 Belebung der FuZo Kirchengasse	Monatlicher Flohmarkt am ersten Samstag des Monats von April - November	-Genehmigung von der Stadtgemeinde -Terminierung in allen bekannten Flohmarktkalendern im Internet -Bekanntmachung in der Presse	-Werbegemeinschaft -C!TY BRUCK	A	Nur „manpower“ erforderlich, sonst keine Kosten	
7 Leerstandsmanagement aus einer Hand	Eingabe aller Leerstände in das System „KOMSI“	-Bestandserhebung	-Gemeinderatsausschuss 5/7, Alexander Petznek -Makler -Stadtgemeinde -Ecoplus -C!TY BRUCK	A	1.560,- €/Jahr durch die Stadtgemeinde in Kooperation mit der C!TY BRUCK	
8 FuZo Kirchengasse durch gezielte Vermietung der Leerstände an Jungdesigner zur „1. Österreichischen Designerstraße“ umgestalten	-Gespräche mit Jungdesignern führen -Gespräche mit Eigentümern führen -Sponsoren suchen	Projektmanager von der C!TY BRUCK mit Unterstützung einer Task Force	-Projektmanager von der C!TY BRUCK -Task Force	B	-Eigentümer müssen bereit sein, ein 3-Stufenmodell für drei Jahre mitzutragen (1,- €/m ² - 3,- €/m ² - 5,- €/m ²), dann kann sich die C!TY BRUCK ebenfalls mit einem 3-Stufenmodell für	

Maßnahmenplan AG 1 -Einzelhandel, Innenstadt & Immobilien-

Ziel der Maßnahme <i>(Was wollen wir erreichen?)</i>	Maßnahme <i>(Was ist zu tun?)</i>	Umsetzung <i>(Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)</i>	Verantwortung <i>(Wer?)</i>	Umsetzungsdauer <i>(A B C)</i>	Finanzierung <i>(Wer bezahlt was?)</i>	Bepunktung
					drei Jahre einbringen (100 % - 66 % - 33 %), maximal jedoch 25.000,- €/Jahr	
9 Kundenbindung verbessern	Kundenbindungskarte einführen	-Anschreiben, Informationsveranstaltung, Einschulung	-Werbegemeinschaft -KUBID Systems -CITY BRUCK	A	-650,- € netto einmalig je Betrieb -27,- bis 32,- € monatlich je Betrieb -NAFES-Förderung mgl.	
10 Besucherfrequenz bei Veranstaltungen erhöhen	Mehrsprachige Bewerbung von großen Veranstaltungen an der A 4	-Gespräch mit der Werbegemeinschaft suchen -Zu bewerbende Veranstaltungen festlegen -Antragstellung bei der ASFINAG	-Werbegemeinschaft -CITY BRUCK	A	-Werbegemeinschaft -756,- €/Woche pro Transparent zzgl. 220,- € Gebühr	
11 Besucherfrequenz bei Veranstaltungen erhöhen	Mehrsprachige Bewerbung von großen Veranstaltungen in ungarischen & slowakischen Printmedien	-Gespräch mit der Werbegemeinschaft suchen -Zu bewerbende Veranstaltungen festlegen	-Werbegemeinschaft -CITY BRUCK	A	-Werbegemeinschaft	

Maßnahmenplan AG 1 -Einzelhandel, Innenstadt & Immobilien-

Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung (Wer?)	Umsetzungsdauer (A B C)	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung
12 Ortseingänge als Informationspunkt (<i>Erstkontakt</i>) nutzen	Große Transparenttraversen (3 x 5m) an den fünf Haupteinfallstraßen installieren	Detailplanungen seitens der Stadtgemeinde	-Stadtgemeinde -Werbegemeinschaft -CITY BRUCK	B	Je 1.470,- € inkl. MwSt.	
13 Qualitätssteigerung der Außendarstellung	Schaufensterwettbewerb	-Gespräch mit der Werbegemeinschaft suchen -Eckpunkte festsetzen	-Werbegemeinschaft -CITY BRUCK	A	Neben den Werbungskosten ist nur „manpower“ erforderlich, sonst keine Kosten	
14 Qualitätssteigerung im Service	Service-Oskar	-Gespräch mit der Werbegemeinschaft suchen -Eckpunkte festsetzen	-Werbegemeinschaft -CITY BRUCK	A	Neben den Werbungskosten ist nur „manpower“ erforderlich, sonst keine Kosten	
15 Frequenzsteigerung in der FuZo Kirchengasse	Einrichtung eines „offenen Bücherschranks“ in einer Vitrine in der FuZo Kirchengasse	-Angebote einholen -Buchpaten finden	CITY BRUCK	A	-CITY BRUCK -1.544,- € inkl. MwSt.	
16 Sauberkeit in der Innenstadt verbessern	Aschenbecheraufsätze im Zigarettendesign für die bestehenden Mistkübel anschaffen	-Angebote sichten -Auswahl treffen	Stadtgemeinde	A	-Stadtgemeinde -100,- € pro Stück	

Maßnahmenplan AG 1 -Einzelhandel, Innenstadt & Immobilien-

A => kurzfristige Umsetzungsdauer, noch in 2012 möglich

B => mittelfristige Umsetzungsdauer, ab 2013

C => langfristige Umsetzungsdauer, ab 2013/2014

Low Budget-Maßnahmen

NAFES?

Maßnahmenplan AG 1 -Einzelhandel, Innenstadt & Immobilien-