

St. Lorenzen im Mürztal 2030

Ortskernbelebung mit Bürgerbeteiligung



Zukunftsprofil und Maßnahmen (2. Fassung)

Dezember 2019

cima.

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck **Ried(A)**

CIMA Beratung + Management GmbH
Johannesgasse 8 4910 Ried i. I.

T +43-7752-71117-0

F +43-7752-71117-17

cima@cima.co.at

www.cima.co.at

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Bearbeitungsteam



Stefan Lettner

Geschäftsführender Gesellschafter der CIMA Austria
lettner@cima.co.at



Melissa Brunner

Beraterin CIMA Austria
brunner@cima.co.at



Edith Obermayr

Beraterin CIMA Austria
obermayr@cima.co.at



Andreas Lettner

Architekt Manzl-Ritsch-Sandner
CIMA-Partner
andreas.lettner@le-ander.at

Kontaktadresse des Prozessbegleiters:

CIMA Beratung + Management GmbH
Johannesgasse 8
A-4910 Ried im Innkreis

Tel.: 0043-(0)7752-71117

Fax: 0043-(0)7752-71117-17

Email: cima@cima.co.at

web: cima@cima.co.at

Auftraggeber:

Marktgemeinde St. Lorenzen
Hauptstraße 4
A-8642 St. Lorenzen im Mürztal

Veröffentlichungen bzw. Vervielfältigungen eines Teiles oder der ganzen Studie bedürfen der Zustimmung des Auftraggebers sowie des Verfassers. Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird im gesamten Bericht auf eine geschlechtsneutrale Formulierung verzichtet.

©

CIMA Beratung + Management GmbH

Dezember 2019

I. Vorbemerkungen

Ausgangssituation und Zielsetzungen

Nach einem Auswahlverfahren wurde die CIMA GmbH. im April 2019 mit der Prozessbegleitung des Ortskernbelebungsprozesses in St. Lorenzen beauftragt. Der Prozess ist ganzheitlich angelegt worden, um **gemeinsam mit der Bevölkerung** einen **Masterplan** für die künftige Entwicklung des Ortszentrums zu erstellen und auch „zu leben“. Die intensive Einbindung der Entscheidungsträger und Bewohner ist dabei eine zentrale Voraussetzung für die Erzeugung einer „Aufbruchstimmung“, die wiederum Grundlage für die tatsächliche Umsetzung von Projekten ist.

Mit folgenden Fragestellungen wurden die Zielsetzungen am Beginn der Initiative umrissen:

- Wie kann die **Aufenthalts- und Verweilqualität** im Ortszentrum verbessert werden? Stichworte: Ortsplatzgestaltung, Begegnungszone, Verkehrsberuhigung, Aktions- und Treffpunkte
- Wie kann das **Konsum- und Dienstleistungsangebot** im Ort gehalten bzw. verbessert werden? Stichworte: Leerflächenmanagement, Gemeinschaftsaktionen, Bewusstseinsbildung
- Welche **sonstigen Frequenz-generierenden Nutzungen** gibt es, die ins Ortszentrum zu integrieren bzw. zu halten sind? Stichworte: Öffentliche Einrichtungen, Schulen, Kindergärten, Ärzte, Freizeiteinrichtungen
- Was bringt **temporär Frequenz** ins Ortszentrum? Stichworte: Veranstaltungen, Events, Marketing- und Kundenbindungsmaßnahmen
- Welche Möglichkeiten gibt es, den Ort nachhaltig **besser zu vermarkten bzw. zu beleben**? Stichwort: professionelles Ortsmarketing
- Wie können auch **private Aktivitäten** besser unterstützt werden? Stichwort: lokale bzw. regionale Kooperationen

Vorgehensweise und Prozessablauf

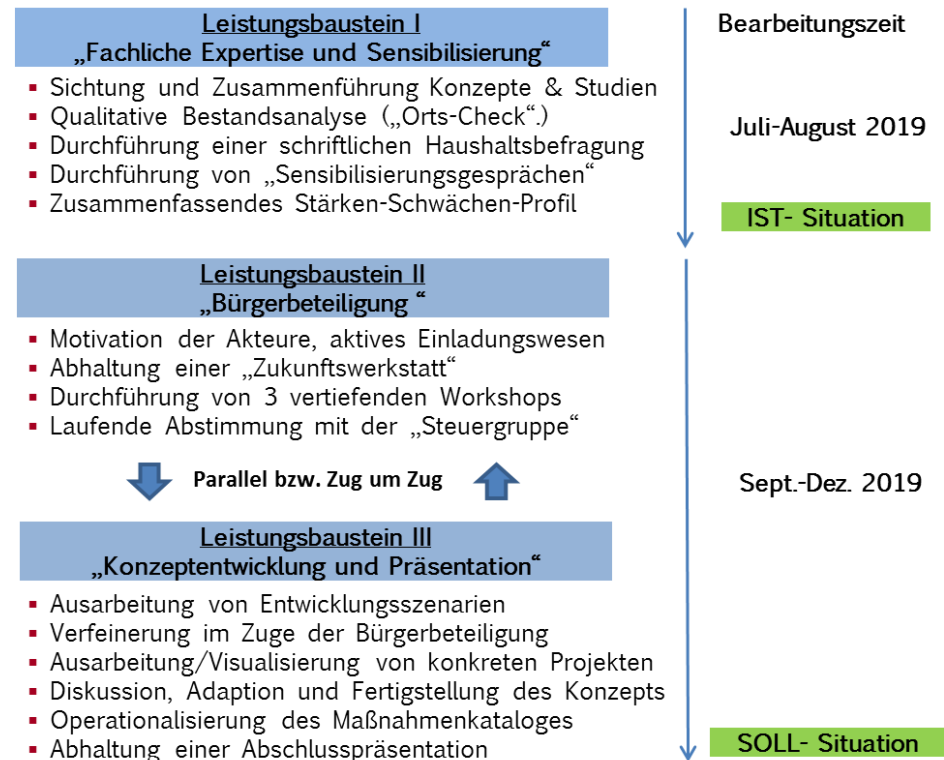
Das auf 8 Monate angelegte Projekt war in **drei Projektphasen** gegliedert und wurde von einer **14-köpfigen Steuergruppe** begleitet bzw. koordiniert.

Folgende Personen wirkten in der Steuergruppe mit:

Bgm Ing. Alois Doppelhofer
DI Friedrich Valesi
Ing. Peter Schupfer
Harald Höfler
Mag. Phil. Margit Schörkmayer
Lambert Hölzl
Herbert Kraut
Brigitte Steinkellner-Albert
Mag. Theol. Herbert Kernstock
Bernhard Huber
2. Vizebgm Gervin Barihofer
Georg Steiner
Richard Thomüller
Christian Stebegg

Herzlichen Dank für das Engagement in dieser Gruppe!

Die erste Phase stand ganz im Zeichen einer bewusst schlank gehaltenen **fachlichen Expertise**, einer umfassenden Sensibilisierung der Betroffenen sowie einer schriftlichen Bürgerbefragung.



Neben der Auswertung verschiedener **sekundärstatistischer Kennzahlen** sowie der Durchführung eines „Orts-Checks“ wurden auch **Gespräche** mit 13 örtlichen Entscheidungsträgern geführt, um die Befindlichkeiten und Entwicklungsperspektiven für den Ort auszuloten.

Im Rahmen der Bürgerbefragung wurden 1.490 Haushalte mit jeweils zwei Fragebögen angeschrieben. Insgesamt gingen gewaltige **642 Fragebögen** gültig in die Auswertung ein, was einem **Rücklauf von 43 %** (bezogen auf die Haushaltsanzahl) entspricht. Die Befragung kann als hoch repräsentativ angesehen werden und ist in einer eigenen Dokumentation aufbereitet.

Mit der „Zukunftswerkstatt St. Lorenzen“ begann die wichtige Phase der **BürgerInnenbeteiligung**. In insgesamt vier Veranstaltungen waren die Bürgerinnen und Bürger von St. Lorenzen aufgerufen, sich aktiv in die Ortsentwicklung einzubringen.

Neben der Festlegung von **Zielen und Strategien** stand vor allem die Diskussion von **konkreten Maßnahmen und Projekten** im Mittelpunkt dieser Projektphase. Die Workshops fanden zu folgenden Terminen statt:

- Auftaktveranstaltung „Zukunftswerkstatt“ am 17. September 2019
- Workshop 1 („Nahversorgung“) am 1. Oktober 2019
- Workshop 2 („Ortsgestaltung“) am 22. Oktober 2019
- Workshop 3 („Ortsleben“) am 12. November 2019

Im Verlauf bzw. im Anschluss an die Veranstaltungen wurden das hier vorliegende Zukunftsprofil sowie der Maßnahmenkatalog verfasst.

Die Stimmung in den öffentlichen Veranstaltungen war positiv und konstruktiv. Im Rahmen der Bürgerbeteiligung haben insgesamt rund **110 Personen** mitgearbeitet. **Herzlichen Dank** für die Unterstützung!

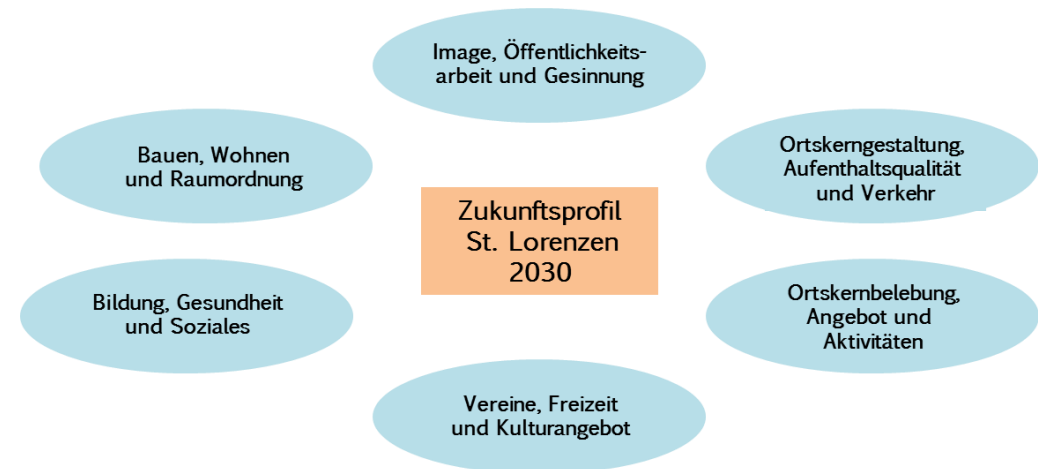


Erklärungen zum Zukunftsprofil

Um Missverständnissen vorzubeugen, sind die **Grundsätze und Prinzipien**, nach denen das Zukunftsprofil erstellt wurde, nachfolgend beschrieben:

- Das Zukunftsprofil dient dazu, **Prioritäten und Ziele** einer Gemeinde bewusst zu formulieren. Anders ausgedrückt, es beschreibt die übergeordneten Ziele und das, was einer Gemeinde und ihrer Bevölkerung wirklich wichtig ist.
- Das Zukunftsprofil spiegelt den wünschenswerten **Sollzustand** in St. Lorenzen im Jahr 2030 wider. Die Formulierungen sind zum Teil in Gegenwartsform gehalten – der Leser hat sich gedanklich ins Jahr 2030 zu versetzen!
- Das Zukunftsprofil wirkt wie eine Art “geistige Leinwand”, an der man sich orientieren kann. Es hat **visionären Charakter**, darf aber nicht unrealistisch sein. Die Ziele müssen - wenn auch langfristig - erreicht werden können. Damit bietet es einerseits Orientierung im Tagesgeschäft und dient andererseits als Wegweiser für richtungsweisende Entscheidungen in der Gemeinde.
- Das Zukunftsprofil muss lesbar sein! Die Formulierungen sind daher **positiv, nachvollziehbar und knapp** gehalten.
- Zum Zukunftsprofil gehört zwingend ein **Projektekatalog**. Im Gegensatz zum Zukunftsprofil ist der Projektekatalog ein **dynamisches Instrument**, welches laufend angepasst, ergänzt bzw. adaptiert werden muss.

Das Zukunftsprofil St. Lorenzen 2030 wurde in insgesamt **sieben Themenbereiche** wie folgt gegliedert:



II. Zukunftsprofil

Image, Öffentlichkeitsarbeit und Gesinnung

Leitsätze:

- Die öffentliche Wahrnehmung von St. Lorenzen ist positiv und sympathisch!
- St. Lorenzen gilt als familienfreundliche Wohngemeinde mit guter Verkehrsanbindung, einem hervorragenden Freizeitangebot sowie einem attraktiven Lebensumfeld. Gemeinsam mit der Verfügbarkeit von leistbarem Wohnraum und Arbeitsplätzen ist diese Positionierung eine Kernstrategie der Ortsentwicklung.
- Die tragenden Image-Faktoren werden in St. Lorenzen durch eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit sowohl nach innen (BürgerInnen) als auch nach außen (Gäste, Kunden, Besucher) regelmäßig kommuniziert. Basis für das gesamte Marketing ist ein CI-/CD-Dachmarkenkonzept, welches in der Gemeinde breit akzeptiert und angewandt wird.
- Zusammenhalt, Freundlichkeit und Toleranz bestimmen das Ortsleben. Neubürger werden aktiv ins örtliche Leben integriert.

Ziele:

- Positive und sympathische Wahrnehmung
- Imagefaktoren für die Positionierung = Familienfreundlichkeit, leistbarer Wohnraum, Verkehrsanbindung, Arbeitsplätze und Freizeitangebot
- Optimale Positionierung der tragenden Imagefaktoren, sowohl „nach außen“, als auch „nach innen“
- Unverkennbare, klare Erscheinungsform der Öffentlichkeitsarbeit
- Professionalisierung des „Innenmarketings“ mit zeitgemäßen Medien und Technologien
- Regelmäßige Informationspolitik und Bürgerbeteiligung
- Klima von Zusammenhalt, Freundlichkeit und Toleranz
- Aktive Integration von Neubürgern

Handlungsansätze:

- P1: „CI-/CD-Dachmarkenkonzept“
- P2: „Bürgerbeteiligung/Bürgerinformation (digital)“
- P3: „Neubürger-Integration“

Ortskerngestaltung, Aufenthaltsqualität und Verkehr

Leitsätze:

- St. Lorenzen verfügt im Ortskern über mehrere Zonen mit unterschiedlichen Funktionen, welche hinsichtlich ihrer Nutzung und Gestaltung differenziert zu behandeln sind.
- Als „gefühltes Ortszentrum“ ist der Bereich von der Bäckerei Pesl bis zum Kreuzungsbereich Kindergarten/Gemeindeplatz zu bezeichnen. Die Umsetzung einer Begegnungszone führt zu einer deutlichen Entschleunigung des Verkehrs und einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität. Durch gestalterische Maßnahmen (z.B.: Oberflächen, Sitzmöglichkeiten, Grünelemente, Beschattung) sowie die niveaugleiche Integration des Gemeindeplatzes konnte eine Belebung des Ortskerns in Form von höheren Fußgängerfrequenzen und längeren Verweildauern erreicht werden. Eine neue Verbindungsachse rückt den gut frequentierten Generationenpark näher ins Ortszentrum. Trotz der Umgestaltung zur Begegnungszone verbleiben ausreichende Parkplätze nahe der konsumnahen Angebotsstrukturen.
- Der „historische Ortskern“ versprüht durch seine alten Häuser und die räumliche Enge einen besonderen Charme. Die Gebäude sind weitestgehend saniert und mit sinnvollen Nutzungen belegt.
- Im Bereich der Schule konnte durch die Anordnung einer „Elternhaltestelle“ das Park- und Verkehrsproblem, insbesondere bei der gegenüberliegenden Feuerwehr, gelöst werden.
- Grundsätzlich folgen im Ortszentrum sämtliche infrastrukturellen Einrichtungen (Bänke, Brunnen, Gestaltungs-/Grünelemente, Beleuchtung und Pflasterung) einem optisch und funktional abgestimmten Gesamtkonzept. Die Fassaden und Portalbereiche der Gebäude sind in gutem Zustand, der Ort ist sauber und sicher.
- Generell ist man in St. Lorenzen ständig bemüht, den Durchzugs- und Schwerverkehr aus dem Ort zu verbannen. Durch konsequente Information (Beschilderung), Kontrollen (Radar-messungen, LKW-Kontrollen) und bauliche Maßnahmen (Begegnungszone) konnten die Belastungen reduziert werden. Der langfristige Wunsch nach einer Ortsumfahrung bleibt jedoch aufrecht.
- St. Lorenzen weist eine engmaschige Durchwegung auf! Zahlreiche Geh- und Radwege durchziehen das Gemeindegebiet und verbinden die Wohngebiete, öffentlichen Einrichtungen und Freizeitangebote optimal mit dem Ortszentrum.
- Der zunehmenden Bedeutung der E-Mobilität wird durch die Schaffung ausreichender Infrastrukturen im Ort Rechnung getragen.

Ziele:

- Gliederung des Ortszentrums in verschiedene Funktionsbereiche und entsprechend differenzierte Bearbeitung
- Umsetzung einer Begegnungszone sorgt für eine höhere Aufenthaltsqualität und Entschleunigung des Verkehrs
- Gemeindeplatz wird niveaugleich in die Begegnungszone integriert
- Trotz der Umgestaltung verbleiben ausreichende Parkplätze im Ortskern
- Eine neue Verbindungsachse rückt den Generationenpark näher an das Ortszentrum
- Im „historischen Ortskern“ sind sämtliche Häuser saniert und mit sinnvollen Nutzungen belegt
- Sämtliche Gestaltungsmaßnahmen folgen einem Gesamtkonzept
- Reduktion des Durchzugs- und Schwerverkehrs durch Beschilderung, Kontrollen und bauliche Maßnahmen; Umfahrung als langfristiges Ziel
- Ausbau des Fuß- und Radwegenetzes sowie Attraktivierung der innerörtlichen Verbindungswege
- Schaffung moderner Infrastrukturen für die E-Mobilität

Handlungsansätze:

- P4: „Begegnungszonen-Check“
- P5: „Ortskerngestaltung Wettbewerb“
- P6: „Besucher-/Parkleitsystem“

Ortskernbelebungs, Angebot und Aktivitäten

Leitsätze:

- Wichtigster Belegungsfaktor für den Ortskern ist das konsumnahe Angebot (Gastronomie, Café/Bäckerei, Postpartner, Arzt), welches unbedingt zu erhalten und zu fördern ist. Im Ortszentrum von St. Lorenzen steht kein Geschäftslokal leer, kein Objekt liegt brach!
- Die Einwohner von St. Lorenzen sind sich der Bedeutung einer lokalen Nahversorgung bewusst und nutzen daher die vorhandenen Gastronomie-, Einkaufs- und Dienstleistungsangebote.
- Mit dem Gemeindeamt, der Kirche, dem Kindergarten, dem Festsaal und der Schule gibt es in St. Lorenzen einige öffentliche Einrichtungen im Ortskern, welche ebenfalls maßgeblich für die Frequentierung und Belegung verantwortlich sind und daher unbedingt im Zentrum gehalten werden sollten.
- In St. Lorenzen gibt es ein klares Bekenntnis zur Ortskernbelebungs! Gemeinde, Hauseigentümer, Bewohner sowie Vereine und Unternehmer ziehen an einem Strang! Gemeinsam werden Aktivitäten zur Ortskernstärkung (z.B.: Veranstaltungen, Feste und Märkte) organisiert.

Ziele:

- Erhalt des konsumnahen Angebots im Ortskern
- Vollbelegung der Häuser und Geschäftslokale, keine Leerstände
- Starkes Bewusstsein hinsichtlich der Bedeutung einer lokalen Nahversorgung
- Erhalt der frequenzgenerierenden öffentlichen Einrichtungen im Ortskern
- Klares Bekenntnis zur Ortskernstärkung und Zusammenhalt der Akteure
- Regelmäßige Bespielung des Ortszentrums mit Veranstaltungen

Handlungsansätze:

- P7: „Plattform Ortskernbelebungs“

Vereine, Freizeit- und Kulturangebot

Leitsätze:

- Als Wohngemeinde mit starkem Zuzug legt man in St. Lorenzen besonderes Augenmerk darauf, dass auch die Freizeitinfrastruktur bedarfsgerecht mitwächst und attraktiv ausgestattet ist.
- St. Lorenzen verfügt über mehrere Räumlichkeiten, welche sich für Kultur- und Bildungsveranstaltungen unterschiedlicher Größenordnungen bestens eignen (Festsaal, Bibliothek, Gemeinde). Es gibt ein breit gefächertes Veranstaltungsangebot, welches intensiv beworben und von der Bevölkerung gut angenommen wird.
- Ehrenamtliches Engagement wird in St. Lorenzen geschätzt und gefördert! Die Vereinstätigkeiten stellen eine wichtige Säule der Ortsgemeinschaft dar und sind Teil einer sinnvollen Kinder- und Jugendbetreuung. Insbesondere neu zugezogene Bürger können zunehmend in die Vereinsaktivitäten einbezogen werden.
- Durch den großen Zusammenhalt und die gute Kommunikation untereinander, sind die Vereinsaktivitäten inhaltlich und terminlich gut abgestimmt.

Ziele:

- Bedarfsgerechte Kapazitäten und moderne Ausstattung der Freizeitinfrastruktur
- Gut ausgestattete Veranstaltungsräumlichkeiten unterschiedlicher Größenordnungen
- Breit gefächertes Veranstaltungsangebot
- Intensive Bewerbung der Veranstaltungen steigert die Teilnahme der Bevölkerung
- Wertschätzung und Förderung des Ehrenamts
- Verstärkter Zulauf von Neubürgern in die Vereine
- Gute Kooperation und Koordination der Vereine

Handlungsansätze:

- P8: „Veranstaltungsmarketing“
- P9: „Vereinsbroschüre“

Bildung, Gesundheit und Soziales

Leitsätze:

- St. Lorenzen bietet seinen Einwohnern einen hohen sozialen Standard. Schule und Kindergarten sind in baulich gutem Zustand und zeitgemäß ausgestattet. Die medizinische Versorgung ist langfristig gesichert, die sozialen Dienste und Einrichtungen sind kundenorientiert organisiert.
- Ältere Menschen finden in St. Lorenzen hervorragende Lebensbedingungen vor. Das Wohn-, Betreuungs- und Freizeitangebot unterstützt ein „aktives Altern“.
- In St. Lorenzen wird die Vereinbarkeit von Familie und Beruf aktiv gefördert! Es gibt bedarfsgerechte und gut organisierte Einrichtungen und Modelle zur Kinderbetreuung.
- Die örtliche Infrastruktur ist barrierefrei und auf die Bedürfnisse älterer Menschen bzw. Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung abgestimmt.

Ziele:

- Aufrechterhaltung des hohen sozialen Standards
- Optimale Standorte im Ortszentrum und zeitgemäße Ausstattung der öffentlichen Einrichtungen
- Langfristige Sicherung der medizinischen Versorgung
- Kundenfreundliche Organisation der öffentlichen bzw. sozialen Dienste
- Hervorragende Rahmenbedingungen für ein „aktives Altern“
- Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch zeitgemäße Kinderbetreuungsangebote
- Schaffung einer weitestgehenden Barrierefreiheit der örtlichen Infrastruktur

Handlungsansätze:

- P10: „Soziale Betreuungs-/Treffpunktinitiativen“

Wohnen, Bauen und Raumordnung

Leitsätze:

- Eine Kernstrategie der Gemeinde setzt auf Dynamik und Wachstum bei der Bevölkerungs- und Wohnraumentwicklung. Umso mehr Bedeutung kommt einer durchdachten Planung der zugehörigen Infrastrukturen zu, insbesondere betreffend die Verkehrs- und Grünraumentwicklung.
- In St. Lorenzen wird großer Wert auf eine qualitätsvolle Architektur und Bauausführung gelegt! Sowohl bei Neubauprojekten als auch der Sanierung von historischer Bausubstanz sind Aspekte der Ästhetik, Klimaeffizienz und Wahrung des Ortsbildes zu berücksichtigen.
- Eine vorausschauende Raumordnung hat dafür Sorge zu tragen, dass sich Wohnraum möglichst zentrumsnah entwickeln kann und keine Konflikte zu anderen Nutzungen (z.B.: Gewerbe, Freizeit, Landwirtschaft) entstehen.

Ziele:

- Dynamik und Wachstum bei der Bevölkerungs- und Wohnraumentwicklung
- Durchachte Planung der Verkehrs- und Grünräume
- Qualitätsvolle Architektur und Bauausführung hinsichtlich Ästhetik, Klimaeffizienz und Ortsbild
- Konfliktfreies Nebeneinander von Wohnen, Gewerbe, Freizeit und Landwirtschaft

III. Maßnahmenkatalog

Erklärungen

Während der erste Teil des Zukunftsprofils Leitgedanken und Ziele für die künftige Entwicklung der Gemeinde St. Lorenzen umfasst, beinhaltet der Maßnahmenkatalog **insgesamt 10 konkret definierte Projekte**.

Die im Rahmen der Workshops und Sitzungen der Steuergruppe erarbeiteten und diskutierten Projektinhalte wurden von der CIMA durch fachliches Know-How erweitert und in Form von „Projektdatenblätter“ nach einem einheitlichen Schema aufbereitet:

Aufbau der Projektdatenblätter:

- Projektbeschreibung
- Umsetzungsverantwortung
- Kooperationspartner
- Umsetzungszeitraum
- Priorität
- Idealtypische Vorgehensweise
- Kostenschätzung

Umsetzungszeitraum:

Die Einschätzung des Umsetzungszeitraums bezieht sich auf die **Dauer der Projektrealisierung, gerechnet ab dem Start mit der Projektumsetzung**. Die Einteilung wird wie folgt vorgenommen:

- kurzfristig: bis zu 6 Monate (KFR)
- mittelfristig: 6 bis 24 Monate (MFR)
- langfristig: mehr als 24 Monate (LFR)

Umsetzungsprioritäten:

Da bei fast allen Projektvorhaben noch viele **Vorarbeiten** zu erledigen sind und auch die **politische Diskussion** in den zuständigen Gremien noch nicht abgeschlossen ist, kann der Maßnahmenkatalog zum jetzigen Zeitpunkt logischerweise noch keinen fixen Umsetzungs- und Zeitplan beinhalten. Um dennoch die Wertigkeit bzw. Dringlichkeit der Vorhaben etwas differenzieren zu können, wurden den Projekten die Prioritäten „hoch“, „mittel“ und „niedrig“ zugeordnet. Die Projekte im Maßnahmenkatalog sind mit einer fortlaufenden Nummer versehen.

Projekt Nummer	Projektbezeichnung	Umsetzungszeitraum	Priorität
P1	"CI-CD-Dachmarkenkonzept"	KFR	mittel
P2	"Bürgerbeteiligung/Bürgerinfo" (digital)	KFR	hoch
P3	"Neubürger-Integration"	KFR	hoch
P4	"Begegnungszonen-Check"	KFR	hoch
P5	"Ortskerngestaltung Wettbewerb"	MFR	hoch
P6	"Besucher-/Parkleitsystem"	MFR	hoch
P7	"Plattform Ortskernbelebung"	MFR	mittel
P8	"Veranstaltungsmarketing"	MFR	mittel
P9	"Vereinsbroschüre"	KFR	mittel
P10	"Soziale Treffpunkt-/Betreuungsinitiativen"	MFR	mittel

P 1: „Dachmarkenkonzept“	
Projektbeschreibung Während die Öffentlichkeitsarbeit von Wirtschaftsbetrieben fast immer einem einheitlichen CD (Corporate Design) folgt, zeigt sich der Werbeauftritt von Gemeinden meist als bunter Mix verschiedener Gestaltungsformen von Logos, Plakaten und anderen Werbemitteln. Ziel des Projektes ist es, ein Dachmarkenkonzept mit Mutationsmöglichkeiten verschiedener Nutzer (z.B.: Gemeinde, Vereine, Veranstaltungen, Wirtschaft, etc.) zu entwickeln und anzuwenden. Das einheitliche Design der vielen verschiedenen, in der Öffentlichkeit sichtbaren Werbeträger würde dazu beitragen, die „Marke St. Lorenzen“ besser zu etablieren und einen starken Wiedererkennungseffekt zu erzeugen. Besonders wichtig ist dabei, die tragenden Image-Faktoren der Gemeinde in der Marke wiederzufinden.	
Umsetzungsverantwortung Gemeinde	Kooperationspartner Vereine und Institutionen, externe Fachbegleitung
Umsetzungszeitraum KFR	Priorität mittel
Idealtypische Vorgehensweise <ol style="list-style-type: none"> 1. Festlegung von Inhalten, Eckdaten und Modalitäten zur Durchführung eines Agentur-Wettbewerbs (Briefing) 2. Sicherstellung der Finanzierung, Zusammensetzung einer Fachjury 3. Auswahl von 4 Agenturen und Einladung zur Teilnahme am Wettbewerb 4. Durchführung von Briefing-Gesprächen mit den Agenturen 5. Präsentation der Konzepte durch die Agenturen vor der Jury 6. Durchführung eines 2-stufigen Auswahlverfahrens 7. Entscheidungsfindung und Auftragsvergabe 8. Produktion eines CD-Manuals und Verbreitung bei potenziellen Nutzern 9. Controlling hinsichtlich der richtigen Anwendung des neuen CD's 	
Kosten(schätzung) des Projektes ca. € 20 Tsd. (inkl. Projektbegleitung, Wettbewerb u. Nutzungsrechte)	

P2: „Bürgerbeteiligung/Bürgerinfo“ (digital)

Projektbeschreibung

Professionelles Tourismusmarketing wird im tourismusintensiven Österreich in vielen Gemeinden vorbildlich umgesetzt und verfügt häufig über große Ressourcen und moderne Instrumente. Ein nach innen, in Richtung der eigenen Bürgerinnen und Bürger ausgerichtetes Marketing wird leider nur selten praktiziert. Regelmäßige Informationen mit zeitgemäßen Tools (Internet und Social Media) sollten in Zukunft zur Selbstverständlichkeit werden und eine Professionalisierung der nach „innen gerichteten“ Öffentlichkeitsarbeit in Form einer integrierten, multitasking-fähigen „Gemeinde-App“ ermöglichen. In St. Lorenzen ist seit einiger Zeit „Gem2Go“ verfügbar, welches ein umfassendes Gemeinde-Info bzw. Service-App darstellt. Auf Basis dieses Systems ist die stärkere Nutzung bzw. breitere Verfügbarkeit in der Bevölkerung anzustreben.

Umsetzungsverantwortung

Gemeinde

Kooperationspartner

Gem2Go, externe Fachbegleitung

Umsetzungszeitraum

KFR

Priorität

hoch

Idealtypische Vorgehensweise

1. Stärkere Bewerbung des Tools
2. Aktives Anbieten von Hilfestellungen bei der Installation bzw. Anwendung
3. Ausbau der Funktionen und Anwendungsmöglichkeiten
4. Regelmäßige Bespielung mit Inhalten und Informationen

Kosten(schätzung) des Projektes

Aktuell keine realistische Schätzung möglich

P3: „Neubürger-Integration“	
Projektbeschreibung	
<p>Als Zuzugsgemeinde mit starkem Bevölkerungswachstum spielt die Integration von Neubürgern in St. Lorenzen eine wichtige Rolle. Wie die Haushaltsbefragung ergeben hat, ist die Beteiligung am örtlichen Leben in St. Lorenzen vergleichsweise gering. Häufig gestaltet sich die Integration von Neubürgern in das örtliche Leben nicht einfach, da Verbindungen zu Vereinen, Freunden und Arbeitsplatz am ehemaligen Wohnort verbleiben. Mit folgenden Maßnahmen kann der Kontakt zur neuen Heimatgemeinde gefördert bzw. ein klares „Willkommenssignal“ gegeben werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Willkommens-Package“ für Neubürger (z.B.: Geschenkkorb mit Infobroschüre und Gutscheinen) • „Kennenlern-Veranstaltung“ in Form eines Bürgerabends mit Programm • Aktionen über Schule und Kindergarten (Anm.: Eltern-Integration über die Kinder) • Spezielle Einladungen zu örtlichen Veranstaltungen bzw. Organisation einer Veranstaltung „Betriebe/Vereine stellen sich vor“ <p>Zur Auswahl der Maßnahmen bzw. Ausarbeitung eines geeigneten Programms für St. Lorenzen wird die Einrichtung einer Arbeitsgruppe empfohlen.</p>	
Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Gemeinde	Schule, Kindergarten, Vereine
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR	hoch
Idealtypische Vorgehensweise	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Zusammenstellung einer Arbeitsgruppe 2. Diskussion und Auswahl geeigneter Maßnahmen 3. Gestaltung und Druck einer Infobroschüre (Anm.: bereits im überarbeiteten CI-CD?) 4. Organisation und Umsetzung der Aktionen mit den Partnern (Schule, Kindergarten, Vereine) 	
Kosten(schätzung) des Projektes	
Es ist mit keinen hohen Kosten zu rechnen, ca. € 5 Tsd.	

P4: „Begegnungszonen-Check“	
Projektbeschreibung	
<p>Um die Aufenthaltsqualität im Ortszentrum von St. Lorenzen zu verbessern und gleichzeitig die Verkehrsbelastungen zu reduzieren bzw. den Verkehrsfluss zu entschleunigen, wird die Umsetzung einer Begegnungszone vorgeschlagen. Im Rahmen der Bürgerbeteiligung des Ortskernbelebungsprozesses wurde das Thema eingehend besprochen und es konnten viele Anregungen gesammelt werden. Insbesondere die Zone von der „Bäckerei/Cafe Pesl“ bis zur Kurve im Bereich des Kindergartens wird aufgrund der vorhandenen Angebotsdichte als „echtes Ortszentrum“ wahrgenommen und bedarf einer Beruhigung bzw. gestalterischen Aufwertung.</p> <p>Ein erster konkreter Umsetzungsschritt wäre in der Durchführung eines sogenannten „Begegnungszonen-Checks“ zu sehen. Mit dieser Untersuchung werden die Rahmenbedingungen und rechtlich/technischen Voraussetzungen für eine mögliche Begegnungszone analysiert sowie Sinnhaftigkeit und Umsetzungsmöglichkeiten hinterfragt.</p>	
Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Gemeinde	Land (Baubezirksleitung), externe Fachbegleitung
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR	hoch
Idealtypische Vorgehensweise	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Anfrage Land und Abklärung der Förderung 2. Auswahl eines Gutachters 3. Beauftragung und Durchführung 4. Analyse der Ergebnisse 5. Ableitung von Umsetzungsmaßnahmen 	
Kosten(schätzung) des Projektes	
Ca. € 5 Tsd. bis € 10 Tsd.	

P5: „Ortskerngestaltung Wettbewerb“	
Projektbeschreibung Auf Basis der Ergebnisse des „Begegnungszonen-Checks“ soll ein Wettbewerb zur Neugestaltung des Ortszentrums von St. Lorenzen durchgeführt werden. Ein wichtiges Thema in der Ortskerngestaltung ist der bestmögliche und ganzheitliche Nutzen für alle Verkehrsteilnehmer. Heute steht nicht mehr nur der Verkehrsfluss im Vordergrund, sondern Kriterien wie Aufenthalts- und Wohnqualität, Dimensionierung und Gestaltung des öffentlichen Raums und Passantenfrequenz einerseits sowie Erreichbarkeit und kurze Wege zu ausreichenden Parkmöglichkeiten andererseits. Die Gemeinde St. Lorenzen möchte daher in Zukunft auf die Prinzipien der „innerörtlichen Teilberuhigung“ bzw. der „Begegnungszone“ setzen! Eine zentrale Voraussetzung für die Steigerung der Aufenthaltsqualität liegt daher in der Entschleunigung der Verkehrssituation. Dem Fußgänger soll generell mehr Raum zum Bummeln und Verweilen eingeräumt und gleichzeitig mehr Sauberkeit und Sicherheit gewährleistet werden.	
Umsetzungsverantwortung Gemeinde	Kooperationspartner Land (Baubezirksleitung), externe Fachbegleitung
Umsetzungszeitraum MFR	Priorität hoch
Idealtypische Vorgehensweise <ol style="list-style-type: none"> 1. Vorbesprechung mit den Experten des Landes 2. Aufbereitung der Vorarbeiten im Rahmen des Ortskernentwicklungsprozesses 3. Entwurf der Ausschreibung und Auswahl der einzuladenden Architekten und Ortsplaner 4. Budgetierung des Wettbewerbes 5. Zusammensetzung einer Jury (Mischung lokaler Akteure und externer Fachleute) 6. Durchführung des Wettbewerbes und Auswahl des Siegerprojektes 7. Einleitung der Projektentwicklung 	
Kosten(schätzung) des Projektes Da sich die Wettbewerbskosten nach der Bausumme richten, kann eine Kostenschätzung zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht abgegeben werden	

P6: „Besucher-/Parkleitsystem“	
Projektbeschreibung	
<p>Die Hauptzielsetzung eines aufeinander abgestimmten, umfassenden Beschilderungs-/Leitsystems liegt darin, vor allem nicht ortskundige Besucher, Gäste oder Kunden effizient zu ihren Zielen zu leiten, um damit eine Verringerung des „Sucherverkehrs“ zu erreichen.</p> <p>Dazu gehört die Informationsreduzierung an neuralgisch wichtigen Verkehrspunkten. Dies kann durch Standortveränderungen, als auch durch vereinfachte und vereinheitlichte Gestaltung erreicht werden. Schließlich erfordern die unterschiedlichen Bedürfnisse der zu leitenden Personen eine differenzierte Betrachtung, je nach Grad und Notwendigkeit der zu übermittelnden Informationen. Ein ganzheitliches Beschilderungsleitsystem umfasst in der Regel neben einer Leitfunktion für die Parkplätze auch öffentliche und freizeitorientierte Ziele sowie Gewerbe- und Tourismusbetriebe.</p>	
Umsetzungsverantwortung	
Gemeinde	Kooperationspartner Land, externe Fachbegleitung
Umsetzungszeitraum	
MFR	Priorität hoch
Idealtypische Vorgehensweise	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Festlegung der in das Leitsystem zu integrierenden Ziele 2. Einholung von Angeboten für die Entwicklung des Leitsystems 3. Auswahl eines Projektpartners, Fassung der erforderlichen Beschlüsse in der Gemeinde, Sicherstellung der Finanzierung 4. Durchführung der Planungen in Abstimmung mit einer Projektgruppe: <ol style="list-style-type: none"> a.) Bestandsanalyse und Evaluierung der bestehenden Beschilderung b.) Standortdetailplanung nach dem „Zielspinnensystem“ c.) Abstimmung mit den Betroffenen d.) Prozess- und Umsetzungsbegleitung (Produktion der Schilder) e.) Aufstellung des Leitsystems durch die Gemeinde 	
Kosten(schätzung) des Projektes	
<p>Je nach Umfang der zu integrierenden Ziele zwischen € 10 Tsd. bis € 15 Tsd. (Planung des Leitsystems und Produktionskosten der Schilder; exkl. Aufstellungskosten durch Gemeinde).</p>	

P7: „Plattform Ortskernbelebung“

Projektbeschreibung

Die Bespielung eines Ortszentrums mit attraktiven Events, Märkten, Kundenbindungsaktionen und sonstigen temporären Veranstaltungen ist vor allem in der warmen Jahreszeit ein wesentlicher Faktor für die Steigerung der Aufmerksamkeit und letztendlich der Kundenfrequenz. In St. Lorenzen gibt es grundsätzlich ein reichhaltiges Programm an Veranstaltungen, jedoch überwiegend „indoor“. Um auch die Belebung der Straßen und Plätze zu forcieren, sollten regelmäßig wiederkehrende Events und Veranstaltungsreihen ins Leben gerufen werden. Im Zuge der Bürgerbeteiligung wurden folgende Ideen und Vorschläge eingebracht:

- Dorf-Fest (am neuen Gemeindeplatz)
- „St. Lorenzen-Picknick“ (Auslegen eines Rasen-Teppichs und Verköstigung)
- Reaktivierung ehemaliger Veranstaltungen (z.B.: Jazz-Brunch, Wirtschaftsrally)
- Kleinkunst-Festival
- Open-Air-Kino

Die Umsetzung dieser Initiativen sollte in Verbindung mit dem Aufbau einer „Aktionsplattform“ erfolgen. Jedenfalls sollte eine Arbeitsgruppe mit interessierten Akteuren eingerichtet werden.

Umsetzungsverantwortung

Wirtschaft, Private, Vereine

Kooperationspartner

Gemeinde, externe Fachbegleitung

Umsetzungszeitraum

MFR

Priorität

mittel

Idealtypische Vorgehensweise

1. Einrichtung einer Arbeitsgruppe
2. Konkretisierung und Weiterentwicklung der Handlungsansätze
3. Ausarbeitung und Priorisierung von konkreten Projekten
4. Überprüfung der Machbarkeit, Kalkulation und Aufstellung der Finanzierung
5. Arbeitsverteilung („wer macht was“) und Umsetzung

Kosten(schätzung) des Projektes

Aktuell keine realistische Schätzung möglich

P8: „Veranstaltungsmarketing“

Projektbeschreibung

Ein zentrales Ergebnis der Bürgerbeteiligung im Rahmen des Ortskernbelebungsprozesses war die Erkenntnis, dass es zwar viele Veranstaltungen in St. Lorenzen gibt, die öffentliche Wahrnehmung bzw. Besucherakzeptanz jedoch zu wünschen übrig lässt. Die Aktivitäten werden zwar angekündigt, ein zusammenhängendes Vermarktungskonzept fehlt jedoch. Es wird daher vorgeschlagen, gemeinsam bzw. in Abstimmung mit der Dachmarke (siehe P1) ein Marketingkonzept auszuarbeiten, welches für Veranstaltungen eine „zusammenfassende Klammer“ darstellt und somit einen stärkeren Vermarktungseffekt erzielt. Neben der Entwicklung von Gestaltungsform und Slogan sowie der Umsetzung von geeigneten Werbemitteln liegt die Hauptarbeit dieser Initiative vor allem auch in der Koordination sämtlicher Veranstalter bzw. in der Überzeugungsarbeit am neuen Vermarktungskonzept teilzuhaben.

Umsetzungsverantwortung

Gemeinde

Kooperationspartner

Vereine, Werbeagentur

Umsetzungszeitraum

MFR

Priorität

mittel

Idealtypische Vorgehensweise

1. Beauftragung einer Werbeagentur zur Ausarbeitung von Konzeptvorschlägen (Anm.: im Zusammenhang mit der Dachmarke)
2. Diskussion und Adaption der Vorschläge)
3. Einbindung der Vereine und Veranstalter
4. Umsetzung der entsprechenden Marketingmaßnahmen

Kosten(schätzung) des Projektes

Aktuell keine realistische Schätzung möglich

P9: „Vereinsbroschüre“	
Projektbeschreibung Um das vielfältige Angebot an Vereinen und Sport-/Freizeitinfrastrukturen besser vermarkten bzw. gebündelt darstellen zu können, wurde in den Diskussionsrunden die Erstellung einer Vereinsbroschüre angeregt. Insbesondere neu zugezogene BürgerInnen sollen dadurch einen raschen Überblick über die Möglichkeiten im Ort bekommen. Für die Vereine könnte diese Broschüre ein geeignetes Mittel für eine verbesserte Mitgliederakquirierung darstellen.	
Umsetzungsverantwortung Gemeinde	Kooperationspartner Vereine, Werbeagentur
Umsetzungszeitraum KFR	Priorität mittel
Idealtypische Vorgehensweise <ol style="list-style-type: none"> 1. Organisation eines Treffens der Vereinsobleute 2. Vorstellung und Diskussion des Projektes, Festlegung der Inhalte 3. Beauftragung einer Werbeagentur, Ausarbeitung des grafischen Konzepts 4. Sammlung der benötigten Inhalte, Kontaktaufnahme mit den Vereinen 5. Diskussion Erstentwurf, Adaption, Umsetzung 6. Verteilung bzw. Versand der Broschüre an jeden Haushalt 	
Kosten(schätzung) des Projektes Für Grafik und Druck ca. € 3 Tsd.	

P10: „Soziale Treffpunkt-/Betreuungsinitiativen“	
Projektbeschreibung	
<p>Im Rahmen der Bürgerbeteiligung wurde die Organisation verschiedener Betreuungs- bzw. Treffpunkt-Initiativen angeregt. Konkret vorgeschlagen wurden die Projekte „Leseoma“ bzw. „Leihoma“ zur Verbesserung der Kinderbetreuung. Um einerseits interessierte Personen für die Organisation zu finden bzw. Zuständigkeiten zu klären und andererseits die Projekte vertiefend auszuarbeiten, soll eine Arbeitsgruppe eingerichtet werden. Ein erstes Treffen dieser Gruppe soll Aufschluss darüber geben, für welche Initiativen Projektleiter gefunden werden und wie die Abwicklung der Projekte aussehen kann.</p>	
Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Personen sind noch zu definieren	Gemeinde, Soziale Institutionen
Umsetzungszeitraum	Priorität
MFR	mittel
Idealtypische Vorgehensweise	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Einrichtung einer Arbeitsgruppe und Durchführung eines ersten Treffens 2. Darstellung und Diskussion von „best practice Beispielen“, Bewertung und Auswahl von Initiativen 3. Klärung der Zuständigkeiten, Namhaftmachung von „Projektleitern“ 4. Organisation und Umsetzung der Initiativen 	
Kosten(schätzung) des Projektes	
es ist mit geringen Kosten zu rechnen; Eigeninitiative steht im Vordergrund!	