

STANDORT- UND WIRTSCHAFTS- ENTWICKLUNGS- KONZEPT

INKLUSIVE MASTERPLAN

Stadtgemeinde Feldbach
im Juni 2019



Beitrag durch Mittel aus dem
Steiermärkischen Landes- und Regionalentwicklungsgesetz
2018 (StLREG 2018)

Stadtgemeinde Feldbach, Hauptplatz 13, 8330 Feldbach

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	4
10 Thesen zur Stadtentwicklung	8
Feldbach modern verwalten	20
Sicher und zukunftsfähig gestalten	22
Wirtschaftsservice	31
Die Arbeit zu den Menschen bringen	33
Die Positionierung der Stadt	36
Die Wirtschaftsstadt	
Die Einkaufsstadt	
Die Bildungsstadt	
Die Kulturstadt	
Die Gesundheitsstadt	
Die kinder-, jugend- und familienfreundliche Stadt	
Rolle im regionalen Umfeld	83
Soziokulturelles Milieu	85
Masterplan	88



*„Die Zukunft
muss man nicht voraussehen,
man muss sie möglich machen.“*

Antoine de Saint-Exhupéry

Standort- und Wirtschaftsentwicklungskonzept der Stadt Feldbach

Einleitung und Ausgangslage

Feldbach hat erkannt, dass Stadtentwicklung auch eine kraftvolle Entscheidung ist. Statt auf Entwicklung „von oben“ zu warten, entschied sich die Stadtführung, eine eigenbestimmte Entwicklung einzuleiten.

Eine umfassende Bürgerbefragung, Workshops mit der Wirtschaft und der Start eines vielfältigen Bildungsprogrammes standen am Beginn dieser Entwicklung.

Warum „Neue“ Stadt Feldbach?

2015 fusionierten im Rahmen der Gemeindestrukturreform sechs Umlandgemeinden mit der Stadt Feldbach. Die daraus entstandene Herausforderung: Aus einer Kleinstadt mit ländlichen Gemeinden und kleinstrukturierter Landwirtschaft ringsum wurde die fünftgrößte Stadt der Steiermark mit knapp 14.000 Einwohnern.

So musste den Ängsten der Räume (Land zu Stadt und ihre Disparität) symbolträchtig entgegengewirkt werden: Aus der Stadt Feldbach wurde die „Neue Stadt Feldbach“. Die „Neue“ Stadt Feldbach will die Stadtzugehörigkeit ins kollektive Bewusstsein aller ortsteilbezogenen Gemeinschaften bringen. Die neue Stadtführung erkannte, dass Feldbach als Bezirkshauptstadt (ein aus Sicht der Stadt Feldbach wesentlicher Erfolg der steirischen Bezirksstrukturreform) Entwicklungsmotor einer gesamten Region sein kann und für die eigene Zukunftsfähigkeit auch werden muss.

In der Folge wurde die Arbeitsfelder der Neuen Stadt Feldbach Zug um Zug thematisch ausgerichtet bzw. „ent-wickelt“.

Feldbach ist heute für sein Umfeld und darüber hinaus in bildungsaffinen Zielgruppen unumstritten eine Bildungsstadt. Sie wird in einer zunehmend bewussteren Gesellschaft als südostösterreichisches Mekka für „Schule im

Aufbruch“ gesehen. Ein zentrales Projekt der Stadtführung: Die Schule der Zukunft.

Feldbach ist aber für ihr Einzugsgebiet klar nachvollziehbar auch eine Einkaufsstadt. Und sie ist aufgrund ihrer überregional herausragenden kulturellen Aktivitäten (Kulturformate wie „a hard years spring“, Feldbacher Sommerspiele, „Nebel reißen“ oder im zweijährlichen Intervall der Literaturwettbewerb) *die* Kulturstadt der Region.

Sie ist zudem auch die Wirtschaftsstadt mit bedeuteten Arbeitgebern im Zentralraum der 67 Quadratkilometer großen Gemeinde.

Und auch als Gesundheitsstadt hat Feldbach eine überkommunale bzw. bezirksweite Bedeutung – nicht zuletzt durch das Schwerpunkt-Landeskrankenhaus.

Feldbach ist mit seiner beharrlichen Entwicklung, seiner vorhandenen regionsrelevanten Stärken und seiner Verdichtung der verschiedenen thematischen Ausrichtungen (im kommunalen Entwicklungsprozess und in den Köpfen bzw. im Bewusstsein der Bürger) Innovationstreiber der Region – insbesondere des Steirischen Vulkanlandes mit rund 100.000 Einwohnern.

Warum „Feldbach macht Sinn“?

Die Stadtverantwortlichen erkennen ihre Rolle als Sinnstifter. Sie erkennen aber auch die Bedeutung der Inwertsetzung der Neuen Stadt Feldbach als sinnvoller Lebens- und Wirtschaftsmittelpunkt. So ist der Claim „Feldbach macht Sinn“ ein zentraler Kristallisationspunkt für die aktive Entwicklungspolitik, eine kreative wirtschaftliche bzw. touristische Bespielung der Stadt, aber auch einer offensiven Bildungs- und Kulturstadt.

„Feldbach macht Sinn“ ist damit mehr als bloße Marketingformel. Der Claim ist Ausdruck des philosophischen Tiefgangs und der Vertiefung in eine umsetzungsstarke, beharrliche und authentische Stadtentwicklung.

In den kommenden Jahren geht es um die konsequente Milieubildung in der Stadt Feldbach. Zentrale Herausforderung ist die Schaffung eines Äthers, der Entwicklung in den definierten Stärkefeldern der Region nicht nur ermöglicht, sondern vielmehr noch sie auch beflügelt. Die Stadt Feldbach macht eben auch Sinn für ihr Umland.

Die Neue Stadt Feldbach bekennt sich bewusst zu einer Kultur der Ermöglichung und Potenzialentfaltung – und wirkt damit sinnstiftend. Dabei geht es nicht nur um den zentralen städtischen Raum. Aber die Stadtführung erkennt auch, dass das Herzstück der gesamtkommunalen Entwicklung ein vitaler Stadtkern ist. Er

erfüllt in vielerlei Hinsicht eine Nahversorgungsrolle: Als Wirtschaftsraum, Kulturraum, Bildungsraum und Raum menschlicher Begegnung.

Wirtschaft als zentrales Anliegen

Ein erklärtes Ziel der Stadtpolitik ist es, die Arbeit zu den Menschen zu bringen.

Für die Attraktivität der Stadt ist insbesondere auch die Zukunftsfähigkeit des Handels entscheidend. Dazu wurden bereits erste Anstrengungen unternommen.

Verkauf ist in erster Linie menschliche Begegnung. So wird beharrlich versucht, die Durchlässigkeit für Persönlichkeitsbildung in der Unternehmerschaft, insbesondere im Handel zu steigern. Gemeinschaftsinitiativen (erste Ansätze einer Quartiersentwicklung) sorgen für ein Kennenlernen untereinander. Erste gemeinsame Aktionen (etwa in der Etablierung der „Straße der Mode“, rund 30 Betriebe entlang in der Ungarstraße bzw. Bürgergasse, ein 0,5 Kilometer langer Straßenzug) zeitigen erste Früchte. Das Gefühl „in Feldbach tut sich was“ bzw. „in Feldbach ist was los“ wird in der Region und darüber hinaus stärker.

Auch touristisch wird an der Zukunft gearbeitet. Es wird ein umfassendes Tourismuskonzept erarbeitet – mit klaren Zielsetzungen. Der Tourismusverband und die Stadtgemeinde Feldbach gehen gut abgestimmt und einander stärend in die Zukunft. Für die Bürger gibt es in der Wahrnehmung keinen Unterschied. Beide Institutionen ergänzen und bereichern sich, prägen das Bild der Stadt bzw. das Mindset der Menschen. Die mediale Imagekampagne der Neuen Stadt Feldbach wird bei den Bürgern sichtbar. Darauf weist auch die im Rahmen dieses Konzeptes durchgeführte Marktforschung hin. Die Kommunikation der NEUEN Stadt Feldbach trachtet nach einfach verständlichen, für die Entwicklung zentralen und emotional kraftvollen Botschaften.

Die wesentlichen Stoßrichtungen der Vulkanland-Entwicklung (menschliche, ökologische und regionalwirtschaftliche Zukunftsfähigkeit) sind auch die Leitlinie der Stadt-Entwicklung.

Die aktive Wirtschaftsentwicklung setzt zudem einen Kontrapunkt zur Abwanderung in die Zentralräume (Graz oder Wien). „Die Arbeit zu den Menschen bringen“ ist demnach ein Leitsatz für die Etablierung einer starken Bezirksstadt im Südosten Österreichs.

NEUE Stadt Feldbach,

im Juni 2019

*„Wirtschaftsentwicklung
in der Neuen Stadt Feldbach
meint eine atmosphärische
Verdichtung, das Schaffen
einer Stimmung, eines Milieus
der Ermöglichung und
Potenzialentfaltung!“*

10 Thesen zur Stadtentwicklung

Stadtentwicklung ist kein Zufall und Stadtentwicklung ist insbesondere Szenen- und Milieubildung. Stadtentwicklung basiert auf attraktivierenden Bildern einer gedeihlichen Zukunft. Mit „Feldbach macht Sinn“ hat die neue Stadt Feldbach ein klares Anliegen definiert: In allen Entwicklungsfeldern und in der Bevölkerung Sinn zu stiften und damit die Anziehungskraft – die Zentripetalkraft – der Stadt Feldbach zu stärken.

Nachfolgend sollen zehn Thesen als Fundament der im Anschluss definierten Handlungsfelder dienen. Es handelt sich dabei um bisherige (auch aus dem Regionalentwicklungsprozess des Steirischen Vulkanlandes abgeleitete) Prozesskenntnisse, die zur Diskussion, Vertiefung, zum Widerspruch und zur Ergänzung einladen.

THESE 1

Aktive Bildungspolitik ist Stadtentwicklung

Unternehmertum ist auch eine Frage der Sozialisation und der Prägung bzw. Überwindung mentaler Grenzen hin zu maximaler Eigenverantwortung. Die Voraussetzungen für gesundes Unternehmertum und die Selbstbestimmtheit werden insbesondere auch durch aktive Bildungspolitik geschaffen. Bildung ist längst nicht mehr nur eine Aufgabe von Land und Bund, sondern vielmehr eine Herausforderung der Regionen, Städte bzw. Gemeinden. Zukunftsfähige Politik hat auch die Verantwortung, durch stete Inspiration die Bildungsbereitschaft zu fördern. Langfristig zukunftsfähige Lebensräume sind vitale Bildungsräume mit Bürgern, die Bildungsangebote nicht nur begrüßen, sondern aktiv konsumieren.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsanleitung

Zukunftsraum Schule als zentraler Schlüssel einer guten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung erkennen, Schule als Schlüssel herausragender Lebensqualitätsräume betrachten und positionieren, „Schule der Zukunft“ als Basis der Aussage „Schule ist Zukunft“ und „Schule mit Zukunft“ positionieren, junge Menschen mit Modellen und Mechanismen für ein gelingendes Leben für ein erfülltes Leben vorbereiten – als Basis einer guten gesellschaftlichen, städtischen und regionalen Entwicklung.

THESE 2

Die Inwertsetzung des Lebensraums und damit verbunden die Bildung eines Lebensstils stärkt die Stadt

Große Stadt mit viel Lebensraum und hohem Eigenversorgungsgrad

Feldbach hat sich zu einer Stadt formiert, die viel Fläche mit städtischem Kern und landwirtschaftlicher Kleinstruktur rundum hat. Die Landwirtschaft der Stadt sorgt bilanziell für maximale Eigenversorgung. Damit ist die Region nicht nur (land)wirtschaftlich, sondern auch kulturlandschaftlich reizvoll und somit ein begehrenswerter Lebensmittelpunkt. Dieser Reiz verdient Sichtbarkeit und sprachliche Benennung.

Städtische Aktivität in intakter Kulturlandschaft

Die gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Bespielung von Stadt und Land ist ein wichtiger Impuls für eine gesamtstädtische gedeihliche Entwicklung. Damit wird auch die emotionale Integration der Ortsteile gewährleistet. Lebensraum, Lebenskultur und damit die Etablierung eines Lebensstils werden somit gefördert.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Identitätsbildung ist eine zentrale Herausforderung (über Bildung, alle Kommunikationskanäle, Bildungseinrichtungen und öffentliches Bildungsangebot), bewusste städtische Sprachentwicklung vorantreiben (vom Mangel zur Fülle – kognitive Dissonanzen abbauen), Definition eines Claims für die Stadt, der auch den Bürgern die Möglichkeit der Teilnahme bzw. des Teilhabens gibt. „Feldbach macht Sinn“ hat die Weite, aber auch den Tiefgang, um diesem Anspruch gerecht zu werden.

THESE 3

Handel der Zukunft inszeniert menschliche Begegnung und inszeniert sich durch menschliche Begegnung

Weg vom Ladendenken – hin zum Quartiersdenken

Einzelbetriebliche Werbung der Zukunft fügt sich in ein konzertiertes Gesamtkonzept, in dem ein Straßenzug, ein Quartier bzw. ein Viertel als Gesamterlebnisraum inszeniert wird. Dieser Weg steigert die Relevanz und Sichtbarkeit.

Onlinehandel zu stationärem Handel – kein Widerspruch und keine Konkurrenz

Die Konkurrenz der Gegenwart ist nicht das Nachbargeschäft in der selben Branche, sondern der Onlinehandel. Was dieser nicht leisten kann, ist menschliche Begegnung und emotionale Aufladung. Das ist wohl mit ein Grund, warum sich die großen Onlinehändler der Welt auf den stationären Handel rückbesinnen. Der Online-Handel bedroht vor allem großflächige Geschäfte in Einkaufszentren. Daher gilt für die Stadtentwicklung: Kooperatives Zusammenwirken in Wort und Tat stärkt den Einkaufs- und Erlebnisraum Stadt.

Inszenierung als Triebwerk der Zukunft

Der Erfolg des Handels wird getrieben von Architektur, der Inszenierung von Räumen (Geschäft, Schaufenster, Straßenzug, Plätzen etc.), Geschichten (Storytelling) und Emotionen (die bewusst aufgebaut werden und milieubildend wirken). *Siehe dazu auch These 10.*

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Behutsame Infrastrukturentwicklung unter den Gesichtspunkten der Verschönerung, Barrierefreiheit (auch für Kunden, Kinder), Sichtbarkeit des Handels, Durchlässigkeit für alternative Mobilitätsformen, öffentliche Infrastruktur als Unterstützung und Ergänzung für das Wohlbefinden von Konsumenten (damit ist auch der Konsum des Stadtflairs gemeint), Konsultation von Stadtplanung, Architektur, Experten für Verkauf, Handel, Gestaltung und Inszenierung.

THESE 4

Zukunftsfähige Mobilität stärkt städtische Räume

Städte der Zukunft sehen die Lösung von Mobilität für ihre Bürger als wichtiges Anliegen. Mobilität der Zukunft sieht die Fortbewegung an sich, und nicht den Besitz von Fortbewegungsmitteln. Städte der Zukunft sind angebunden an regionale und überregionale Mobilitätsnetze und garantieren eine innerstädtische Mobilität ohne große Barrieren. Für alle jene, die Mittel zur Mobilität weiterhin besitzen wollen, schaffen Städte entsprechende Möglichkeiten, diese zu parken und bringen diese Möglichkeiten durch ein entsprechendes Verkehrsleitsystem ins Bewusstsein der Menschen.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Gelingende Mobilität braucht gelenkte Aufmerksamkeit und Verständnis, bricht Gewohnheiten auf und inszeniert neue Mobilitätsformen; Sichtbarmachen von bestehender Mobilität mit dem Ziel eines Aha-Effektes, intelligente Vernetzung unterschiedlicher Mobilitätsformen (insbesondere durch die Sichtbarmachung), Zurückspielen der Eigenverantwortung (Fahrgemeinschaften, Wahrnehmung des öffentlichen Verkehrs) in die Familien, Beziehungsnetzwerke, Nachbarschaften etc.

THESE 5

Nahversorgung liebt die Vielfalt

Die Demographie arbeitet dem städtischen Räumen zu, da mit dem Grad der Mobilitätseinschränkung die Attraktivität des städtischen Angebots an Nahversorgern steigt. Wohnen in der Stadt, umgeben vom Fleischer, Bäcker, Supermarkt (Daseinsvorsorge) und einem attraktiven Mix an Zusatzangeboten (Elektro, Mode, Schmuck, Möbel, Gastronomie etc.), wird im Alter attraktiver. Die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel und die Verfügbarkeit individueller Mobilität steigern den Lebensmittelpunkt Stadt im ländlichen Raum zusätzlich.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Zu neuen Formen des Wohnens, Zusammenlebens inspirieren, Nahversorgung ist ein zentrales Thema für junge Familien und mobilitätseingeschränkte Menschen bzw. ältere (oft alleinstehende) Menschen, intakte Nahversorgung (auch Versorgung mit menschlicher Begegnung wie Festkultur, Märkte, Kultur, Schulen etc.) wird zum zentralen Lebensqualitätsfaktor (insbesondere einer individualisierten Single-Gesellschaft) und damit Entscheidungsfaktor für Zuzug oder Abwanderung.

THESE 6

Multifunktionalität als Chance für die Stadt

Kultur (im weiteren Sinne), Kulinarik, Kommunikation und Kaufen stehen im Mittelpunkt der städtischen Inszenierung. Diese vier K's prägen die Stadt auch als touristisches Ziel. Gepaart mit Behörden und Gesundheitsanbietern ist der städtische Raum Kristallisationspunkt einer zukunftsfähigen, vitalen Region. Die regionale Nähe (pendlerzumutbare Distanz) stärken die Stadt und ihr Umland. Die Multifunktionalität kann kein Einkaufszentrum bieten. Diese Multifunktionalität ins Bewusstsein der Menschen zu bringen, ist eine wesentliche Aufgabe einer „Kleinstadt“.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Sichtbarmachen der Multifunktionalität, keine Angst vor der Bespielung mit unterschiedlichen Botschaften unter einem Dach (Feldbach macht Sinn), Stadt ist Begegnung, Erlebnis, ist Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsraum – von dieser Vielfalt nährt sich die Attraktivität der Stadt.

THESE 7

Wirtschaftsentwicklung ist kein Zufall

Wirtschaftsentwicklung ist nur dann ein Zufall, wenn einer Stadt durch gezielte Fokussierung wesentliche Mosaiksteine der Visionsverwirklichung zufallen. Aktive Stadtpolitik betreibt wirtschaftliche Milieubildung. Unternehmertum ist nicht genetisch programmiert, sondern entsteht in einem unternehmerfreundlichen Umfeld, in einem unternehmerischen Milieu. Die Aufgabe der Stadt ist es, Städte als Wirtschaftsräume ins Bewusstsein der Menschen zu bringen. Aus- und Weiterbildung, Best Practice und die Schaffung von sozialen und territorialen Räumen der unternehmerischen (Potenzial)Entfaltung sind dafür wesentlich.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Etablierung einer Startup-Szene für den Südosten Österreichs mit Fokus Feldbach (Startup-Center und Coworking-Space), Kommunikation, Inspiration und aktive Kooperation mit Institutionen, Betrieben und Schulen anstreben.

Punzierung der Stadt und seines Umlandes mit der „Lebensmitteltechnologie“ (Ergebnis einer Vorstudie zum Kompetenzraum SüdOst, Mathis et al) als über den Südosten Österreichs hinaus sichtbar werdende Kompetenz.

THESE 8

Städte mit einem Anliegen haben die Nase vorn

Menschen wollen wissen, woran sie sind. Das gilt auch für die Stadt, in der sie leben, leben wollen oder die sie als Arbeits-, Wirtschafts- und Gesellschaftsraum nutzen. Städte, die in der Lage sind, Zukunftsbilder zu zeichnen und authentisch als aufrichtiges Anliegen zu vermitteln, haben die Nase vorn.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Alle Erfolgsgeschichten, seien es menschliche, betriebliche oder territoriale, sind getragen von einem kraftvollen Anliegen und einer festen Haltung. Dieses Anliegen und diese beharrliche Haltung sind die Triebkraft einer erfolgreichen Stadtentwicklung, Storytelling und damit verbunden eine professionalisierte Kommunikation spielt im kommunalen Diskurs eine zunehmend zentrale Rolle.

THESE 9

Lebendige Stadt! Lebendige Wirtschaft!

Wirtschaftsentwicklung kann nicht isoliert betrachtet werden! Kultur-, Tourismus-, Gesundheits-, Bildungs- und Schulpolitik sind in letzter Konsequenz immer auch wirtschaftspolitische Impulsgeber. Schulstandortentscheidungen, Ärztedichte, Kulturangebot und Tourismusentwicklung wirken sich auf den Wirtschaftsstandort und die Einkaufsstadt positiv aus.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Der Erfolg einer Stadt ist die Fähigkeit, viele Puzzlestücke zu einem großen gemeinsamen Bild zusammenzufügen. Dabei rücken Einzelinteressen in den Hintergrund, wobei sie durch eine gesamtheitlich positive Entwicklung indirekt beflügelt werden. Stadtentwicklung ist daher die Kunst Kompetenzinseln (Wirtschaft, Kultur, Tourismus, Gesundheit, Bildung etc.) mit entwicklerischem Geschick zu vernetzen, so dass die an sich isoliert betrachteten Bereiche zu kommunizierenden, einander ergänzenden, bereichernden Gefäßen werden.

THESE 10

Stadtentwicklung ist Szenen- und Milieubildung

Das soziale Milieu ist ein entwicklungsbestimmendes Element. Wer Unternehmertum will, muss ein unternehmerfreundlichen Milieu schaffen. Wer Gründer will, muss die Rahmenbedingungen entsprechend schaffen. Städte als vitale Wirtschaftsstandorte schaffen neben der materiellen Infrastruktur insbesondere Denk- und Möglichkeitsräume, also Infrastruktur im Kopf der Bürger. Sie schaffen Bewusstsein und weiten die Grenzen des Denkbaren aus. Sie schaffen einen Äther, eine Potenzialentfaltungs- und Ermöglichungskultur. Aus- und Weiterbildung spielen hier eine zentrale Rolle.

Herleitbare Erkenntnisse/Handlungsfelder

Stadtentwicklung braucht weniger „Förderpolitik“ und mehr „Forderpolitik“. In einem fruchtbaren Klima die Eigenverantwortung stärkend entsteht eigeninitiativ Neues. Möglichkeitsräume brauchen permanente Bespielung (Bildung, Inspiration, Vorzeigebispiele, Vernetzung etc.). Das Ergebnis ist eigenmotivierte menschliche und/oder betriebliche Inszenierung und Entwicklung zum Wohle des Gesamtraumes. Zukunftsfähige Stadtentwicklung induziert eine Beteiligungskultur.

Feldbach macht Sinn, wenn...

... die Neue Stadt Feldbach einen umfassenden Entwicklungsprozess einleitet und seine Bürger mit auf den Weg nimmt. Die Neue Stadt Feldbach hat sich folgenden Entwicklungsfeldern verschrieben:



Ein abgestimmtes, wohlwollendes Handeln in allen Bereichen ergänzt, bereichert und potenziert die Wirkung der Stadtverwaltung in allen Bereichen. Die Stadtverwaltung wird beflügelt, ihre Daseinsvorsorge gefordert und die Außenwahrnehmung nachhaltig geprägt.

Die Neue Stadt Feldbach modern verwalten

Der Verwaltung kommt in der Stadtentwicklung eine zentrale Rolle zu. Eine moderne Verwaltung gewinnt Entwicklungsspielraum, erweist sich als hervorragende Gestalterin der Daseinsvorsorge und sorgt für Effizienz genauso wie für Effektivität.

Warum macht das Ziel „Feldbach modern verwalten“ Sinn?

Die damit verbundenen Vorteile im Überblick:

- Feldbach wird so zum leistungsfähigen Verwaltungsbetrieb
- Die gesamte Infrastruktur wird an ihrer Zukunftsfähigkeit ausgerichtet
- Die Einrichtungen müssen der Prämisse der Modernität bzw. Zukunftsfähigkeit genügen
- Ein neues Organigramm bringt Effektivität und Effizienzgewinne
- Neue moderne Buchhaltung bringt Handlungsspielräume
- Erhaltungsmanagementsystem sichert die Versorgung und bildet die Basis eines Vorsorgemodells
- Kindergartenoffensive bringt Zukunftsfähigkeit und stärkt den „dritten Pädagogen“
- Spielplatzoffensive für mehr Sicherheit und langfristige Bewahrung bzw. gesicherte Nutzung
- Aufbau eines modernen Verwaltungsarchivs
- Aufbau eines modernen Bauarchivs
- Aufbau einer Wirtschaftsservice-Stelle
- Modernes Bürgerservice
- Flächenwidmungsplan neu
- Innovative Informationspolitik für eine gelingende Weiterentwicklung der Infrastruktur im Kopf (Bewusstseinbildung)
 - Umfassende Information über Gemeindezeitung und aktive Öffentlichkeitsarbeit
 - Zielgerichtete Information über Soziale Medien
 - Leistungsstarke, gut gewartete Homepage als offizielle Informationsquelle
 - Newsletter (Kultur)

„Feldbach modern verwalten“ kurz und prägnant dargestellt:

PERSONAL	VERWALTUNG	EINRICHTUNGEN	EINIGE ZAHLEN
• 232 MitarbeiterInnen • 186 Dienstposten	• Abteilungen • Amtsdirektion • Finanzen • Bau • Bürgerservice • Regionalwirtschaft-Kultur-Tourismus • Standesamt	• Bauhof mit Freizeitzentrum • Wasserwerk • Schulen • Kindergärten / Kinderkrippe • Musikschule • Musik im Vulkan • Jugendzentrum • Museum • Bibliothek • Eltern-Kind-Bildung	• 3.754 Meldebewegungen • 774 Betriebe im Referat Wirtschaft • 6.000 Bearbeitungsfälle im Standesamt • 350.000 Buchungen in der Finanzabteilung • 255 km Straßen • 225 km Wasserleitungen • 6.000 Kanalschächte

Feldbach
modern verwalten

ANPASSUNG / ORGANISATION AN NEUE STRUKTUREN	NEUE AUFGABEN / NEUDEFINIERUNGEN AUFGABEN	ANPASSUNG TECHNISCHE AUSSTATTUNG	ANPASSUNG RÄUMLICHE AUSSTATTUNG	NEUE ARBEITSMODALITÄTEN
• Zusammenführung der Verordnungen der Gemeinde • Neues Organigramm • Auflassung von Gesellschaften (Gniebing KG, Infrastruktur KG) • DSGVO • Rechnung Öffnungszeiten Servicestellen • Verwaltungsangebot in den Ortsteilen	• Bildung • Wirtschaft • Klima, (E-)Mobilität • Blackout • Gesundheit • Kultur	• Server neu Verwaltung • Server neu Bauhof und Wasserwerk • PC's, Laptops, Handys • Beamter, Plakatplotter, Drucker, Kopierer • Programme: Buchhaltung, Lohnverrechnung	• Kindergartenoffensive • Freizeitzentrum / Hallen	• Erhaltungsmanagement • Liegenschaftsmanagemen • Energiemanagement • Arbeitseinteilung Bauhof • Wartung Kanal, Wasser

Feldbach
modern verwalten

INFORMATION DER BEVÖLKERUNG	GROSSPROJEKTE	ERWEITERUNG DES ANGEBOTES
• Homepage • Zeitung • Newsletter (Kultur) • Soziale Medien	• Schule der Zukunft • ÖEK • Flächenwidmungsplan • Straßensanierungsoffensive • Geh- und Radwegprogramm	• Spielplatzoffensive • Bewegungspark • Online buchen Freizeitzentrum • Kompostieranlage • Umfassende Bereitschaftsdienste

Die Neue Stadt Feldbach sicher und zukunftsfähig gestalten

Die Rückeroberung der Gestaltungskraft beflügelt die Stadtgemeinde und ihr Entwicklungspotenzial. Die zukunftsfähige Gestaltung meint insbesondere auch die Infrastrukturentwicklung der großen neuen Stadt.



Infrastrukturentwicklung

Die Infrastruktur (die kommunale Einrichtungen) ist ein zentraler Bereich der zukunftsfähigen Gestaltung.

Zu den Basisqualitäten einer guten Standort- und Wirtschaftsentwicklung zählt auch die gute Anbindung der neuen Stadt an die übergeordneten Zentren wie Graz oder Wien.

Eine Forderung vorab

Hier fordert die Stadt den längst überfälligen

- **Ausbau der B68**

sowie eine raschere

- **Anbindung an die A2 vor Ilz.**

Die Infrastruktur der Stadt mit Weitblick zu gestalten, ist für den Erfolg der langfristigen Positionierungen wesentlich.

Ein Grunderfordernis für eine erfolgreiche gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung stellt die Entfaltung der raumwirksamen Kräfte dar. Hier sind globale Trends genauso gemeint, wie bewusst induzierte Infrastrukturimpulse für mehr Entfaltungsmöglichkeiten. Folgende bauliche Maßnahmen beflügeln die Positionierungen Einkaufsstadt, Wirtschaftsstadt, Kulturstadt, kinder-, jugend- und familienfreundliche Stadt und Gesundheitsstadt.

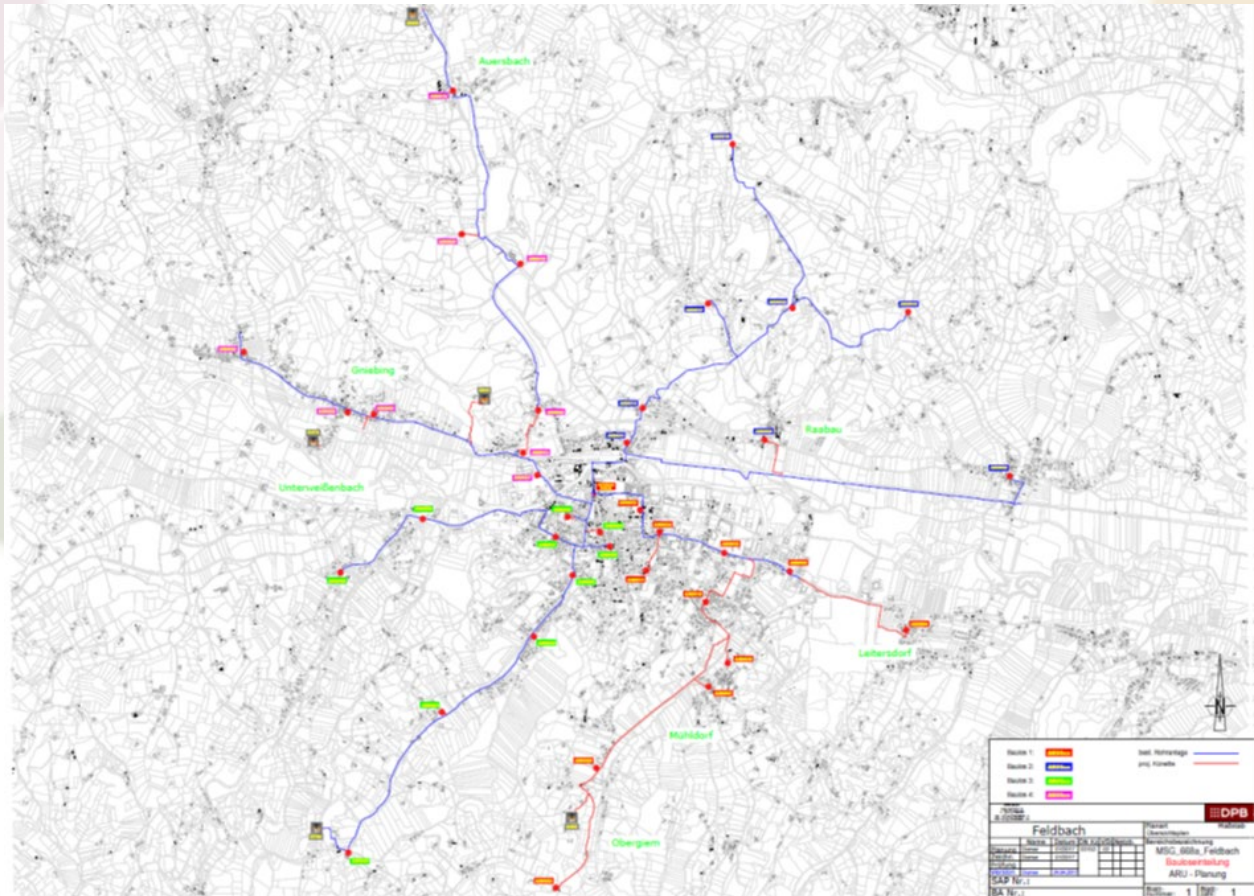
Die beflügelnden Infrastrukturimpulse im Konkreten sind:

▪ **Der Breitbandausbau**

- **Erste Phase** abgeschlossen: 38 ARUs (Access Remote Units) mit Glasfaser flächendeckend im Gemeindegebiet verteilt sind anschlussfertig.

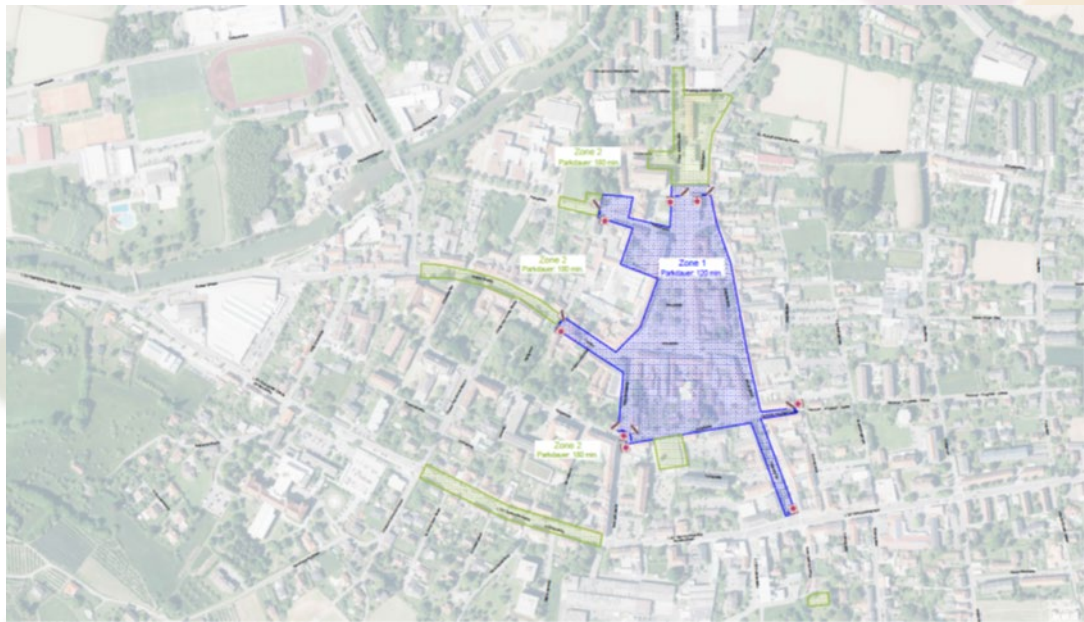
85 Prozent aller Haushalte und Betriebe auf Feldbacher Gemeindegebiet sind mit Breitband versorgt, bei 60 Prozent sind Bandbreiten von mehr als 50 Mbit/s möglich. Zusätzliche Bandbreitesteigerungen sind durch die hybride Lösung mit LTE machbar. Sie sind mit Glasfaser von der Hauptschaltstelle in der Franz-Josef-Straße versorgt. Ausgehend von den ARUs werden über Glas- oder Kupferleitung Unternehmen und Wohnhäuser angebunden.
- **Zweite Phase:** FTTH (fibre to the home) bringt schnelles Internet via Glasfaser in jedes Haus und in jede Wohnung. Dieser Schritt steht 2020 bevor.

Die Grafik unterhalb zeigt die im Rahmen des Breitbandausbaus installierten ARUs (rot), Access Remote Units, im Gemeindegebiet Feldbach. Die Neue Stadt Feldbach ist flächendeckend versorgt. Der nächste Schritt (FTTH) steht bevor.



▪ **Die Optimierung der verkehrstechnischen Erschließung**

- **Verkehrskonzept**
 - ✓ Ein langfristiges Verkehrskonzept bringt der Neuen Stadt Feldbach Entwicklungssicherheit
- **Parkplatzoffensive** stärkt die Einkaufsstadt
 - ✓ Schaffung von 500 neuen Parkplätzen
 - ✓ Parkplatzmanagement neu (neue Zoneneinteilung)



- **Kreisverkehre und Abbiegespuren** für besseren Verkehrsfluss
 - ✓ Kreisverkehr „Kloster“
 - ✓ Kreisverkehr „Hauptplatz West“
 - ✓ Kreisverkehr „Bahnhof“
 - ✓ Kreisverkehr „Brückenkopfgasse“
 - ✓ Kreisverkehr „Knoten Ost, Mühldorf/Obi“
 - ✓ Kreisverkehr „L201, Ottokar-Kernstock-Straße“
 - ✓ Kreisverkehr „Ringstraße, Bismarckstraße“ (in Planung)
 - ✓ Kreisverkehr „L201, Unterweißenbach“ (in Planung)
 - ✓ Kreisverkehr „Gewerbegebiet Leitersdorf“ (in Planung)
 - ✓ Abbiegespur Umfahrung „Knoten Ost“
- **Straßensanierung und -neubau**
 - ✓ Neubau L221 Merkur-Kreisverkehr bis Raabau Abzweigung Mühldorf
 - ✓ Neubau Gleichenbergerstraße/Schillerstraße Kreuzungsbereich

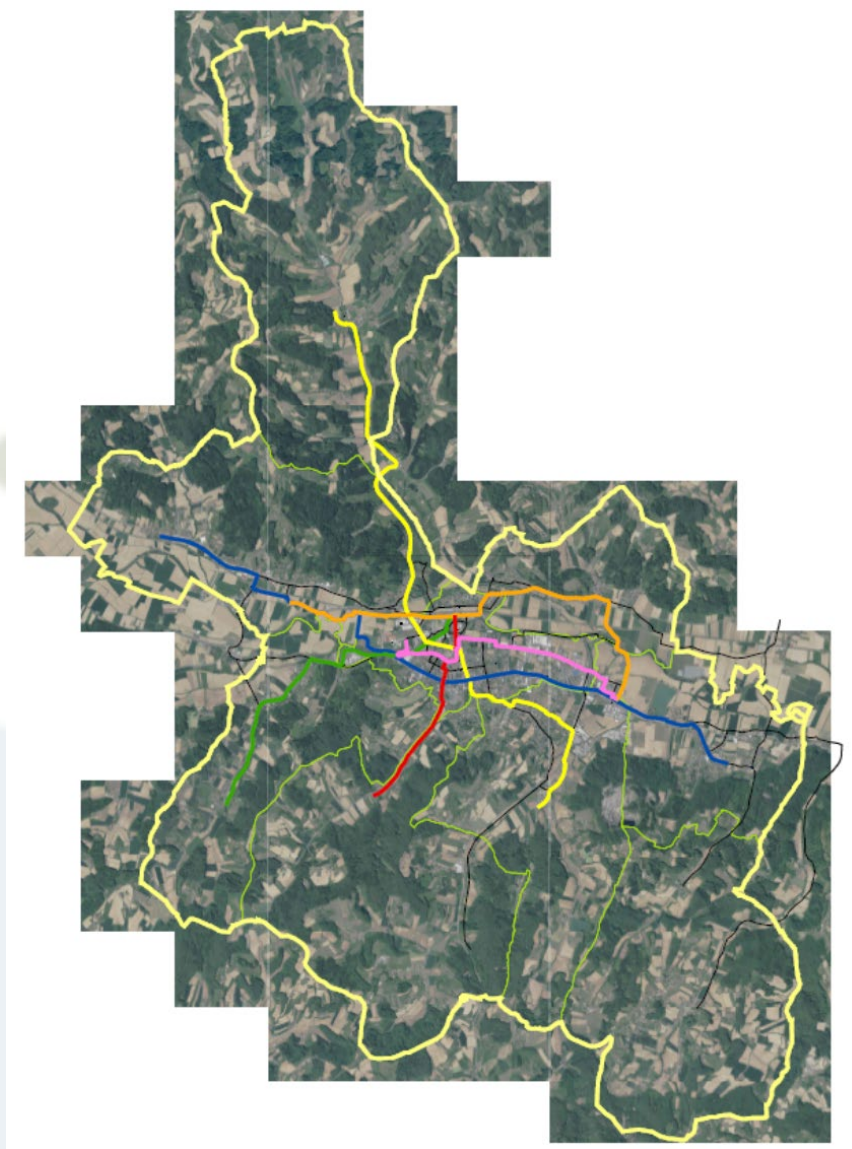
○ **Pilotprojekt Multimodalität**

- ✓ Unterschiedliche Mobilitätsformen sichtbar machen
- ✓ Neubeschilderung von 58 Haltestellen
- ✓ Feldbach mobil – Mobilitätsplattform
- ✓ Erhebung aller Mobilitätsmöglichkeiten

Ausbau und Attraktivierung des Radwegenetzes. Sharrows (Bodenmarkierungen) machen sie sichtbar. Zudem werden im Rahmen der Multimodalität auch E-Tankstellen und Buslinien/-haltestellen sichtbar gemacht. In der unterhalb dargestellten Innenstadtansicht sind bereits die 2019 neu gebauten Kreisverkehre berücksichtigt. Sie sorgen dienen der Sicherheit und sorgen für einen flüssigeren Verkehr.

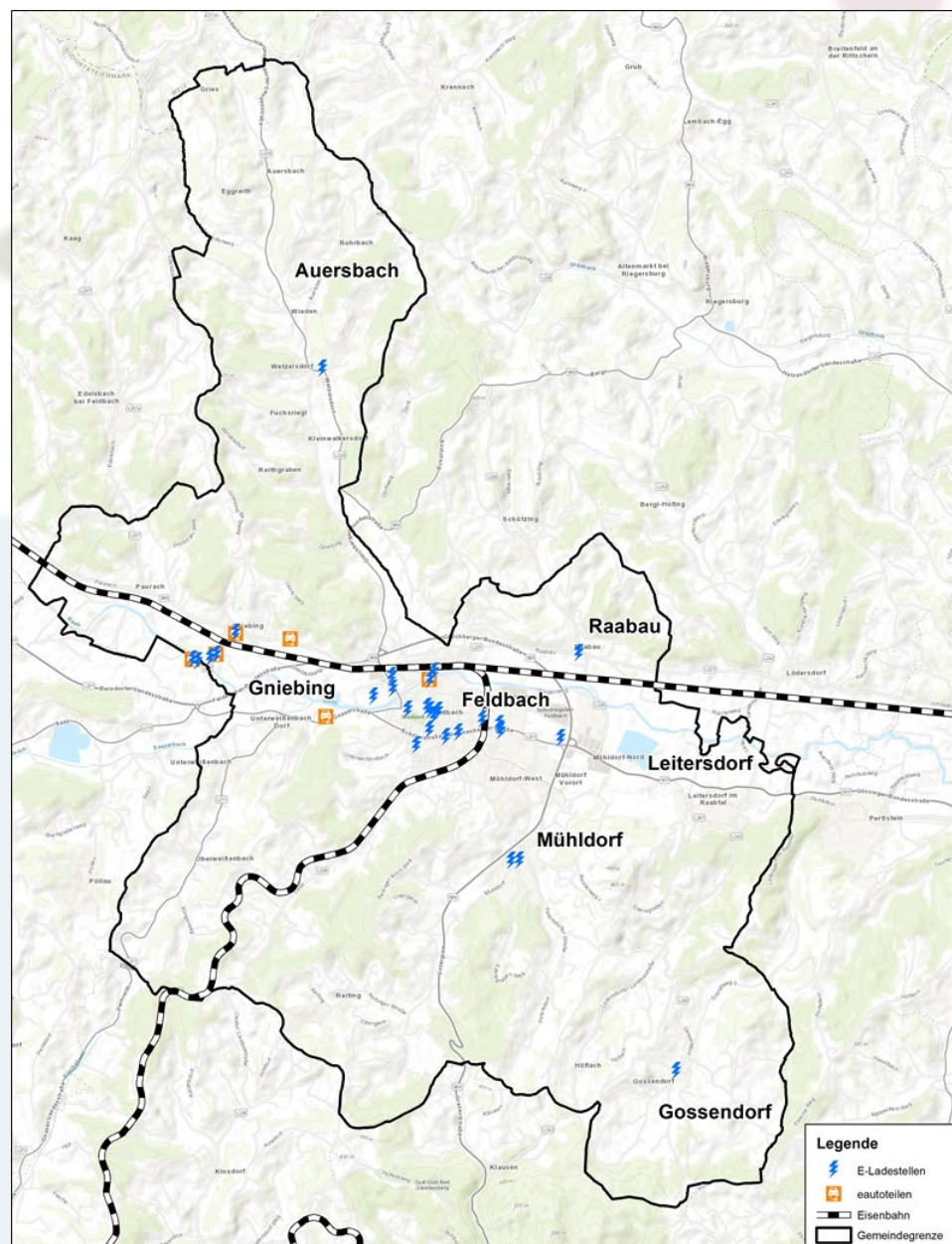


- **Radwegekonzept** entlastet Verkehrs- und Parkplatzsituation und steigert die Attraktivität der Stadt
 - ✓ Ausbau und Markierung der Radwege der neuen Stadt Feldbach
 - ✓ Definition von Sharrows für die Hauptradwege – 6 Hauptrouten verbinden die Ortsteile mit der Innenstadt
 - Ziel: Erreichbarkeit der gesamten Gemeinde mit dem Rad (sanfte Mobilität)



- ✓ Ladesysteme für Elektrofahrrädern an zentralen Punkten
- ✓ Sichtbarkeit unterschiedlicher Mobilitätsformen und Anbindungen durch das Projekt der Multimodalität
- **Grünraumkonzept** attraktiviert die Stadt
 - ✓ Für jeden neuen Parkplatz wird ein Baum gepflanzt

- ✓ Alleen an den zentralen Einfahrtsbereichen der Stadt
- ✓ Attraktive Bepflanzung Kreisverkehr-Inseln
- ✓ Grüner Stadtkern
- **Innovatives Taxisystem**
 - ✓ Maximale Sichtbarkeit im Rahmen der Multimodalität
 - ✓ Gesamtregionale Vernetzung der Taxiunternehmen
 - ✓ Eine Nummer für die gesamte Region Vulkanland
- **Die Stärkung der Innenstadt**
 - Ausbau von 22 E-Ladestationen



- **Optimierung des Verkehrsflusses**
- **Optimierung der Verkehrssicherheit**
- Entspannung der Innen- bzw. Einkaufsstadt mit **500 neuen Parkplätzen**
- Sichtbarkeit der unterschiedlichen Mobilitätsformen Innenstadt – Peripherie bzw. Innenstadt – Ortsteile durch die **Multimodalität**
- Neues **Parkmanagement**
- **Barrierefreiheit** und behindertengerechte Ausstattung
 - ✓ Bahnhof
 - ✓ Busbahnhof
- Umsetzung **Motorikpark**



- **ZENTRALE Standortentscheidung:**
Die **Schule der Zukunft** bleibt in der Innenstadt
 - ✓ Damit bleibt die künftig größte Neue Mittelschule der Südoststeiermark im Zentrum der Stadt
 - ✓ Damit bleiben die Schüler der Innenstadt erhalten und mit ihr in Beziehung
 - ✓ Damit bleiben die Eltern mit der Innenstadt in Beziehung



- **Die bauliche/strukturelle Stärkung der Daseinsvorsorge**
 - Kindergartenoffensive
 - Kinderspielplatzoffensive
 - Schaffung eines Sommerkindergartens
 - Bauhof neu

- **Stärkung der Zukunftsfähigkeit der Stadt**
 - Vorsorgemodell – Blackout-Vorsorge
 - Erhaltungsmanagement für die Daseinsvorsorge (Kanal, Wasser)
 - Energievision 2025
 - ✓ Dachkatasterplan für Sonnenenergienutzung
 - Klima- und Energiemodellregion
 - ✓ Grüner Stadtkern
 - ✓ Wasserrückhalt in der Landschaft
 - ✓ Versickerungsfähige Parkplätze
 - ✓ Pro Parkplatz ein Baum
 - ✓ Forcieren von Wasserzisternen für Brauchwasser

Die Neue Stadt Feldbach in die **Zukunftsfähigkeit** der Stadt und ihrer Bürger. Infrastrukturmaßnahmen baulicher Art und im Kopf der Menschen sorgt für die **Resilienz** (vergleiche dazu auch das Modell der Salutogenese im Kapitel „Rolle der Stadt in ihrem Umfeld“) der Stadt.

Ziel dieser Initiativen ist es, einen zukunftsfähigen **Lebensstil** in der Stadtgemeinde und ihren Haushalten zu verankern. Feldbach legt darauf Wert, auch infrastrukturelle Eingriffe zum Wohle der Umwelt zu kompensieren – Stichwort: Pro Parkplatz ein Baum.

Vorgaben wie Wasserrückhalt in der Landschaft, Versickerungsmöglichkeiten, grüner Stadtkern, Dachkatasterplan für die optimale Nutzung der Dächer für die Energieerzeugung, Begrünungsoffensive etc. sorgen für eine **nachhaltige Infrastrukturentwicklung**.

Im Bereich des Resilienzaufbaus setzt Feldbach auf **die Sicherung der öffentlichen Infrastruktur (Wasser, Abwasser)** auch in Blackout-Situationen. Treibstoffbevorratungsmodelle werden gemeinsam mit **lebensdienlichen Einrichtungen** wie Rotes Kreuz, Freiwillige Feuerwehr oder Polizei umgesetzt. Ausbau der Handysendemasten mit Batterien solle in Krisenzeiten die Kommunikation gewährleisten. Damit einhergehend wird ein umfassender Bewusstseinsbildungsprozess gestaltet.

Das Wirtschaftsservice – eine besondere Rolle in der Standort- und Wirtschaftsentwicklung

Mit dem Ziel der Etablierung eines „dynamischen Wirtschaftsstandortes“ hat die Stadt Feldbach eine **Wirtschaftsservicestelle** eingerichtet.

Der Innovationscharakter dieses Wirtschaftsservices ist einerseits in der **Kooperation der Stadtgemeinde mit dem Tourismusverbandes** zu finden.

Große Befragung

Andererseits basiert das Wirtschaftsservice auf zwei umfassenden Befragungen, die 2015 durchgeführt wurden. Die Einrichtung eines Wirtschaftsservice bzw. die aktive Bewirtschaftung des Wirtschaftsstandortes Feldbach wurde von der Bevölkerung mit großer Zustimmung bedacht.

2.437 Fragebögen wurden ausgefüllt. Die Rücklaufquote lag bei 22 Prozent. Mehr als 1.000 Menschen nutzen die Befragung, um auf offene Fragen umfassende Antworten zu geben. In Summe wurden mehr als 20.000 Antworten gegeben.

Neben statistischen Daten standen diese Themen im Mittelpunkt:

- Familie und Gemeinschaft
- Eltern und Großeltern
- Menschlichkeit
- Sicherheit
- Bildung für ein erfülltes Leben
- Gesundheit und Pflege
- Sport
- Lebenskultur
- Inklusion/Integration – miteinander leben in Vielfalt
- Regionalwirtschaft
- Energie und Ökologie
- Lebensraum Region
- Regionsgemeinde Stadt Feldbach
- Einrichtungen und Infrastrukturen im Stadtzentrum
- Der eigen Ortsteil bzw. Wohnort

Im selben Atemzug wurde eine umfassende **Betriebsdatenbank** erhoben bzw. zu für Themenfelder erfragt. In der Betriebsdatenbank festgehalten wurden: Branchenübersicht im Detail, Stärkefelder, Vernetzung und Markt, Stand der Mitarbeiter und Lehrlinge, etwaig anstehende Nachfolge und Betriebsübergabe, Landwirtschaften als Teil der Regionalwirtschaft, zukünftige Entwicklungspotenziale der Betriebe, „Top of Feldbach“ der Betriebe etc.

Die Anliegen der Wirtschaft flossen ins Betätigungsfeld des Wirtschaftsservices ein.

Die Aufgaben des Wirtschaftsservices:

- Bestandspflege - Unterstützung der Betriebe vor Ort
- Betreuung der Betriebsnachfolge
- Begleitung Neugründer und Betriebsansiedelung
- Immobilien- und Grundstücksentwicklung
- Leerstandsmanagement und -inwertsetzung
- Unterstützung der Quartiersformate
- Standortentwicklung
- Unterstützung der wirtschaftlichen Positionierung
- Stadtmarketing/Prozessbegleitung IWB & Co.

Das Wirtschaftsservice der Neuen Stadt Feldbach

	Stadt- gemeinde Feldbach Ingrid Herbst Kirchenplatz 2, 8330 Feldbach Tel: 03152/2202-316 herbst@feldbach.gv.at www.feldbach.gv.at		Tourismus- verband Feldbach Christine Neuhold Hauptplatz 1, 8330 Feldbach Tel: 03152/3079-0 info@feldbach-tourismus.at www.feldbach-tourismus.at
■ Unterstützung der Betriebe vor Ort - Bestandspflege ■ Betreuung Betriebsnachfolge ■ Neugründer und Betriebsansiedelung ■ Immobilien- und Grundstücksentwicklung und Leerstands-inwertsetzung		■ Kooperative Wirtschaftsaktionen (z.B. Lange Nacht des Einkaufs, 8-Städtegutschein, Advent etc.) ■ Veranstaltungen der Wirtschaft zur Stadtbelebung und Imagebildung ■ Erarbeitung und Umsetzung des Tourismuskonzeptes	
■ Unterstützung der Quartiersformate ■ Stadtmarketing ■ Standort- und wirtschaftliche Positionierung: Feldbach - Die Wirtschaftsstadt, Feldbach - Die Einkaufsstadt, Feldbach - Die Gesundheitsstadt, Feldbach - Die Bildungsstadt, sowie in Kooperation: Feldbach - Die Kulturstadt			
FELDBACH DIE WIRTSCHAFTSSTADT Unser Ziel: „Die Stärkung der regionalen Wirtschaft.“		FELDBACH DIE EINKAUFSTADT Unser Ziel: „Alles, was es zum Leben braucht.“	

Die Arbeit zu den Menschen bringen

„**Die Arbeit zu den Menschen bringen**“ ist in diesem Zusammenhang das auf die kürzeste Formel zusammengefasste Ziel der Standort- und Wirtschaftsentwicklung der Neuen Stadt Feldbach.

Die Feldbachs Entwicklungsleitlinien mit „modern verwalten“ und „sicher und zukunftsfähig gestalten“ gehen genauso in diese Richtung wie die folgend erörterte Positionierung.

Pendlerzumutbare Distanzen

Der im Rahmen des diesem Projekt vorgeschalteten IWB-Programms zu entwickelnde **Kompetenzraum Südost** ist ein tauglicher Weg, um Pendlerströme langfristig einzudämmen, Arbeitsplätze für ein breites Spektrum an Berufen und Ausbildungsstufen vor Ort zu schaffen und **mitteleuropäische Impulsregion** für die nachhaltige, kleinstrukturierte Lebensmittelproduktion zu werden. Menschen wählen auf lange Sicht Lebensmittelpunkte, von denen aus der eigene Arbeitsplatz in einer „pendlerzumutbaren Distanz“ (unter 45 Minuten) erreichbar ist.

Sämtliche Positionierungen sind dem Ziel „Arbeitsplätze vor Ort zu schaffen“ zuträglich. Wenn sie nicht unmittelbare wirtschaftliche bzw. arbeitspolitische Wirkung zeigen, so sind sie mittelbar als Lebensqualitätsbringer relevant.

Die Weiterentwicklung aller **Positionierungen** sorgt für ein „gutes Gefühl“ („da tut sich was“) und die Motivation, Feldbach als Wirtschaftsstandort noch stärker zu nutzen, sowohl im Handel, im Bereich der Dienstleistung und/oder im Gewerbe bzw. der Produktion und Landwirtschaft. Denn Erfolg und Dynamik wirken ansteckend.

Bekenntnis zur endogenen Entwicklung

Nicht nur Regionen, sondern auch Land und Bund müssen sich für eine gute regionale Entwicklung zur Bedeutung endogener Regionsentwicklungen bekennen und die Wirkung für funktionierende Regionen sehen, in denen kein Rückbau von Infrastruktur bzw. in Relation zu Zentralräumen günstiger Ausbau der Infrastruktur möglich wird.

Auch die Forderung nach einer angemessenen Verkehrsverbindung (B68 und A2-Anbindung Ilz) ist für die gedeihliche Standort- und Wirtschaftsentwicklung wesentlich.

Der Breitband-Ausbau ist schließlich ein weiterer zentraler Aspekt einer barrierefreien Standort- und Wirtschaftsentwicklung.

Auf die Bedeutung der Festlegung des regionalen Generalthemas Kulinarik 2.0 „Lebensmitteltechnologie“ für die Standort- und Wirtschaftsentwicklung wird im Kapitel „Positionierung Wirtschaftsstadt“ eingegangen.

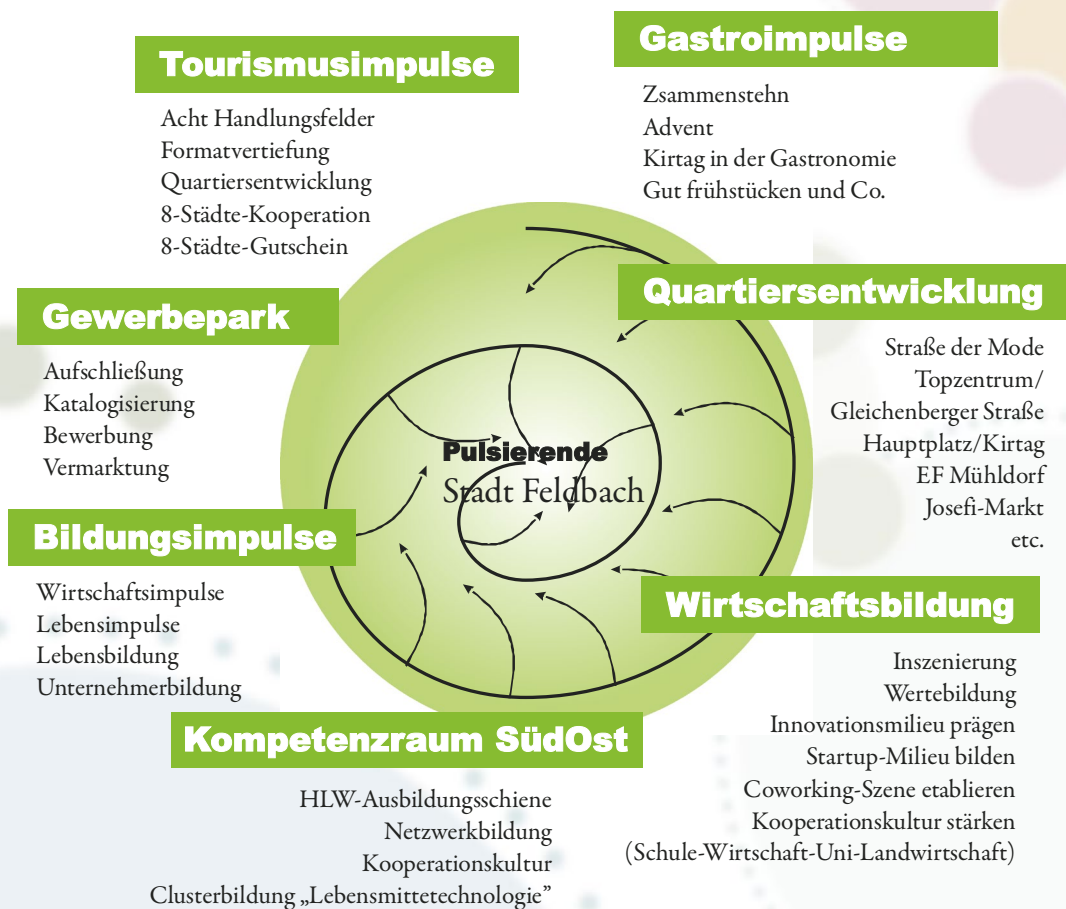
Die endogene Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Feldbach und die dafür entscheidenden Voraussetzungen:



*Ständige Bespielung sorgt für eine Milieubildung
und die Potenzierung der Zentripetalkraft:*

MILIEUBILDUNG

Modell der Zentripetalkraft-Potenzierung



Die Neue Stadt Feldbach neu positionieren

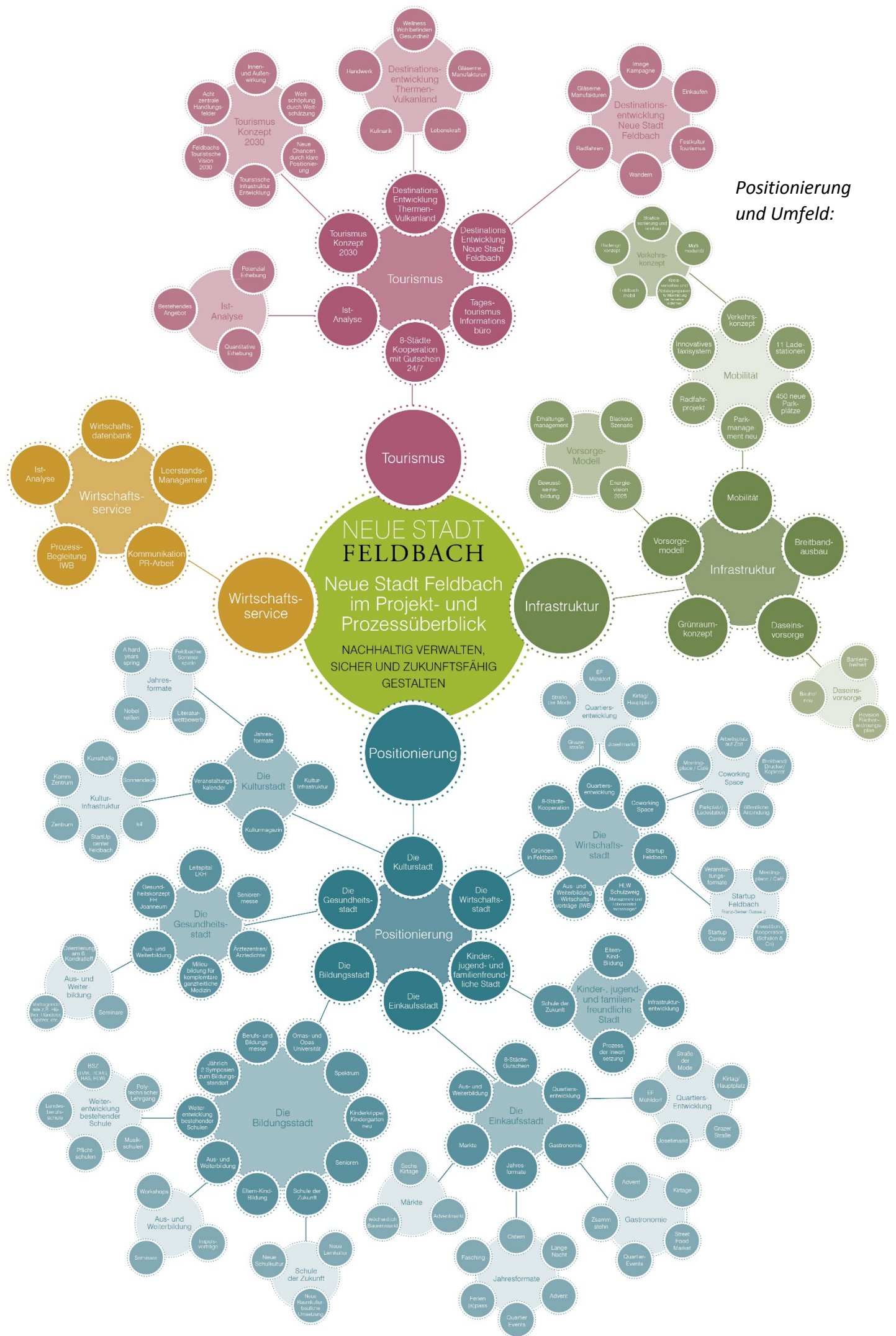
2015 wurde als Ziel festgesetzt, die große Neue Stadt Feldbach in verschiedenen Entwicklungsfeldern zu positionieren, um das Potenzial der Stadt und seiner Stärkefelder zu entfalten.

Die sechs Positionierungen greifen ineinander, ergänzen und bereichern sich und befruchten die gesamtkommunale Entwicklung. Die Stadtgemeinde als zentrale Verwaltungseinheit im Zentrum profitiert von der Potenzialentfaltung in den fünf weiteren Bereichen. Die Kernaufgabe der Stadtverwaltung, modern verwalten und zukunftsfähig gestalten, orientiert sich an den Positionierungsbereichen.

Thematische Positionierung:

- (1) Die Wirtschaftsstadt – *Die Arbeit zu den Menschen bringen*
- (2) Die Einkaufsstadt – *Alles, was es zum Leben braucht*
- (3) Die Bildungsstadt – *Bildung für ein erfülltes und nachhaltiges Leben*
- (4) Die Kulturstadt – *Inspiration des Lebens*
- (5) Die Gesundheitsstadt – *tut gut*
- (6) Die kinder-, jugend- und familienfreundliche Stadt





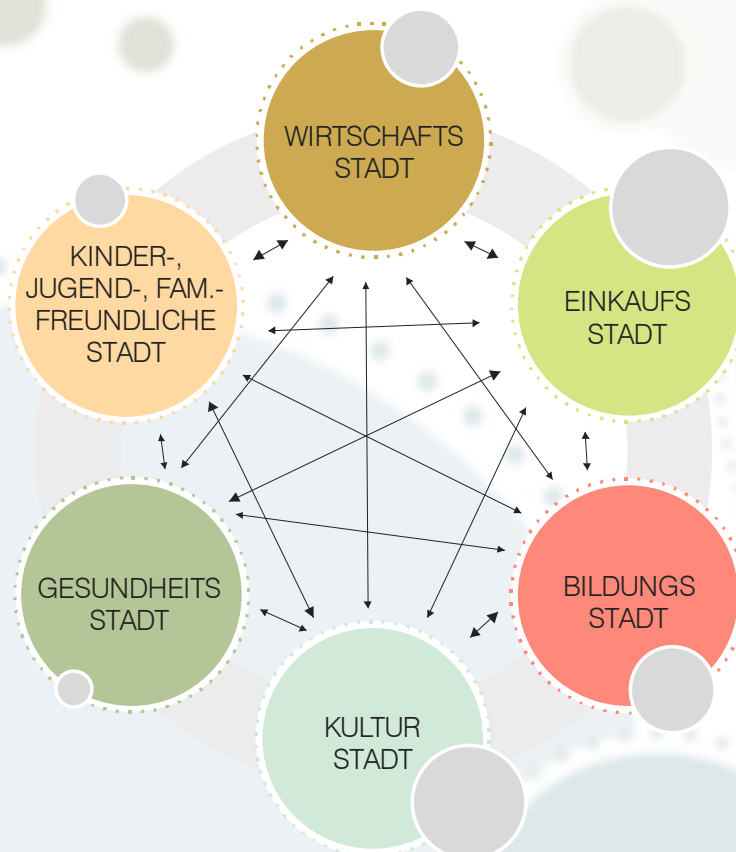
Positionierung und Umfeld:

Positionierung und Potenzial

Die diesem Konzept beigelegte bmm-Marktforschung belegt, dass nach nur wenigen Jahren die einzelnen **Positionierungen** der Neuen Stadt Feldbach greifen. Sie **überspringen in ihrer Wichtigkeit deutlich die 80-Prozent-Marke** der Wahrnehmung der Bevölkerung. Sie können somit als gelungener Weg bewertet werden.

Mehr als die Hälfte der Befragten **sieht** damit eine **Lebensqualitätssteigerung** verbunden. Dieses Ergebnis kann als starke Ermutigung für die Fortführung dieses Weges gesehen werden.

*Wirkungszusammenhang der Positionierungen
und ihre Reifegrad in der Umsetzung:*



Hier erkennt man klar, dass der „Reifegrad“ bzw. die strukturelle Verankerung für die Positionierung der Kulturstadt und der Einkaufsstadt bzw. in weiterer Folge der Bildungsstadt am höchsten bzw. am weitesten fortgeschritten ist.

Positionierung 1

FELDBACH

DIE WIRTSCHAFTSSTADT

Mit der Bezirksstrukturreform wurde der Wirtschaftsstandort Feldbach zusätzlich aufgewertet. Die Gemeindestrukturreform schuf schließlich einen Wirtschafts- und Lebensraum mit 14.000 Einwohnern, die fünftgrößte Stadt der Steiermark.

Als Einkaufs- und Wirtschaftsstadt nimmt Feldbach in der Südoststeiermark eine zentrale Rolle ein.

Die weitere inhaltliche Vertiefung und Weiterentwicklung der Wirtschaftsstadt ist eine zentrale Herausforderung der NEUEN Stadt Feldbach.

„Die Arbeit zu den Menschen bringen“

Die Marke „Feldbach – die Wirtschaftsstadt“ bündelt die Kräfte in einem gemeinsamen Bild. Das schafft mentale Entwicklungssicherheit und jene Sichtbarkeit, die nötig ist, um eine langfristige, erfolgreiche Entwicklung zu ermöglichen.

Der Slogan „Die Arbeit zu den Menschen bringen“ bringt die zentrale Herausforderung der Wirtschaftsstadt auf den Punkt. Damit einher geht die Attraktivierung der Stadt als umfassend nahversorgter Lebensraum.

Lebensqualität wirkt auf Unternehmen anziehend

Unternehmen der Zukunft suchen Lebensqualitätsräume mit Breitbandanbindung, attraktiver Szenenbildung oder intakten Lebensräumen. Die These dieses Konzeptes: Zentrallagen verlieren zugunsten dezentraler Lebensqualitätsräume mit guter Infrastruktur.

Hier setzt die Neue Stadt Feldbach an, eingebettet in der Zukunftsregion Steirisches Vulkanland, an.

Die Wirtschaftsstadt beflügelnde Themenfelder

- Breitbandoffensive in zwei Phasen
- Wirtschaftsservice
- kontinuierliche Aus- und Weiterbildung
- Gewerbeparkentwicklung
- Startup- und Coworkingspace

- Vertiefung aller Positionierungen als wertvolle Querschnittsmaterie
- Kompetenzraum SüdOst für Lebensmitteltechnologie
- Ausbildungszweig HLW für Lebensmitteltechnologie
- 8-Städte-Kooperation
- Quartiersentwicklung zur Innenstadtstärkung

Warum Standort- und Wirtschaftsentwicklung?

Die Standort- und Wirtschaftsentwicklung ist nicht schicksalhaft. Feldbach erkennt, dass sie offensiv und endogen vorangetrieben werden kann und muss. Entsprechend werden die Wirtschaft beflügelnde Initiativen aktiv vorangetrieben. Feldbach erkennt die Bedeutung einer offensiven Betriebsansiedlung bzw. einer offensiven Entwicklung von Unternehmertum.

Klares Ziel

- Kompetenzaufbau
- Betriebsansiedlung
- Neue Arbeitsplätze

Wo stehen wir?

Feldbach hat die Wirtschaftsstandortentwicklung eingeleitet. Das Beginnen wurde geschafft. In einem umfassenden Bürgerbeteiligungsprozess wurde die Bevölkerung befragt. Auf die Frage „Soll die Regionsgemeinde Stadt Feldbach eher die Ansiedlung von Unternehmen oder die Entwicklung der regionalen Betriebe unterstützen?“ antworteten die Feldbacher wie folgt:

- 28,1% sind eher für die Ansiedlung von Unternehmen.
- 71,9% sind für die Unterstützung der Entwicklung heimischer Betriebe.

Und:

- Knapp 43% der Feldbacher haben schon einmal oder gar oft (8%) daran gedacht, sich selbstständig zu machen.

Daraus kann gefolgert werden, dass die Feldbacher Bürger die Bedeutung einer endogenen Wirtschaftsentwicklung erkennen bzw. in vielen von ihnen der Keim des Unternehmertums keimt.

Wo wollen wir hin?

Die Neue Stadt Feldbach soll im „Mindset“ des regionalen, aber auch steirischen Unternehmertums eine „abrufbare“ Rolle spielen. Unternehmertum der Zukunft ist weniger ortsbestimmt und mehr netzwerkbestimmt bzw. Ausdruck eines unternehmerischen Milieus, eines Äthers der inspirierend, befruchtend und anziehend wirkt. Im Kapitel „soziokulturelles Milieu“ wird darauf näher Bezug genommen. Die Stadt Feldbach spielt eine zentrale Rolle für ihr Umland.

Pole Position im Ländlichen Raum der Steiermark bzw. im Südosten Österreichs hinsichtlich

- Gründerrate
- Startup-Szene
- Schaffung von Arbeitsplätzen
- Unternehmensgründungen
- Unternehmerfreundlichkeit

Was müssen wir dafür tun?

Feldbach geht mit vier wesentlichen Schwerpunkten in eine kraftvolle Zukunft:

1. Feldbach betreibt Standort- und Wirtschaftsentwicklung aus eigener Kraft	2. Feldbach treibt die Startup-Milieubildung voran gründet ein Startup-Center mit langfristiger Ausrichtung
3. Feldbach schafft einen Coworking-Space als Gestaltungsraum für Unternehmertum	4. Feldbach sorgt für eine aktive Gewerbegründeentwicklung und -vermarktung
5. Aufbau Kompetenzraum SüdOst für Lebensmitteltechnologie (Clusterbildung)	

Standort- und Wirtschaftsentwicklung

- Vertiefung des Wirtschaftsservices der Neuen Stadt Feldbach.
- Kontinuierliche Aus- und Weiterbildung bzw. Wirtschaftsbildungsvorträge für den weiteren Imageaufbau.
- Weiter aktive Bespielung der Themenfelder einer befruchtenden Wirtschaftsentwicklung.

Startup-Center

Ziel ist die Gründung und Etablierung eines Startup-Centers im Zentrum der Neuen Stadt Feldbach.

- i. Inhaltliche Aufbereitung Startup Center bzw. Startup-Kultur, angelehnt an Erfolgsbeispiele in großstädtischen Räumen
- ii. Begleitende Workshops zur Umsetzung (analog zum Erfolgsbeispiel Ideen-Triebwerk)
- iii. Bauliche Umsetzung
- iv. Inhaltliche Bespielung und Milieubildung

Warum ein Startup Center?

Entrepreneurship ist eine Grundhaltung, die es auch in ländlichen Räumen zu entfalten gilt. Diese Entfaltung braucht neue Wege. Das Startup Center sollte damit nicht in erster Linie das Ziel verfolgen, Auslastung zu generieren, sondern Möglichkeitsräume, Begegnungsräume, Kooperationspotenziale zu schaffen.

Damit ist das Startup Center ein Instrument der Milieubildung.

Wikipedia zur Begriffsdefinition von Entrepreneurship: Der Begriff Unternehmertum (engl. entrepreneurship, von frz. entreprendre, dt. unternehmen), auch Unternehmmergeist, Gründertum, Gründerszene oder Gründerkultur, beschäftigt sich als wirtschaftswissenschaftliche Teildisziplin mit dem Gründungsgeschehen oder der Gründung von neuen Organisationen als Reaktion auf identifizierte Möglichkeiten und als Ausdruck spezifischer Gründerpersönlichkeiten, die ein persönliches Kapitalrisiko tragen.

Startup Feldbach positioniert sich als Begegnungs-, Bildungs- und Kooperationszentrum:



Das Startup-Center, begleitet von einer umfassenden Milieubildung (niederschwellige Aus- und Weiterbildung), gepaart mit einem Coworking-Space, stärkt die (jung)unternehmerische Szene der Region. Ziel ist die Vernetzung junger Menschen mit Unternehmern, Förderstellen bzw. mit kreativen Kräften der Region und darüber hinaus.

Das Startup-Center ist einerseits „unkomplizierter Treffpunkt“ von Menschen mit unternehmerischer Sehnsucht, andererseits aber auch Netzwerkknoten für „niederschwellige“ Aus- und Weiterbildung. Stichwort: Startup-Spritzer bzw. Startup-Café etc.

Startup-Center Visualisierung für bessere Vorstellbarkeit:



Aktivitäten zur Etablierung der Startup-Szene:



Coworking Space

Ziel ist die Schaffung eines Coworking Spaces im Zentrum der Neuen Stadt Feldbach.

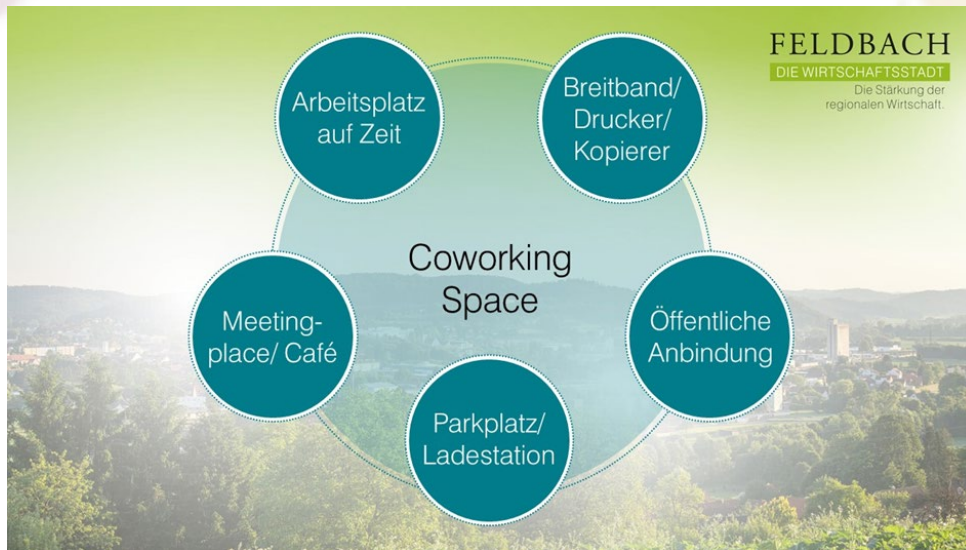
- i. Konzeption Coworking Space
- ii. Begleitende Workshops, Vorträge und Business-Angel-Veranstaltungen etc. zur Umsetzung (analog zum Erfolgsbeispiel Ideen-Triebwerk)
- iii. Bauliche Umsetzung
- iv. Inhaltliche Bespielung und Milieubildung

Warum ein Coworking Space?

Das Coworking Space schafft Möglichkeiten niederschweligen Unternehmertums, des sich Ausprobierens:

- Die technische Infrastruktur, die ein Gemeinschaftsbüro bietet, darf mitbenutzt werden. Teure Anschaffungskosten für Drucker, Scanner usw. ersparen sich Einzelunternehmer somit.
- Bei einem Kundenmeeting können Sie die exklusiven Räumlichkeiten des Gemeinschaftsbüros nützen.
- Der Raum schafft Platz für gesellige und ruhige Zeitgenossen. Wie und ob man sich einbringt, bleibt einem selbst überlassen: ob man jede Gelegenheit nützt, um in der Küche zu plaudern oder die Schallklappen auf seinem Arbeitsplatz hochzieht – jeder, wie er möchte!
- Die Kollegen und Kolleginnen sind gleichzeitig Multiplikatoren und Schlüsselpersonen für Ihr Netzwerk. Oft kommt es vor, dass genau Ihre Leistung gefragt ist, und ein neuer Auftrag flattert Ihnen zu.
- Vorteile insbesondere für Ein-Personen-Unternehmen wie z.B.: Freizeit und Arbeitszeit werden klarer getrennt.

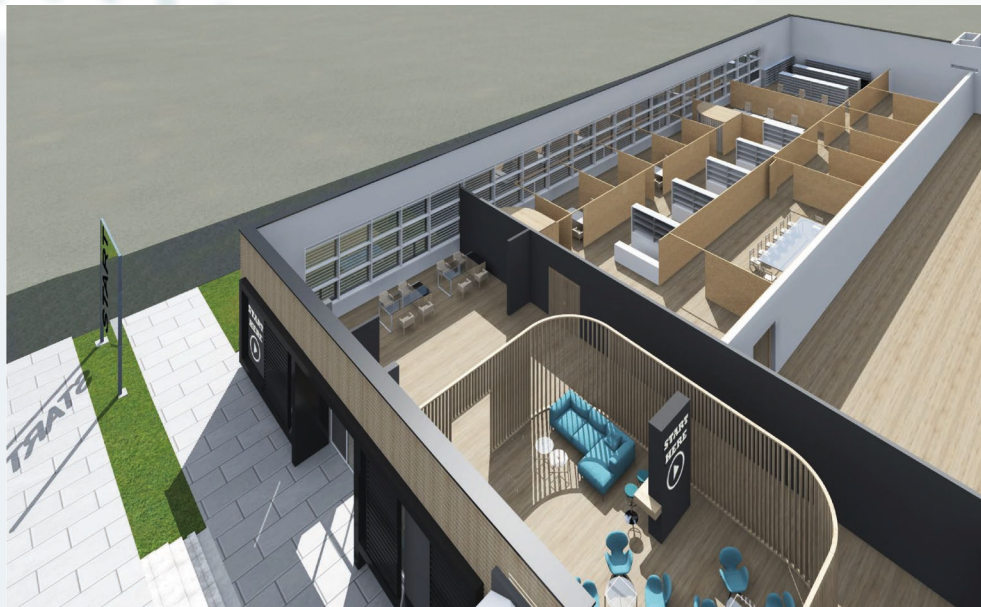
Das Coworking Space sorgt für möglichste barrierefreie erste Schritte ins Unternehmertum und sollte folgende zentrale Anforderungen erfüllen:



Startup Center und Coworking Space sollen sich ergänzen und beflügeln.

Es besteht die Möglichkeit, unkompliziert Besprechungsräume oder auch kurz- und mittelfristig Büroraum (Schreibtisch mit den relevanten Anschlüssen) zu nutzen. Ein wichtiges Ziel: Das Einüben bzw. die Annäherung hin zur Selbstständigkeit und Abbau von mentalen, aber auch bürokratischen Barrieren.

Innerhalb des Startup-Centers wird ein Coworking Space installiert:



Gründe/n in Feldbach

- Gewebeflächen aktivieren
- Gewerbegründe erfassen und katalogisieren
- Gewerbegründe aufschließen:
 - Kanal
 - Wasser
 - Zufahrt
 - Breitband
 - Regenwasserversickerung
 - Hochwasserschutz
 - Gas
 - Fernwärme
- Bebauungsvorschlag für die Gründe
- Marketingstrategie definieren
 - Homepage
 - Folder
 - Katalog
- Vertriebsoffensive – in Allianz mit ganzheitlicher Milieubildung „Kompetenzraum Vulkanland“ und „Kulinarik 2.0“ bzw. „Lebensmitteltechnologie“

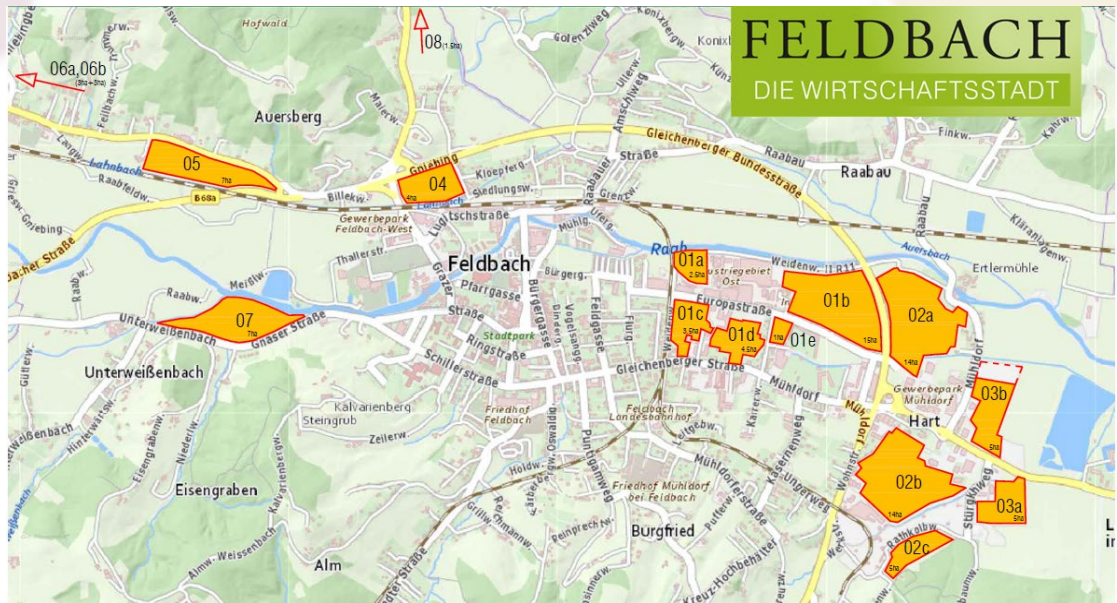
Sichtbarkeit für die Gewerkeparkentwicklung auf den Gewerbegründen selbst und im Internet auf www.feldbach.gv.at/gruenden:

FELDBACH
DIE WIRTSCHAFTSSTADT

Gründe/n in Feldbach
Alle Gewerbegründe auch auf
www.feldbach.gv.at/gruenden, Tel. 03152/2202-316

Das Land Steiermark
Europäische Union
EFRE
Vulkanland

Gewerbegründe in Feldbach:



Datenblätter im Download-Bereich auf www.feldbach.gv.at/gruenden:



FELDBACH
DIE WIRTSCHAFTSSTADT



Gründe/n in Feldbach

1b Europastraße - Ost KG: Feldbach

Fläche: 156.901 m² | Umsetzungskategorie: A

FAKTEN

Entfernung vom Hauptplatz (Luftlinie)	1300 m
Flächen-Widmung:	I 1/0,2 - 1,0(BF)
Gefährdungen:	Hochwasser HQ100
Oberfläche:	eben
Erschließung/ Zufahrt:	einfach
Verkehrsfrequenz:	1520/980
Öffentliche Erschließung:	keine
Bahnanschluss:	Nein

INFRASTRUKTUR

Wasserversorgung	JA
Stromversorgung	JA
Telekom	JA
Breitband	JA
Fernwärme	JA
Gas	JA
SW-Kanal	JA
RW-Kanal	JA

VORGABEN

Wasserrechtliches Projekt	JA
Bebauungsplan	JA (>5.000 m ²)
Baumverordnung	JA
Versiegelungsgrad	JA
Retention	JA

Erschließungsaufwand

Straße/ Beleuchtung/ Wasser/ Kanal/ Strom

Entfernung/ Distanz

nach Graz bzw. Graz Flughafen
nach Wien bzw. Wien Flughafen

Gründe/n in Feldbach

1b Europastraße - Ost KG: Feldbach

Alle Informationen rund um Gründe/n in Feldbach:
Wirtschaftsservicestelle NEUE Stadt Feldbach
Ansprechperson: Ingrid Harbst, Kirchenplatz 2, 8330 Feldbach
Tel.: 03152/2202-316, Email: harbst@feldbach.gv.at
www.feldbach.gv.at/gruenden



1b-Europastraße-Ost: <https://gis.stmk.gv.at>

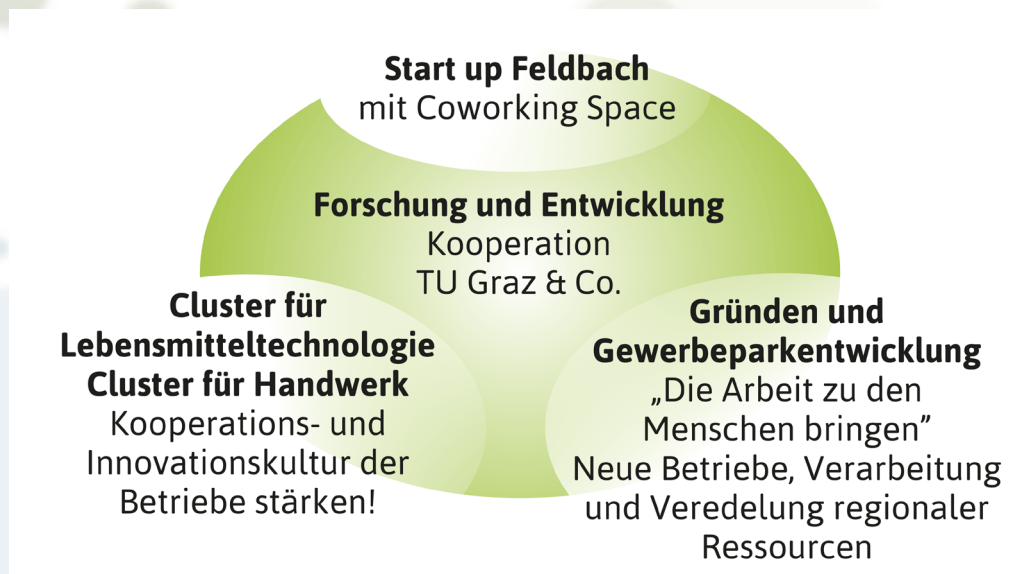
Übersicht Luftbild
Quelle: (c) GIS Land Steiermark

Kompetenzraum SüdOst für Lebensmitteltechnologie

Im Rahmen des Projektes „Investition in Wirtschaft und Beschäftigung - IWB I“ wurde die Sinnhaftigkeit der Wirtschaftsstandortentwicklung der neuen Stadt Feldbach ausgerichtet an der zwei Jahrzehnte andauernden Kompetenzentwicklung des Steirischen Vulkanlandes bestätigt. Mit „Kulinarik 2.0“ geht Feldbach in Allianz mit der Region den Weg hin zum „Kompetenzraum SüdOst für Lebensmitteltechnologie“.

Zur Erreichung dieser Punzierung, regional wie überregional, braucht es eine konstruktive, prozesshafte Vertiefung:

- i. Inspirations- und Motivationsarbeit
- ii. Anbindung an Forschung und Entwicklung (TU Graz & Co.)
- iii. Vernetzung im Rahmen der Bildungsoffensive
- iv. Bildung eines Clusters für Lebensmitteltechnologie im Südosten Österreichs
- v. Technikumsanlage in der HLW und Modellklasse/Schulzweig für „Lebensmittelentwicklung und Management“



Warum ein Kompetenzraum SüdOst für Lebensmitteltechnologie?

Die Analyse der Region zeigt, dass das Steirische Vulkanland ein attraktiver Kompetenzraum mit vielfältigen Aus- und Weiterbildungsstätten, Technikumsanlagen und Erfahrungswissen in den unterschiedlichsten Bereichen ist. Diese Fähigkeiten und Potenziale im Netzwerk sichtbar zu machen und dahinterliegen die Kooperationskultur zu stärken, zeigt sich als zentrale Herausforderung hin zu einem „Kulinarikpark Steirisches Vulkanland“. Es geht angesichts der jüngsten Erkenntnisse also nicht um einen Themenpark, der in einer „Ghettoisierung“ mündet, sondern einen Park, der die gesamte Region als

kulinarisches Eldorado erkennt, wesentliche Anlagen und Erfahrungswissen vernetzt, zugänglich und damit nutzbar macht. Der Kulinarikpark Steirisches Vulkanland ist ein Anlagennetzwerk, das von einer zu etablierenden Kooperations- und Innovationskultur beflügelt wird. Unternehmertum und Produktentwicklung wird so auch mit geringem Mitteleinsatz möglich. Kleinserienproduktion, Versuchschargen und Testproduktionen werden innerhalb der Region dadurch „niederschwellig“ möglich. Die gesamtregionale Ausrichtung fördert die Milieubildung im Zentralraum Feldbach – als Kristallisationspunkt von Aus- und Weiterbildung und langfristig auch als Kompetenzknoten bzw. Drehscheibe der Kompetenzregion (etwa im Startup Center angesiedelt), aber auch von potenziellen Gründern und erfahrenen Unternehmern.

Hier wird empfohlen, der Landwirtschaft in der Neuen Stadt Feldbach und darüber hinaus angesichts der dramatischen Entwicklung in den vergangenen Jahrzehnten – im Bezirk sperrt statistisch alle ein bis zwei Wochen ein Haupt- oder Nebenerwerbsbetrieb zu – neue Bilder einer verheißungsvollen Zukunft zu spiegeln (wie in der Grafik oberhalb dargestellt).

Die Südoststeiermark ist neben Amstetten der **bedeutendste Agrarbezirk Österreichs**. In den vergangenen zwei Jahrzehnten hat sich der Bezirk mit der Marke „Steirisches Vulkanland“ als „die kulinarische Region Österreichs“ einen Namen gemacht. Die Weiterentwicklung dieses Stärkefeldes ist eine zentrale Herausforderung der Zukunft. „Kulinarik 2.0“ will die Produktentwicklung **vom Küchenherd auf das Niveau der angewandten Forschung und Entwicklung** heben. Ziel ist die internationale Konkurrenzfähigkeit (technisch-analytisch wie auch hinsichtlich Innovations- und Entwicklungskraft).

Zur langfristigen Absicherung der Landwirtschaft der Region braucht es eine **Vertiefung der Wertschöpfungskette**. Diese Vertiefung braucht wiederum eine klare Positionierung der Region als „**Kompetenzregion**“ im Bereich der „**Lebensmitteltechnologie**“. Diese Zuschreibung innerhalb der Steiermark und Österreichs bringt neues Entwicklungspotenzial in die Region. Damit wird die Landwirtschaft des Steirischen Vulkanlandes zum Innovationstreiber. Der Ländliche Raum im Südosten Österreichs avanciert damit zum international beachteten Zukunftsraum. Ohne dieses thematische Upgraden läuft die Region Gefahr, die eigene Zukunftsfähigkeit einzubüßen. Die alleinige Rohstoffproduktion würde der kleinstrukturierten Landwirtschaft im Südosten Österreichs mittelfristig zum Verhängnis.

Die Landwirtschaft im Steirischen Vulkanland und im Bezirk Südoststeiermark spielt eine landschaftsprägende Rolle. Sie ist Basis einer nachhaltigen touristischen Entwicklung. Und zugleich ist die Dynamik der **Destination Thermen- und Vulkanland Steiermark Impulsgeber** der landwirtschaftlichen Rohstoffveredelung und Wertschöpfungsvertiefung.

Einerseits bedeutet Landwirtschaft Familieneinkommen und **Beschäftigung** von Erwerbsfähigen, die nicht in den Arbeitsmarkt drängen. Andererseits sind mit der **Vertiefung der Wertschöpfung** bzw. der Steigerung der Innovationskraft neue gewerbliche Betriebsgründungen verbunden (auch dank der Startup-Strategie), die wiederum Arbeitsplatzmotoren sind.

*Kompetenzraum SüdOst für Lebensmitteltechnologie –
F&E-Transfer in den Südosten Österreichs:*



Das Steirische Vulkanland hat sich als Kulinarische Region etabliert. Was fehlt, ist die entwicklungsbeschleunigende Anbindung an die Forschung und Entwicklung bzw. die Etablierung der Lebensmitteltechnologie in der Region.

Daraus leiten sich folgende Zielsetzungen ab:

✓	Etablierung eines Clusters für Lebensmitteltechnologie
✓	Schaffung eines Kompetenzraumes für Lebensmitteltechnologie
✓	Hochwertige Veredelung von regionalen Ressourcen und Dienstleistungen mittels F&E
✓	Kooperationsvereinbarung mit der TU Graz und weiteren Forschungseinrichtungen
✓	Schaffung eines Kompetenzcenters für Lebensmitteltechnologie und Definition der Aufgaben wie (Vernetzung, Vermittlung, etc.)
✓	Ansiedelung von den Kompetenzraum stärkenden Betrieben
✓	Schaffung von regionalen Arbeitsplätzen im Kulinarikbereich und assoziierten Bereichen (z. B. Sachgüterproduktion)
✓	Etablierung einer „Schule für Lebensmitteltechnologie“ im Zentrum des Kompetenzraumes – in Feldbach
✓	Vernetzung des Lebensmittelclusters mit dem Startup Center
✓	Etablierung eines Gründer- und Innovationsmilieus
✓	Schaffung einer Business-Angel-Kultur

Kompetenzraum SüdOst mit Kompetenzzentrum Feldbach:

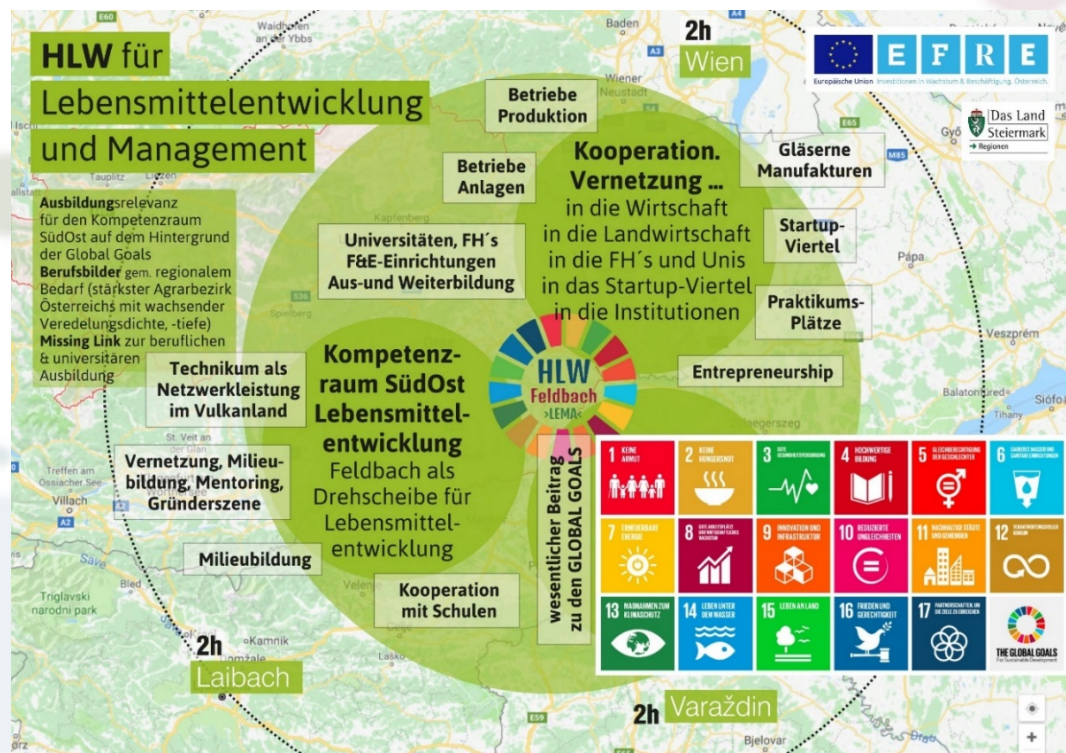


Warum eine HLW für Lebensmitteltechnologie?

Die Schaffung einer Ausbildung zur Lebensmitteltechnologie ist ein Grunderfordernis, um die regionale Ernsthaftigkeit der Entwicklung dieses Stärkefeldes zu untermauern. Für die Entwicklung des Kompetenzraumes für Lebensmitteltechnologie braucht es gut ausgebildete Mitarbeiter.

Die HLW Feldbach hat im Bereich der Etablierung einer entsprechenden Schulausbildung Vorarbeit geleistet und bemüht sich um einen Ausbildungszweig. Die Berufsaussichten in einer Region der kulinarischen Vielfalt auf dem Weg der lebensmitteltechnologischen Höherpositionierung sind verheißungsvoll.

*Konzeption der „HLW für Lebensmittelentwicklung und Management“
(Arbeitstitel):*



Die Etablierung einer übergeordneten Ausrichtung für die Region und die Übernahme einer führenden Rolle in der Kommunikation bzw. Beispielung der „Bildungsregion“ mit dem Thema Lebensmitteltechnologie als Upgrading der kulinarischen Stärke des Steirischen Vulkanlandes stärkt die Stadt in ihrem regionalen Umfeld. Begleitende Inspirations- bzw. Aus- und Weiterbildungsarbeit, auf breiter Basis und niederschwellig, beflügelt die lebensmitteltechnologische Punzierung. Eine zentrale Rolle spielt hier auch die HLW im Rahmen von Projektarbeiten, Kooperationsprojekten und Tagen der offenen Tür. Die Ein- und Anbindung der bzw. an die Forschung und Entwicklung ist ein weiterer Mosaikstein einer erfolgreichen Entwicklung.

Positionierung 2

FELDBACH

DIE EINKAUFSTADT

Feldbach ist historisch bedingt eine bedeutende Einkaufsstadt. Als Verwaltungszentrum der Region hat es diese Position über Jahrhunderte ausgebaut.

Die Bezirksstrukturereform und in weiterer Folge die Gemeindestrukturereform sorgen für einen weiteren (notwendigen) Schub, um diese Positionierung im globalen Umfeld und unter geänderten Vorzeichen (Digitalisierung, Mobilität, Shoppingcenter-Entwicklung) nicht nur zu halten, sondern auszubauen.

50.000 Menschen decken in Feldbach den Bedarf im Bereich kurzfristiger Bedarfsgüter.

70.000 Menschen decken in Feldbach den Bedarf im Bereich langfristiger Bedarfsgüter.

„Alles, was es zum Leben braucht“

Die Marke „Feldbach – die Einkaufsstadt“ ordnet sich in die Markensprache der Stadt ein und ist ein klares Bekenntnis und dank der Betonung auf „die“ eine selbstbewusste, inspirierende Feststellung.

Dieses MOTTO ist Motivation und Auftrag zugleich, das Angebot in Feldbach sichtbar zu machen und weiter auszubauen. Es ist aber auch Impulsgeber für Konsumenten, das „Einkaufszentrum Feldbach“ für den täglichen und nicht alltäglichen Einkauf zu nutzen. Die gebotene Vielfalt in den Köpfen der Bürger zu verankern, ist das vorrangige Ziel.

Die Themenfelder

- Imagekampagne
- Formatentwicklung
- Quartiersentwicklung
- 8-Städte-Kooperation
- Aus- und Weiterbildung

Begleitend wichtig:

- Parkraumkonzept (Parkraum für gute Erreichbarkeit)
- Verkehrskonzept (Barrierefreie, flüssige Verkehrsströme in der Stadt)

- Altersgerechte Stadt gemäß Beschluss der Stadt der Dublin Declaration (Attaktivierung der Stadt für Ältere; Effekt: Steigenden Nachfrage nach Nahversorgung in der Innenstadt)

Wo stehen wir?

Feldbach hat nach wie vor eine vielfältige Handelsstruktur. Die Innenstadt verfügt nach wie vor über einen attraktiven Branchenmix. Aber auch an der Peripherie hat sich mit Mühldorf ein potentes Einkaufszentrum entwickelt.

Über Jahre wurden die Innenstadt und Mühldorf in eine Konkurrenzsituation gedrängt. Mit der Gemeindestruktureform sind nun beide Systeme Teil der Neuen Stadt Feldbach.

Der Leerstand in der Neuen Stadt Feldbach kann als gering bezeichnet werden. Die Situation in der Entwicklung von Immobilien – auch hinsichtlich neuer Verkaufsflächen – ist vital. Sowohl in der Straße der Mode als auch am Hauptplatz stehen potente Projekte an.

Die Gleichenberger Straße ist aufgrund des Verkehrsaufkommens über die Jahre ins Hintertreffen geraten. Eine Galionsfigur stellt hier das Top-Zentrum dar, das aktuell 30 Jahre feiert und sich ein Facelifting geschenkt hat.

Der Hauptplatz wird über die Kirtags-Initiative mit neuen Aktzenten bespielt. Die Innenstadt wird über die Sommermonate mit dem „Zsammenstehn“ gastronomisch belebt. Die Quartiersentwicklungen in der Innenstadt und in Mühldorf sind auf einem guten Weg.

Die unmittelbaren Konkurrenten der Stadt sind Fehring im Osten (als Einkaufsstadt relativ mäßig entwickelt), Fürstenfeld im Norden (ein ebenbürtiger Handelsraum), Gleisdorf im Westen (ein ebenbürtiger Handelsraum) und Bad Gleichenberg im Süden (nahm in den vergangenen Jahren eine gute Entwicklung als Handelsstandort) bzw. Bad Radkersburg im Süden (aufgrund der räumlichen Distanz kein großer Wirkungszusammenhang).

Aber vor allem auch die Einkaufszentren in Graz und im Süden Wiens, aber insbesondere auch der Online-Handel sind als Konkurrenz zu sehen.

Wo wollen wir hin?

Feldbach – die Einkaufsstadt soll im Südosten Österreichs ins Bewusstsein der Menschen finden. Katapultiert man die Einkaufsstadt Feldbach ins Mindset der Bevölkerung, steht Feldbach im Vergleich zu den weiteren Handelszentren eine gute Zukunft bevor.

Feldbach hat das Potenzial, eine Einkaufsstadt mit internationaler Strahlkraft zu werden. Warum? Handels- und Inszenierungsexperte Christian Mikunda attestierte der Stadt eine magische Note – selbst im internationalen Vergleich. Inszenierung und menschliche Begegnung sei das wirkungsvollste Instrument wirtschaftlich erfolgreicher Handelsstädte.

Die These: Eine sich inszenierende, fachkompetente (fachlich-menschliche Qualität) Stadt bildet einen erfolgreichen Gegenpol zu Einkaufszentren und Onlinehandel.

Was müssen wir dafür tun?

Einkaufen der Zukunft hat viel mit Erlebnis, mit Fachkompetenz und menschlicher Begegnung zu tun. Hier greift die Bildungsstadt als zentrales Element einer wirkmächtigen Entwicklung. Die einzigartige Chance der Stadt ist es, Händler zu inspirieren, ihren Wirtschaftsraum als Gestaltungsraum zu erkennen und zu bespielen. Daher ist eine zentrale Herausforderung, die weitere, hochwertige Bespielung der Schlüsselfaktoren im Handel: Der Menschen.

Inszenierung

Gleichzeitig geht es um die Hebung des kreativen Potenzials in der Handelsinszenierung (Schaufenster, Verkaufsräume, öffentliche Räume vorm Geschäft etc.). Hier den Kompetenzaufbau weiter zu fordern und zu fördern, wird für den Handelserfolg der Zukunft entscheidend sein.

Vertiefung Quartiersentwicklung und Formate

Die weitere Vertiefung der Quartiersentwicklung und der damit verbundenen Veranstaltungsformate in der Neuen Stadt Feldbach beflügelt die Entwicklung. Ein Jahresplan sorgt für eine kontinuierliche Sichtbarkeit der Einkaufsstadt – für die eigenen Bürger, aber auch in den Augen der Gäste und potenzieller neuer Zielgruppen im Einzugsgebiet (Anfahrtszeit unter 45 Minuten).

Es braucht aber auch eine übergeordnete Beispielung der Quartiere mit Bildung und der Ausarbeitung von Kooperationspotenzialen. Zentrale Herausforderung dabei ist es, die Quartiere in ihrer Eigenständigkeit unter dem Dach der Einkaufsstadt zu entwickeln, synergetische Wirkungszusammenhänge ausfindig zu machen und in Bereichen, in denen eine Kooperation und Vernetzung des Angebots Sinn macht, zu handeln.

Feldbach verfolgt zudem die aktive Ansiedelung von Nahversorgung – insbesondere im Zentrum der Stadt.

Seite 57 von 100

Überblick über die wiederkehrenden Formate

In den vergangenen fünf Jahren wurden wesentliche Formate entwickelt, um den Jahresreigen in der Wahrnehmung der Menschen abwechslungsreich zu gestalten. Folgende Formate wurden entwickelt und müssen in den kommenden Jahren vertieft werden:

- **6 Kirtage (Hauptplatz und Innenstadt)**
 - Neuinszenierung und Inwertsetzung mit neuer Marke: Treffpunkt Feldbacher Kirtag
 - Einbinden regionaler Handelsbetriebe
 - Einbinden der Feldbacher Gastronomie (Kirtagsmenü)



- **Fasching**
 - Neuinszenierung und Inwertsetzung mit neuer Marke: Feldbach verrückt
 - Einbinden der regionalen Handels- und Gewerbebetriebe bzw. der Vereine und Ortsteile
 - Einbinden der Feldbacher Gastronomie



- **Straße der Mode** mit Frühjahrs-, Herbst- und Adventaktion
 - Modefrühling
 - Sturm auf die Modestraße
 - Der Straßenzug als Adventkalender



- **Late Night Shopping** (ef – Einkaufszentrum Feldbach Ost Mühldorf)
 - Quartiersentwicklung
 - Formatentwicklung
 - Late Night Shopping vorm Muttertag und im Oktober





- **Anradeln** mit Abschluss Feldbach (Raabtalradweg)
- **Ostern** in Feldbach
- **Muttertagsaktion** (Einkaufszentrum Feldbach Ost)



- **Vatertagsaktion**
- **Street Food Market**
- **Lange Nacht des Einkaufs**
- **„Zsammenstehn“** im Sommer
 - Formatentwicklung
 - Vernetzung mit Handel

FELDBACH
GASTRONOMIE
gut essen und trinken

*Essen, Trinken
und Live-Musik*

16. JULI - Café Fuchs
23. JULI - Sissi's Weinbar
30. JULI - Bauernstadl
6. AUG - Café Casa mia
13. AUG - Café Beisl

AB 17:30 UHR
IMMER DIENSTAGS
IM SOMMER
**Zusamm
stehn** 2019
BEI FELDBACHER
GASTWIRTEN
www.feldbach.gv.at



- **Adventmarkt** im Rathaushof
 - Neuinterpretation und Inwertsetzung

Feldbacher Advent
Miteinander Advent leben Neue Stadt Feldbach



Stimmungsvoller **Adventmarkt im Rathaushof**

- **Bauernmarkt** am Hauptplatz (wöchentlich samstags)

„Das Gute liegt so nah!“

**BAUERNMARKT
FELDBACH**

7:30 BIS 11:30 UHR

www.feldbach.gv.at



- **Erntedankfest**



- **Kulinarischer Herbst**

- in den Gläsernen Manufakturen rund um Feldbach

Quartiersentwicklung:

- i. Hauptplatz mit Kirtag neu
- ii. Grazer Straße mit Straßenfest
- iii. Einkaufszentrum Feldbach WEST mit Josefimarkt
- iv. Ungarstraße und Bürgergasse – die längste Straße der Mode im Südosten Österreichs
- v. Schillerstraße, Gleichenberger Straße bis Bahnübersetzung (angedacht)
- vi. Einkaufszentrum Feldbach OST – Neupositionierung EF – Einkaufszentrum Feldbach Ost Mühldorf



Gesteigerte Wirksamkeit

Dazu begleitend und ergänzend mit Strahlkraft auf die Einkaufsstadt:

- Bildungsprogramm mit Vorträgen, Workshops etc.
- Wirtschaftsprogramm mit Vorträgen, Startup-Impulsen, Impulsen für den Fachhandel etc.
- Kulturformate
- Kinderferienspaß mit rund 180 Programmpunkten
- Feldbach sicher und zukunftsfähig gestalten
 - Parkplatzoffensive
 - Parkraummanagement
 - Infrastrukturprojekte wie Kreisverkehre, Abbiegespuren etc.*(siehe dazu auch Kapitel Infrastruktur)*

Offensive in der Gastronomie

Die Einkaufsstadt wird von einer aufstrebenden Gastronomie-Entwicklung beflügelt. Hier ist ein beharrliches Entwickeln Grundvoraussetzung:

- i. Z'sammenstehn in Feldbach
- ii. Street Food Market
- iii. GUT frühstücken in Feldbach
- iv. GUT essen in Feldbach
- v. GUT fortgehen in Feldbach
- vi. Fest- und Veranstaltungskultur – auch als Frequenzbringer

Die Handlungsfelder der Einkaufsstadt.



Einkaufsstadt wird vom Tourismus beflügelt

Die Neue Stadt Feldbach wird zum touristischen Hotspot für jeden Reisenden in die Region. Feldbach entwickelt eine enorme Zentripetalkraft für Gäste, aber insbesondere auch für die über 100.000 Bürger des Steirischen Vulkanlandes.

Folgende Handlungsfelder werden im Tourismus als Beitrag zum Gesamterfolg bearbeitet:



Folgende Zielsetzung ist Triebkraft des Tourismusverbandes in seinem Handeln:



„Die größte Sehenswürdigkeit, die es gibt, ist die Welt – sieh sie dir an.“
Kurt Tucholsky

ZIELE BIS 2030!

- 1) Steigerungen der Übernachtungen**
um 200 Prozent bis 2030
PROFITIERENDE BRANCHEN:
Hotels und Zimmervermieter, Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister und die Direktvermarktung, Gläserne Manufakturen
- 2) Steigerung des Tagestourismus**
um 200 Prozent bis 2030
PROFITIERENDE BRANCHEN:
Gastgewerbe, Einzelhandel, Dienstleister und die Direktvermarktung, Gläserne Manufakturen
- 3) Positionierung als unangefochtene Hauptstadt des Steirischen Vulkanlandes bis 2030**
WIRKUNG: Feldbach hat ein fixes MINDSET bei allen künftigen Vulkanland-Gästen.
Stärkung des Stolzes, des Selbstbewusstseins und Vertiefung menschlicher Begegnungen.
- 4) Schaffung von zumindest drei etablierten Quartieren bis 2030 mit dem Ziel einer 200%-igen Frequenzsteigerung in den Quartieren**
WIRKUNG: Induzieren von privater Investition, langfristige Sicherung der Einzelhandelsbetriebe. Aufwertung des Standortes Feldbach, Etablierung als „die Einkaufsstadt“ im Südosten Österreichs, Vertiefung der Netzwerks- und Kooperationskultur
- 5) Steigerung der regionalen Wertschöpfung um 200 Prozent bis zum Jahr 2030**
WIRKUNG: Multiplikatoreffekt nährt den Wohlstand der Region, Stärkung und Ausbau des regionalen Angebotes, Vertiefung der Wertschöpfungskette, Neuer Höhenflug der Erfolgsgeschichte 8-Städte-Gutschein, die regionale Nähe steigert die Lebensqualität.

Sinnvolle Steigerung bis zum Jahr 2030

+ 200 %

Positionierung 3

FELDBACH

DIE BILDUNGSSTADT

Bildung ist die zentrale Ressource für eine gelingende Zukunft. Bildung stärkt die Widerstandskraft und Lösungskompetenz einer Gesellschaft und entfaltet ihre Potenziale.

Feldbach ist eine bedeutende Bildungsstadt mit Pflichtschul- und weiterführendem Schulangebot. Die Schule der Zukunft im Pflichtschulbereich ist eine zentrale Herausforderung.

Bildung meint in Feldbach aber weit mehr als Schule.

„Bildung für ein erfülltes und nachhaltiges Leben“

Die Marke „Feldbach – die Bildungsstadt“ ordnet sich in die Markensprache der Stadt ein und ist ein klares Bekenntnis und dank der Betonung auf „die“ eine selbstbewusste, inspirierende Feststellung. Sämtliche Bildungsaktivitäten fokussieren sich in dieser Marke und machen den Bildungsstandort attraktiv.

Dieses MOTTO ist Motivation und Auftrag zugleich, das Angebot in Feldbach zu nutzen und zukunftsfähig zu gestalten. Bildung ist weit mehr als Schulbildung. Bildung ist jener Baustoff, der das Gelingen des Lebens fördert.

Themenfelder

- Schule der Zukunft
- Eltern-Kind-Bildung
- Omas und Opas Universität
- Berufs- und Bildungsmesse
- Seminare, Vorträge, Impulse für alle Zielgruppen gemäß dem Motto Bildung für ein erfülltes und nachhaltiges Leben

Die Bildungsstadt im Überblick:



**Zentrale Entscheidung für die Stadtentwicklung:
Schule der Zukunft bleibt in der Stadt**

Zentrale Entscheidung für die Stadtentwicklung im Rahmen der Schuldiskussion:

Die Schule der Zukunft bleibt in der Innenstadt.

Der baulichen Umsetzung wurde ein Architektenwettbewerb vorgeschaltet.

Die Präsentation des Siegerprojektes erfolgt im Herbst 2019.

Danach geht es in die Umsetzungsplanung.



Für die Schule der Zukunft wurde im Rahmen von Bildungssymposien die zukunftsfähige Basis gelegt.

*Neue Lern-, Schul- und Raumkultur –
die Schule der Zukunft in allen Systemen zukunftsfähig gestalten:*



Wo stehen wir?

Feldbach hat als Schulstadt eine über Jahrzehnte geprägte Bedeutung. Sowohl das Pflichtschulangebot als auch ein Angebot an höheren Schulen (BORG, HAK, HAS, HLW, Polytechnikum) und berufsbildenden Schulen (Landesberufsschule) deckt der Schulstandort ab.

Zentrale Bedeutung für den Bezirk: Die Schulstadt Feldbach



Die Pflichtschulen sind in die Jahre gekommen. Der „dritte Pädagoge“ erfüllt seine Rolle nicht mehr in dem Ausmaß, dem ein zukunftsfähiger Schulstandort genügen sollte.

Das Bundesschulzentrum wurde umfassend saniert und ist damit zukunftsfähig.

Eltern-Kind-Bildung

Bildung ist aber nicht nur Schule und so wurde in den vergangenen Jahren die Eltern-Kind-Bildung, die vor der Geburt beginnend zum Begleiter einer gelingenden Be- und Erziehung wird. Sie vermittelt in acht Modulen ein Lebensmodell – mit dem Ziel, ein erfülltes und nachhaltiges Leben zu inspirieren. Bildung ist also mehr als Schulbildung. Sie hört nach der Pflichtschulausbildung nicht auf! Omas und Opas Universität sorgen vor allem für die Überlieferung von Erfahrungswissen und praktischen Kenntnisse bzw. Hausverstand.

Eltern-Kind-Bildung als Basis einer gelingenden Lebens:



Berufs- und Bildungsmesse

Die Berufs- und Bildungsmesse wurde neu etabliert, also Basis eines gelingenden Starts ins bewusste Berufs- und Bildungsleben. Sie wird in Kooperation mit dem Steirischen Vulkanland im Zentrum Feldbach ausgerichtet.

Wo wollen wir hin?

Feldbach steht vor der Herausforderung einer umfassenden Schulsanierung bzw. einer baulichen Neuinterpretation von Schule. Hier wurde unter dem Dach „Schule der Zukunft“ ein umfassender Entwicklungsprozess eingeleitet.

Neuinterpretation von Schule

Feldbach will nicht einfach Schulstandorte sanieren, sondern Schule umfassend neu interpretieren. Damit meint „Schule der Zukunft“ mehr als die bauliche Erneuerung oder Neuinterpretation, sondern neben der Baukultur steht in Feldbach auch die Schul- und Lernkultur auf der Entwicklungsagenda.

Feldbach interpretiert Schule in den kommenden Jahren vollkommen neu und ist dafür jetzt schon eine österreichische Galionsfigur der internationalen Bewegung der „Schule im Aufbruch“.

Ganzheitliche Menschen- und Lebensbildung

Omas und Opas Universität muss in einem langfristigen Prozess wieder Teil des gesellschaftlichen Selbstverständnisses werden.

Die Eltern-Kind-Bildung als zentrales Element eines gelingenden Lebens gilt es weiter zu institutionalisieren. Hier ist die Stadt auf einem vorbildlichen Weg.

Bildung für ein gelingendes Leben steht auch für Befähigung zur „Selbstwirksamkeit“ und damit zur Selbständigkeit im persönlichen und beruflichen Leben. Hier ist durchaus auch die Selbständigkeit innerhalb eines Arbeitnehmersverhältnisses gemeint. Sie meint aber auch die frühe Hinführung zur Selbstentfaltung, zur schöpferischen Fähigkeit und damit zur Beflügelung etwa im Rahmen des Startup Centers der Neuen Stadt Feldbach.

Was müssen wir dafür tun?

Beständige Kommunikation der „Schule der Zukunft“ – die bereits in der Gegenwart angekommen ist. Damit Stärkung des Pflichtschulsystems und Steigerung des Images der Neuen Stadt Feldbach als zukunftsfähigen (insbesondere, weil defizitär wahrgenommen, Pflicht-) Schulstandortes.

Bündelung der Kräfte

Bündelung der Kräfte im Bereich Schule ohne öffentliches Ausdiskutieren strategischer Schulentscheidungen. Gemeinsames Bekenntnis und gemeinsames Jour Fix, um öffentliche Querschüsse und politische Spiele zu vermeiden – die dem Schulstandort Feldbach nachhaltig schaden. Damit einhergehend kann festgehalten werden, dass für die Bildungsregion Südoststeiermark seitens des Bundes ein umfassendes Bildungskonzept kurz vor der Fertigstellung steht.

Strategische Partnerschaften

Strategische Partnerschaft von Startup Center, Pflichtschulen, berufsbildenden und maturaführenden Schulen. Inspiration durch regelmäßige, jährlich wiederkehrende Formate wie Business-Breakfast etc.

Niederschwelliges Bildungsangebot

Bildungsvorträge mit Öffentlichkeitswirksamkeit gilt es weiter zu forcieren – mindestens vier namhafte Vorträge pro Jahr für maximale Sichtbarkeit und Beteiligung bzw. als Chance der Bürger, aus dem eigenen Alltagstrott auszusteigen, werden empfohlen.

Querschnittsmaterie Bildung

Bildung als Generalthema halten, da es alle weiteren Positionierungen positiv berührt. Denn: Bildung ist der Schlüssel für Entwicklung.

Positionierung 4

FELDBACH

DIE KULTURSTADT

Mit den Feldbacher Sommerspielen hat die Stadt Feldbach zu einer Zeit kulturell aufgezeigt, in der das weite Feld von Kunst und Kultur fast ausschließlich den großen urbanen Räumen zugesprochen wurde.

Feldbach startet gut positioniert mit neuen Formaten und hoher Professionalität als Kulturhochburg des Steirischen Vulkanlandes in die Zukunft.

„Inspiration des Lebens“

Die Marke „Feldbach – die Kulturstadt“ ist ein Anker nach innen und außen. Die Positionierung der Stadt als Kulturzentrum sorgt für Frequenz (auch zum Wohle der Regionalwirtschaft, insbesondere der Einkaufsstadt) und beflügelt die Kulturschaffenden der Stadt in der Inszenierung und Etablierung neuer Kulturformate.

Der Slogan „Inspiration des Lebens“ zeigt, dass Kultur – wie Feldbach sie meint – eine Quelle der Inspiration für das eigene Leben, das eigene Tun und Wirken ist – nichts Abgehobenes, sondern vielmehr etwas Beflügelndes.

Wo stehen wir?

„Kultur bewegt, sie schafft Lebensgefühl und vermittelt Identität. Sie steht für Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft, und sie verbindet diese auch. Sie beinhaltet den Austausch mit Anderem, Neuem, Unbekanntem, und erweitert so den lokalen Horizont, der ohnehin in der heutigen globalen Situation – bei aller gebotenen Pflege der eigenen Lebensgewohnheiten und Traditionen – nicht mehr als Grenze zu verstehen ist. Die Auseinandersetzung mit ihr ist gleichzeitig eine solche mit der Gesellschaft, mit der Wirklichkeit und letztlich mit sich selbst. Kultur regt an und stärkt die eigene Inspiration, sie ermöglicht das Loslösen vom Alltäglichen, und lässt einen teilhaben an der „Freiheit der Kunst“. Kultur steht auch für Unterhaltung, für den Austausch mit anderen Menschen und das gemeinsame Erleben von bewegenden Geschehnissen.

Kultur ist somit in der Tat ein ganz wesentlicher Teil einer Gemeinschaft, einer Stadt, ihrer Bürgerinnen und Bürgern, ihrer Lebensqualität. Sie steht für sich, und ergänzt sich darüber hinaus prächtig mit so vielem anderen, wie etwa Freizeit, Tourismus, Wirtschaft, Bildung oder Geschichte.

Kultur möchte man erleben und nicht missen! Und somit könnte man es auf den Punkt bringen: Wir brauchen Kultur, aus dem ganz einfachen Grund, weil wir Menschen sind, und etwas erleben wollen. Und somit gehört es zu den Aufgaben der Stadt Feldbach, Kultur zu fördern und zu unterstützen, mit Kulturträgern und Kulturpartnern zusammenzuarbeiten und zur Abwicklung des Ganzen eigene Formate beizusteuern. Möge das Vorhaben gelingen, gemeinsam die Kultur in Feldbach hochzuhalten.“

*Auszug aus der Kulturbroschüre
der Neuen Stadt Feldbach*

Zwei neue Formate etabliert

Die Stadt Feldbach hat binnen weniger Jahre neben den arrivierten Kulturformaten (Sommerspiele, Literaturwettbewerb) kraftvolle neue Formate geschaffen: A hard years spring und Nebel reißen. Damit ist die Stadt im Jahreskreis kulturell exzellent versorgt.



Die Kulturstadt ist gut aufgestellt:



Feldbach zählt zu den kulturellen Hotspots des Bezirkes Südoststeiermark. Mit den langfristig positionierten Formaten steht die Kulturstadt für Kontinuität und Qualität. Die Kulturstadt hat eine zentrale imagebildende Wirkung auf die Stadt. Auch wenn die gebotene Kultur teils nicht breitenwirksam ist, so sorgt sie doch immer für breite Sichtbarkeit. Diese Sichtbarkeit verleiht der Stadt, zumindest regional, das Image einer Kulturstadt. Der Imagegewinn strahlt auch auf die weiteren Positionierungen. Die Positionierungen haben eine selbstreferentielle Wirkung, stärken sich selbst und alle weiteren Positionierungen.

Die Kulturstadt hat ihre Hausaufgaben hinsichtlich einer Institutionalisierung der Kultur geschafft. Die Formate sind gut positioniert und ausgereift:



Die Kulturinfrastruktur der Neuen Stadt Feldbach ist ausgezeichnet:



Die Formate:

- A hard year's spring
- Feldbacher Sommerspiele
- Nebelreissen
- Literaturwettbewerb (alle zwei Jahre)

Weiters:

- Lebenskulturmagazin viermal jährlich
- Veranstaltungsorte wie Kunsthalle, K4 etc.
- Kooperationsformate wie Jazzliebe

Deutliche Synergien zu: Einkaufsstadt, Feldbach macht Sinn, Wirtschaftsstadt, Bildungsstadt.

Wo wollen wir hin?

Feldbach sieht Kultur als „Inspiration des Lebens“. Diesem Motto folgend will die Stadt einer attraktiver Kultur-Nahversorger für die Stadtbevölkerung, als Bezirkshauptstadt aber auch für die Bevölkerung darüber hinaus in der Südoststeiermark und angrenzenden Bezirken sein.

Feldbach mausert sich dank hochwertiger Formate in einer kulturaffinen Szene auch zur nationalen Kulturgröße.

Diesem Anspruch Jahr für Jahr mehr gerecht zu werden, sieht die Stadt als zentrale Herausforderung. Kultur ist für die Bildung-, Wirtschafts- und Einkaufsstadt ein wichtiger Imagefaktor. Sie bereichert aber auch das Leben der Einheimischen bzw. stärkt das Bild als „Lebensqualitätsraum“ für Zuzügler.

Was müssen wir dafür tun?

- Kontinuierliche Vertiefung der Kulturformate
- Festigung des Images als Kulturstadt durch aktive Öffentlichkeitsarbeit mit dem Ergebnis, dass Feldbach auch für Kulturgrößen zum Hotspot ihres Auftritts wird
- Gut differenzierbare Markenpositionierung der Formate unter einem gemeinsamen Dach der Kulturstadt
- Netzerkennung bzw. Kultur-Scouts für maximale nationale und internationale Innovationskraft
- Aktive Integration bestehender „volkskultureller“ Institutionen in das „Hochkultur-Geschehen“ der Stadt. Die Stummfilmvertonung „The Kid“ von „Holz und Blech“ war hier ein gelungenes Beispiel.
- Kreative Vernetzung der Kulturstadt mit der Einkaufsstadt (Vermarktungskonzepte hin zum Handel bzw. Bespielung von Quartieren)

und Handelsbetrieben), der Wirtschaftsstadt (Startup Center, Coworking Space, Industriehallen, Gewerbebetriebe etc.) und der Bildungsstadt (Schulen).

Programme und Formate der Kulturstadt Feldbach:



Warum ist Kultur für die Stadt essentiell?

Die Kulturstadt ist ein Imagefaktor und insbesondere ein „Rückbindungsinstrument“ im Rahmen der Stadtentwicklung. Kulturstädte wirken anziehend auf Bürger und Gäste.

Positionierung 5

FELDBACH

DIE GESUNDHEITSTADT

Feldbach hat ein Leitspital und die größte Ärztedichte im Bezirk. Dieses Potenzial zu nutzen und ganzheitlich weiterzuentwickeln, sieht die NEUE Stadt Feldbach als wichtige Herausforderung.

Die Marke „Feldbach – die Gesundheitsstadt“ ordnet sich in die Markensprache der Stadt ein und ist ein klares Bekenntnis und dank der Betonung auf „die“ eine selbstbewusste, inspirierende Feststellung, dass man mit seiner Gesundheit oder dem Weg dorthin in Feldbach gut aufgehoben ist.

„Ganzheitliche Wege zur Gesundheit“

Gesundheit meint nicht nur die körperliche Komponente, sondern ganzheitliche Gesundheit an Körper, Geist und Seele. Diese Botschaft gibt Raum, schafft Perspektiven und entfaltet Potenziale in allen Bereichen des Gesundbleibens und Gesundwerdens.

Die Themenfelder

- Ausbau des Gesundheitsstandortes (Stichwort: Ärztedichte)
- Stärkung des Schwerpunktkrankenhauses Feldbach – Ausbau zum Leitspital
- Altersgerechte Stadt – gemäß der Dubliner Declaration
- Aus- und Weiterbildung bzw. Bewusstseinsbildung

Wo stehen wir?

Feldbach steht als Schwerpunktkrankenhaus außer Streit. Die ärztliche Versorgung der Stadt und ihres Umlandes darf als gut bezeichnet werden.

Gesundheit ist aber längst mehr als ärztliche Grundversorgung. Vielmehr ist sie eine stete Entwicklung des Lebensstils. Die öffentliche Hand bzw. Gemeinden und Städte sind gut beraten, lebenskulturelle Fragen in ihrem Wirkungsbereich zu berücksichtigen, um externe Effekte zu minimieren.

So ist die ganzheitliche Gesundheitsprävention ein zentrales Thema der politischen Arbeit.

Wo wollen wir hin?

Eine ganzheitlich gesunde Neue Stadt Feldbach ist die Grundvoraussetzung für die Zukunftsfähigkeit der Stadt. Die Regionalentwicklung hat mit der Entlehnung des Begriffes Resilienz aus der Medizin auf diesen Umstand reagiert. Das Ziel ist eine demnach eine resiliente, also gegen globale Krisen widerstandsfähige, regionale und kommunale Gemeinschaft.

Altersgerechte Stadt

Die „altersgerechte Stadt“ gemäß der Dubliner Deklaration ist ein Projekt, das die Inwertsetzung der Stadt weiter vorantreibt. Das Ziel der altersgerechten Stadt beinhaltet die Barrierefreiheit (siehe dazu auch Kapitel Infrastruktur) genauso wie eine funktionierende innerstädtische Nahversorgung. 3.630 Personen im Alter von über 60 Jahren leben in der Neuen Stadt Feldbach.

Was müssen wir dafür tun?

Die Stärkung der Eigenverantwortung bzw. die Wiederherstellung der Handlungsbereitschaft spielen eine zentrale Rolle. Das Auslagern aller externen Effekte an den Staat funktioniert nicht länger. Vielmehr geht es darum, die eigene Gesundheit als Wert zu erkennen, der in der eigenen Verantwortung gestärkt werden kann.

Dafür braucht es einen breitangelegten, mit allen Einrichtungen und Institutionen abgestimmten Bewusstseinsbildungsprozess. Die Bildungsstadt spielt hier als Querschnittsbereich eine zentrale Rolle. Als Basis dient ein Gesundheitskonzept als Basis einer zukunftsfähigen Entwicklung. Ein umfassendes Konzept befindet sich in Ausarbeitung.

Mosaiksteine der Gesundheitsstadt.

Aus- und Weiterbildung spielt dabei eine zentrale Rolle:



Positionierung 6

FELDBACH

DIE KINDER-, JUGEND- UND
FAMILIENFREUNDLICHE STADT

Wenn von einer zukunftsfähigen Stadt gesprochen wird, dann muss auch von einer kinder-, jugend- und familienfreundlichen Stadt gesprochen werden.

Diese Querschnittsmaterie zieht sich durch alle Positionierungen. Sie ist die Voraussetzung für eine gute Entwicklung.

Die Marke „Feldbach – die kinder-, jugend- und familienfreundliche Stadt“ ordnet sich in die Markensprache der Stadt ein und ist ein klares Bekenntnis und dank der Betonung auf „die“ eine selbstbewusste, inspirierende Feststellung.

„Die wichtigste Säule einer zukunftsfähigen Gesellschaft“

Die Familie ist die Keimzelle der Gesellschaft. Das Motto dieser Positionierung macht das klar und erkennt die Familie mit Kindern und Jugendlichen als zentrale Säulen der Gesellschaft.

Die Themenfelder

- Eltern-Kind-Bildung mit „Omas und Opas Universität“
- Schule der Zukunft
- Infrastrukturentwicklung (Kindergarten-, Spielplatz- und Schuloffensive)
- Kinder-Ferien(s)pass
- Betreuungsangebot (Sommerkindergarten, Nachmittagsbetreuung)

Wo stehen wir?

Im Bereich der Eltern-Kind-Bildung ist ausgehend vom Steirischen Vulkanland in der Neuen Stadt Feldbach viel gelungen. Sie wurde institutionalisiert.

Die Schule der Zukunft ist am Weg. Lern-, Schul- und Raumkonzept sind definiert. Die bauliche Umsetzung ist auf Schiene.

Die Kindergarten- und Spielplatzoffensive ist abgeschlossen.

Der Kinder-Ferien(s)pass Feldbach ist ein Sommer-Erfolgsprojekt – mit über 180 Veranstaltungen.

Das Betreuungsangebot wurde ausgebaut: Sommerkindergarten; Nachmittagsbetreuung.

Was den öffentlichen Raum bzw. die Infrastruktur betrifft, so wird die Kinder-, Jugend- und Familienfreundlichkeit je nach Empathie des politisch und fachlich Verantwortlichen berücksichtigt.

Wo wollen wir hin?

Im besten Fall sorgt ein abgestimmtes Vorgehen dafür, dass die Neue Stadt Feldbach ein Gefühl der Kinder-, Jugend- und Familienfreundlichkeit ausstrahlt. Wenn Familien sich in Feldbach gefühlt aufgehobener, besser, geborgener fühlen, ist ein zentrales Anliegen auf einem guten Weg.

Was müssen wir dafür tun?

Die Kinder-, Jugend- und Familienfreundlichkeit ist eine Querschnittsmaterie. Sie berührt die Bildungsstadt genauso, wie die Kulturstadt, die Wirtschaftsstadt und die Einkaufsstadt.

Kinder nicht als notwendiges Übel im System zu sehen, sondern ihnen Raum zu geben und ihnen wie auch den Eltern ein Gefühl des Willkommenseins zu vermitteln, stärkt die Gesellschaft und ihre Zukunftsfähigkeit.

Demnach braucht es insbesondere Bewusstseinsbildung

- Einen Leitfaden für alle baulichen Maßnahmen im öffentlichen Bereich
- Einen Inszenierungsleitfaden für Behörden, Ämter und Institutionen
- Einen Inszenierungsleitfaden für den Handel

Die Rolle der Neuen Stadt Feldbach im regionalen Umfeld

Steirisches Vulkanland

Die NEUE Stadt Feldbach ist Mitglied im Verein zur Förderung des Steirischen Vulkanlandes. Die zentralen Themenfelder der Region: Handwerk, Kulinarik und Lebenskraft. Die Region verfolgt die Vision der Zukunftsfähigkeit – menschlich, ökologisch und regionalwirtschaftlich. Die regionale Resilienzbildung steht im Mittelpunkt. Damit verbunden wird das Prinzip der Salutogenese nach Aaron Antonovsky im Prozess der regionalen Entwicklung berücksichtigt. Die Verstehbarkeit der Welt, ihre Gestaltbarkeit und die Sinnhaftigkeit bilden zentrale Herausforderungen in der Entwicklung von Regionen und Städten.



Synergien zur Stadtentwicklung bzw. zur städtischen Positionierungen:

Wirtschaftsstadt: Feldbach verdoppelt sich an Werktagen durch regionale und überregionale Einpendler. Die Arbeit zu den Menschen bringen ist nicht nur ein Thema der Stadt, sondern der Gesamtregion.

Einkaufsstadt: Stärkung der Regionalwirtschaft, regionale Wertschöpfung (durch die Ingangsetzung von Wertschätzungsprozessen), Vernetzung regionaler Betriebe, regionale Inwertsetzung der Bezirkshauptstadt.

Bildungsstadt: Feldbach ist ein überregionales Schul- und Bildungszentrum. Pflichtschulen, maturaführende und berufsbildende Schulen haben in Feldbach ihren Standort. Die Bedeutung der Stadt als regionaler Impulsgeber ist in den vergangenen Jahren gestiegen.

Kulturstadt: Feldbach hat eine überregionale Bedeutung als Kulturstadt erlangt. Mit gut etablierten Kultur-Formaten wird die Stadt mit regionaler und überregionaler, nationaler, teils internationaler Kunst und Kultur bespielt.

Gesundheitsstadt: Feldbach hat dank seiner Ärztedichte, Ärztezentren und des Schwerpunktkrankenhauses enorme regionale Bedeutung. So kann Feldbach von einem beachtlichen „Gesundheits-Tagestourismus“ sprechen.

Die touristische Wirkung: In Tourismusregionen spielt die „nächstgrößere Stadt“ am Urlaubsort eine wesentliche Rolle. Jeder Gast des Vulkanlandes nutzt zumindest einen Urlaubstag für einen Stadtbesuch. Hier kommt Feldbach als Einkaufsstadt und Kulturstadt eine besondere Rolle zu.

Thermen- und Vulkanland Steiermark

Das Thermen- und Vulkanland Steiermark ist der übergeordnete Tourismusverband für die touristische Vermarktung der Region und damit auch der Stadt. Besondere Bedeutung hat die Neue Stadt Feldbach im Herzen des Thermen- und Vulkanlandes Steiermark als Kultur- und Einkaufsstadt. Aber auch das Freizeitangebot in und um die Stadt bzw. ihre Gläsernen Manufakturen, Museen und Sammlungen könnten weiter an Bedeutung gewinnen.

Steiermark

Das Steirische Vulkanland bzw. der Bezirk Südoststeiermark spielen in der Steiermark, aber auch darüber hinaus in Österreich als landwirtschaftlich geprägte Gebiete eine zentrale Rolle. Als Rohstofflieferanten für die Lebensmittelindustrie spielt die Region eine bedeutende Rolle. Für eine gelingende Zukunft wird die Region aber eine übergeordnete Bedeutung nicht nur in der Rohstoffproduktion, sondern in der Lebensmittelkunde und –technologie spielen müssen. Aber auch als zentrale Größe in der Lösung des Klimaproblems spielt die Landwirtschaft als zentraler CO₂-Speicher eine entscheidende Rolle. So hat die landwirtschaftlich geprägte Stadt (so wird sie in der Marktforschung wahrgenommen) und ihrer Region eine wesentliche Rolle in der Lösung große Fragen.

Exkurs

Bürgergesellschaft, Sozialkapital und Soziokultur

Feldbach erkennt drei Zutaten als zentrale Herausforderungen:

- 1) Die Etablierung einer Bürgergesellschaft
- 2) Sozialkapital als hohen Wert
- 3) Soziokulturelles Milieu

Die Bürgergesellschaft

Unter Bürgergesellschaft oder Zivilgesellschaft wird in den westlichen Demokratien eine Gesellschaftsform verstanden, welche durch die aktive Partizipation ihrer Mitglieder am öffentlichen Leben gestaltet und weiterentwickelt wird. Getragen wird die Bürgergesellschaft vom Engagement ihrer Akteure, der Bürger, Unternehmer, Vereine, Institutionen und Co.

Soziokultur und Sozialkapital

Soziokultur bezeichnet die Summe aller kulturellen, sozialen und politischen Interessen und Bedürfnissen in einer Gesellschaft oder einer gesellschaftlichen Gruppe. Die Wortverbindung soziokulturell bezeichnet den engen Zusammenhang zwischen sozialen und kulturellen Gesichtspunkten gesellschaftlicher Gruppen und ihren Wertvorstellungen. Die heutige Soziokultur steht in einer Entwicklungslinie, die ihren Anfang in der 68er-Bewegung findet. Friedens-, Umwelt-, Frauen- oder Jugendzentrumsbewegung suchten nach Freiräumen, die sie häufig in alten Fabriken fanden. Die Idee war die Entwicklung einer Kultur von unten, unabhängig von staatlicher Einflussnahme. Selbstverwaltung mit demokratischen Entscheidungsstrukturen war das große Motto dieser Zeit, auch wenn das bedeutete, keine staatliche Unterstützung zu erhalten. Heute bilden sich viele Schnittmengen zwischen Kultur-, Bildungs- und Sozialarbeit, die jede für sich genommen Arbeitsfelder der Soziokultur sind. Viele dieser praktischen Aufgaben werden heute allerdings durch staatliche Finanzmittel unterstützt. Geblieben ist aber das Bestreben, eine Kultur von unten zu betreiben.

Im Zusammenhang sozialwissenschaftlicher Forschungen bezeichnet „die Soziokultur“ das Ent- und Bestehen, die Veränderung sowie das Verschwinden von Gemeinschaften. Darüber hinaus ist vor allem eine eher empirische

Bedeutung von Interesse: Von „einer Soziokultur“ wird gesprochen, wenn sich mehrere Individuen zu konkreten Zeiten für eine konkrete Dauer am selben Ort aufhalten und dadurch zu einer Art Gemeinschaft werden. Hier ergibt sich auch der Anknüpfungspunkt zur städtischen Quartiersentwicklung.

Die aktuelle Klimawandelbewegung rund um Greta Thunberg kann als moderne soziokulturelle Bewegung gesehen werden. Aber auch die Vulkanland-Regionalentwicklung ist in seinen Ansätzen eine soziokulturelle Bewegung, die ein Milieu der Entwicklungsfreudigkeit schafft.

In diesem Zusammenhang muss auch der Begriff „Sozialkapital“ ins Treffen geführt werden. Es meint sozialstrukturelle Ressourcen wie zum Beispiel Vertrauen, soziale Normen, Soziale Netzwerke, die einem Individuum als Kapitalvermögen zur Verfügung steht und das eventuell sogar in andere Kapitalarten umwandelbar ist.

Das soziokulturelle Milieu

Ein solches Sozialkapital stellt auch das „soziokulturelle Milieu“ dar. Es wird nach Olaf Schnur (Demographischer Impact in städtischen Wohnquartieren – Entwicklungsszenarien und Handlungsoptionen, VS Research) von drei Faktoren bestimmt: vom Grad der Identität (z.B. Identifikation mit dem Quartier), vom Ausmaß an Interaktion (z.B. gegenseitige Besucherfrequenz der Quartiersbewohner) und von der Existenz sozialer Brücken (wie etwa die Kontakt der Bewohner zu Menschen außerhalb des Quartiers).

Hier besteht für die Entwicklung städtischer, aber auch ländlicher Räume enormes Potenzial. Identitätsbildung, die Schaffung von Interaktionsmöglichkeiten (Zusammstehen, Straße der Mode, ef – Einkaufszentrum Feldbach Ost Mühldorf, Kirtage etc.) und die Vernetzung von Quartieren, Szenen (etwa im Rahmen der Bildungsstadt etc.) spielen eine zentrale Rolle für eine gelingende Gesellschaft – menschlich als auch wirtschaftlich.

Erweitertes Quartiersverständnis

In diesem Zusammenhang soll der Begriff des Quartiers Anhaltspunkt für die Szenenbildung sein. Auch eine Szene wird vom Grad der Identifikation, vom Ausmaß der Interaktion und letztlich von sozialen Brücken hin zu weiteren Szenen bzw. in alle Bereiche der Gesellschaft bestimmt.

Entfaltungsraum

Der Neuen Stadt Feldbach gelingt mit der Bespielung unterschiedlichster Zielgruppen, Szenen, Quartiere und insbesondere Positionierungen eine breite Bewusstseinsbildung. Dahinter steht die Aktivierung der Bürger, die Potenzialentfaltung bzw. die Stärkung der Handlungsbereitschaft der Gemeinde als Gemeinschaft, als Identifikations- und Möglichkeitsraum.

Die Stadt erkennt in der Aus- und Weiterbildung eines der nachhaltigsten Stadtentwicklungsinstrumente. Durch die Bespielung unterschiedlichster Bereiche und Zielgruppen versucht die Stadt jene kritische Masse zu erreichen, ab der Entwicklungsprozesse zum gelebten Automatismus werden.

In Analogie lässt sich dieser Bestimmung des „soziokulturellen Milieus“ nach Olaf Schnur auch auf die Situation der Neuen Stadt Feldbach umlegen. Die gesamte Stadtentwicklung mit ihren Positionierungen orientiert sich an diesem Modell.

Masterplan Neue Stadt Feldbach – zentraler Maßnahmenkatalog

Empfehlungen für eine gute Entwicklung

Im Standort- und Wirtschaftsentwicklungskonzept wurde einerseits die Ist-Situation hinsichtlich der Positionierung der Neuen Stadt Feldbach, eingebettet in die Region Südoststeiermark/Steirisches Vulkanland beleuchtet. Andererseits wurden aber auch wesentliche Hinweise für eine gelingende Zukunftsentwicklung gegeben.

In diesem Kapitel geht es um die konkrete Darstellung der Handlungsfelder. Die zentrale Frage, auf die die Verantwortungsträger der Neuen Stadt Feldbach eine Antwort geben möchten, sind, basierend auf dem Standort- und Wirtschaftsentwicklungskonzept und der quantitativen (200 Personen aus der Gemeinde und für die Außensicht 100 jenseits der Gemeindegrenzen) und qualitativen Marktforschung (14 Experten außerhalb und innerhalb der Region wurden in insgesamt 235 Minuten umfassend interviewt), folgend dargestellt:

Zur Positionierung im Allgemeinen

Es zeigt sich ein Bild der Komplementarität bzw. Ganzheitlichkeit der Positionierungen. Keine Positionierung ist an und für sich die entscheidende Größe für das Gelingen einer zukunftsfähigen Entwicklung der Stadt und ihres Umlandes. Vielmehr ist es eine sich ergänzende Dimension, von der die Zukunftsfähigkeit bestimmt wird.

So korreliert die Einkaufsstadt mit der Wirtschaftsstadt und umgekehrt. Aber auch die Bildungsstadt stärkt den Wirtschafts- und Lebensstandort Feldbach, genauso wie die Kulturstadt das Image der Stadt etwa im Bereich des Tourismus stärkt, aber auch die Einkaufsstadt bereichert.

Empfehlung

In diesem Zusammenhang wird in diesem Masterplan für eine Gleichberechtigung der Positionierungen plädiert – auch wenn ihre Sichtbarkeit und Entwicklung sich in unterschiedlichen Stufen befindet. Die Kulturstadt erweist sich mit all ihren Formaten als ausgereift und

institutionalisiert. Auch die Einkaufsstadt ist in der Quartiersentwicklung (Modestraße, ef, Kirtage, Bauernmarkt, Adventmarkt, Ostern, Fasching, Josefimarkt) gut entwickelt.

Die Bildungsstadt meint im engeren Sinne die Schule der Zukunft, im weiteren Sinne aber die gesamte Bevölkerung der Stadt und ihres Umlandes. Das Ziel ist die Befähigung zu einem gelingenden Leben. Hier ist die Schule der Zukunft als Campus auf Schiene. Die Eltern-Kind-Bildung ist institutionalisiert. Die Bildung im Bereich 50 + verdient allerdings vertiefende Beachtung. Hier wird ein umfassendes Bildungsprogramm für den Übergang von Beruf zu drittem Lebensabschnitt bzw. hin zur Potenzialentfaltung im Alter empfohlen.

Im Bereich der Wirtschaftsstadt sind Akzente zu setzen. Dieser werden im entsprechenden Kapitel dargestellt.

Die kinder-, jugend- und familienfreundlichen Stadt ist nicht nur eine zentrale Querschnittsmaterie zur Bildungsstadt (Schule der Zukunft, Eltern-Kind-Bildung, Omas und Opas Universität), sondern auch zur Einkaufsstadt, zu infrastrukturellen Maßnahmen der Stadtverwaltung, Gestaltung und Inszenierung im öffentlichen Raum. Hier gibt es noch Handlungsspielräume.

Und schließlich geht es im Bereich der Gesundheitsstadt nicht nur um die ärztliche Grundversorgung und die Stärkung bzw. Absicherung des Schwerpunktkrankenhauses, sondern vor allem auch um die Stärkung des Bewusstseins für ganzheitliche Gesundheit. Demnach hat die Gesundheitsstadt insbesondere auch eine große Herausforderung in der Prävention zu meistern. Hier wird die Politik der Zukunft gefordert sein.

Abschließend soll dieser Exkurs in die Positionierungen zeigen, wie wichtig die Positionierungen füreinander sind und wie wichtig die gleichwertige Vertiefung dieser Bereiche für das gemeinsame Ziel, die Steigerung des Lebensqualitätsgefühls, ist. Stadtentwicklung ist Inspiration, Begeisterung und in letzter Konsequenz Wiederherstellung der Handlungsbereitschaft.

Zukunftsfähige Städte mit gelingendem Gemeinschafts- und Wirtschaftsleben sind jene, die handlungsaktive Bürger haben.

Zur Wirtschaftsstadt

Feldbach hat in den vergangenen Jahren das Wirtschaftsservice installiert. Als erste zentrale Herausforderung wurde eine Wirtschaftsdatenbank erstellt. Sie dient der aktiven Bespielung der Wirtschaftspartner im Wirtschaftsraum Feldbach. Als Querschnittsmaterie bringt die Bildungsstadt neues Wissen in die Stadt, zu Themen der Inszenierung, zur Persönlichkeitsbildung und wesentlichen fachspezifischen Themen. Ziel ist die Stärkung der Handlungsbereitschaft.

Empfehlung

Feldbach als Wirtschaftsstadt ins Bewusstsein der Menschen zu bringen, ist eine zentrale Herausforderung. Unternehmertum ist eine Frage des Bewusstseins, des Mutes, der Risikobereitschaft, des Wissens. Dieses Bewusstsein zu stärken und neues Wissen in die Köpfe zu bringen, ist in den kommenden Jahren eine zentrale Herausforderung. Dafür wird empfohlen, Unternehmertum als wiederkehrenden, redaktionellen Inhalt in Gemeindezeitung und Sozialen Medien zu thematisieren. Hier leistet auch die Bildungsstadt mit relevanten Vorträgen einen wertvollen Beitrag.

Empfehlung

Feldbach ist eine Handelsstadt. Sie ist aber auch Handwerks- und Industriestadt. Was sie werden muss, um zukunftsfähig zu bleiben: Eine Innovations- und Gründerstadt und eine in puncto Unternehmertum (und schließlich in der Bevölkerungsentwicklung) Zuzugsstadt. Dieses Milieu braucht eine stete Bespielung mit Impulsen von außen (Vorträge, Seminare) und Workshops insbesondere in den Schulen.

Empfehlung

Das Startup-Center der neuen Stadt Feldbach braucht eine kontinuierliche Bespielung, eine Milieubildung. Unbedingte Empfehlung: Einbindung der Schulen der Neuen Stadt Feldbach. Auch die Pflichtschulen sollten in diesen Prozess eingebunden werden. Empfohlen wird über den Zeitraum von zwei Jahren ein intensives Sichtbarmachen über Öffentlichkeitsarbeit, Vorträge, Workshops und Kooperationsprojekte mit den Schulen der Stadt. Die Startup-Formate geben hier wertvolle Hinweise, welche Möglichkeiten der Kooperation, Bespielung und Inspiration bereits erdacht sind.

Das Startup-Center wird insbesondere in der Außenwahrnehmung als besonders wichtig erachtet und in der Alterskategorie von 16 bis 24 Jahren (siehe Marktforschungsergebnisse bmm). Diese Gruppe gilt es in den kommenden Monaten und Jahren – insbesondere auch in Kooperation mit den Schulen (Innovationsmilieu Vorstufe, Stichwort: Schule der Zukunft) zu animieren, inspirieren und Handlungsbereitschaft zu induzieren.

Der Coworking-Space ist mehr als nur ein Raum für junge Unternehmen. Seine Symbolkraft entwickelt regionale Anziehungskraft und schafft Raum für Ideen, Kooperation und Netzwerk.

Empfehlung

In Anlehnung an die wirtschaftliche Positionierung der Region übernimmt die neue Stadt Feldbach eine führende Rolle hinsichtlich der Etablierung von „Kulinarik 2.0“. Die Bildung eines Clusters für Lebensmitteltechnologie in Kooperation mit der TU Graz und damit verbunden der Kompetenzraum SüdOst garantieren eine weiterhin offensive Entwicklung der Region,

insbesondere hinsichtlich des landwirtschaftlichen Strukturwandels (alle ein bis zwei Wochen sperrt im Bezirk ein Landwirt im Haupt- oder Nebenerwerb zu).

Ziel dieser Positionierung innerhalb der Region und Steiermark bringt eine nationale Inwertsetzung als Kulinarik- und Lebensmitteltechnologiestandort.

Die Neue Stadt Feldbach übernimmt gemäß Marktforschung in der Wahrnehmung von vier Fünftel der Befragten Gemeindebürger und jedem zweiten Befragten von Gemeinden rund um Feldbach eine bestimmende Rolle in der Region. Dies kann als klarer Auftrag gewertet werden, die bestimmende Rolle im Bereich der Lebensmitteltechnologie auszubauen.

Empfehlung

Gründen in Feldbach wird zur zentralen wiederkehrenden Botschaft des Wirtschaftsstandortes. Die aktive Standortpolitik mit Betriebsansiedelung und Imagewerbung für den Wirtschaftsstandort Feldbach bzw. die Region findet breite Zustimmung bzw. ist ungestützt ein zentraler Impuls einer kritischen Masse an Befragten.

Gemeinde- und Regionalzeitungen, aber auch die Mundpropaganda sind die zentralen Informationsquellen für die Bürger. Hier gilt es insbesondere die Gemeindezeitung als handlungaktivierendes Medium auszubauen.

Die stete Bespielung von Serviceclubs, Banken und Steuerberatern bzw. Institutionen zum Wohle der Initiative „Gründe/n in Feldbach“ schafft Bewusstsein und Nachfrage.

Die Einkaufsstadt

Feldbach ist eine Einkaufsstadt. Diese Positionierung wurde von 300 Befragten innerhalb der Gemeinde und darüber hinaus klar als führend bestätigt. Die Einkaufsstadt hat regionale und touristische Bedeutung. Diese Positionierung ist aber auch zu einem erheblichen Teil Lebensqualitätsspende.

Empfehlung

Die Marktforschung brachte folgende Punkte zu Tage: Der Branchenmix und gezielte Entwicklung der Quartiere und ihrer Branchenvielfalt bzw. Sortimentstiefe, die Weiterentwicklung bzw. Inwertsetzung der Gastronomie im Umfeld die gebotene Kulinarik wurden thematisiert. Hier besteht Handlungsspielraum. Die Gastronomie in Sachen Hospitality, Regionalität, Kreativität und Inszenierung zu beflügeln, bereichert die Einkaufsstadt. Ein taugliches Mittel ist kontinuierliche Aus- und Weiterbildung bzw. die öffentliche Präsentation von Erfolgsbeispielen.

Empfehlung

Aktive Inszenierung des öffentlichen Raumes (Hauptplatz, Ungarstraße, Bürgergasse, Gleichenberger Straße, Quartier Krobath, Feldbach West, EF – Feldbach Mühldorf Ost) ist ein zentraler Punkt. Feldbach tritt als Einkaufsstadt auf. Das Gesamtsystem wird von zahlreichen Einzelinitiativen genährt. Das Dach lautet: Feldbach – die Einkaufsstadt! Darunter formieren sich die Quartiere mit verschiedenen Zugängen und maximale Sichtbarkeit. Es wird empfohlen, die Einkaufsstadt mit den Quartiersformaten kontinuierlich weiterzubespiesen.

Straße der Mode: Modefrühling und Modeherbst (Sturm auf die Modestraße). Empfehlung: „Portallösung“ für die Modestraße Kreuzung Gleichenberger Straße/Ungarstraße bzw. Ausgang Bereich Notariat Künzel.

EF – Einkaufszentrum Feldbach Ost in Mühldorf: Late Night Shopping im Frühling und im Herbst. Empfehlung: Sichtbarkeit in den Kreisverkehren und im EF herstellen, um dem Quartier Potenzial zu verleihen.

Grazerstraße: Herbstfest

Feldbach West: Josefimarkt

Noch offen: Gleichenberger Straße/Schillerstraße Bahnübersetzung Gleichenberger Bahn bis AMS. Hier besteht in der Inszenierung Handlungsbedarf.

Empfehlung

Das Aushängeschild der Einkaufsstadt sind die Märkte und jahreszeitlichen Formate (Bauernmarkt, Kirtage, Advent, Ostern etc.). Sie gilt es von Jahr zu Jahr mit neuen Akzenten zu beflügeln. Insbesondere der Fasching und Ostern haben weiteres Entwicklungspotenzial – auch quervernetzend mit der Kulturstadt (Faschingssitzungen bzw. -kabarett), aber auch mit der Wirtschaft und der Gastronomie (verrückte Mahlzeiten, etc.). Solche Aktivitäten nähren das Gesamtmilieu einer handlungsaktiven Stadt: „Hier tut sich was.“

Empfehlung

Im Rahmen der Parkplatzoftensive sind Hunderte neue Parkplätze gelungen. Nun geht es darum, diese Parkplätze sichtbar zu machen. Die Erfahrung zeigt, dass nur das Unmittelbare sichtbar ist. Parkplätze in der zweiten Reihe (hinter der Häuserzeile mit nur wenigen Minuten Gehweg ins Zentrum) bleiben oft unbeachtet. Die Herausforderung: Über die bestehenden Medien der Stadtgemeinde (Gemeindezeitung, Soziale Medien) Sichtbarkeit generieren und mit Hinweistafeln das Dahinter attraktiveren.

Empfehlung

Stärken stärken: Einkaufsstadt als zentrale Positionierung weiter vorantreiben – gefolgt von der Kinder-, Jugend- und Familienfreundlichkeit, der Gesundheits-, der Wirtschafts-, der Bildungs- und der Kulturstadt. Im Tortendiagramm auf 100 Prozent nimmt die Einkaufsstadt ein Viertel der Wahrnehmung für sich in Anspruch, gefolgt von der kinder-, jugend- und familienfreundlichen Stadt mit einem Fünftel.

Empfehlung

Der öffentliche Verkehr ist hinsichtlich der Attraktivierung der Einkaufsstadt ein immer wieder ins Treffen geführter Kritikpunkt. Die Forderung der Stärkung des ÖV's wird stetig gefordert – insbesondere hinsichtlich der Verbindung des Zentrums mit der Peripherie. Hier wird empfohlen, in einem ersten Schritt den bestehenden ÖV sichtbar zu machen und in einem weiteren Schritt Optimierungsschritte des ÖV zu setzen.

Feldbach erlebt im Bereich des Tagestourismus, aber auch bei den Nächtigungen Steigerungen im zweistelligen Prozentbereich. Feldbach befindet sich aktuell unter den Top 10 der Steiermark in Sachen Steigerung der Nächtigungszahlen.

Empfehlung

Die vertiefende Angebotsentwicklung, insbesondere im Bereich der Fest- und Veranstaltungskultur der Region, im Bereich des Radfahrens (vor allem auch E-Rad bzw. E-Mobilität (Skooter etc.) und als zentraler städtischer Raum im Vulkanland (Innen- und Außenwahrnehmung als gefühltes Zentrum des Vulkanlandes), kann tages- aber auch nächtigungstouristisch steuernd eingesetzt werden – auch in Zeiten des Jahres, in denen die Auslastung im Bettenbereich noch erheblich angekurbelt werden könnte. Auch im Bereich des Wanderns auf den Spuren der Vulkane bereichern Angebotspakete das Tourismusjahr.

Empfehlung

Für Beherberger, die Gastronomie und den Fachhandel maßgeschneiderte Ausbildungsangebote zum Thema Inszenierung und Hospitality.

Empfehlung

Mobilitätslösungen für Gäste der Region (Rad, öffentliche Verkehrsmittel, Wanderwege, alternative Antriebsformen bei Leihautos), die barrierefrei zugänglich sind, steigern die Attraktivität des Tourismusstandortes.

Empfehlung

Insbesondere der Naherholungs- und Einkaufstourismus, das Vulkanland zählt 115.000 Bürger in nächster Nähe, darf an dieser Stelle nicht unterschätzt

werden. Laufende Imagewerbung sorgt dafür, dass die Attraktivität der Bezirkshauptstadt steigt. Hier haben vor allem auch die Märkte (Kirtage, Adventmarkt, Josefimarkt, Lange Nacht) regionales, aber auch überregionales, Potenzial. Im Bereich der Kirtage könnte das Potenzial mit einer Durchmischung mit Kunsthandwerk und regionalen Kulinarikern etc. weiter gesteigert werden. Eine Idee wäre etwa auch, im Herbst einen Kirtag ganz im Zeichen des „Erntedanks“ zu einem Genussmarkt auszubauen. Weiters sorgt die Quartiersentwicklung für gesteigerte Aufmerksamkeit als Einkaufsstadt der Region. Hier ist der Zielmarkt die Region rund um Feldbach – im Süden zumindest bis Straden, im Osten bis Jennersdorf, im Westen bis Kirchberg an der Raab bzw. St. Margarethen, im Norden bis Fürstenfeld bzw. Sinabelkirchen. Warum? Weil Gebrauchsgüter (etwa im Möbelbereich) Feldbach eine zentrale Bedeutung geben.

Empfehlung

Empfohlen wird die Vertiefung der Jahres- und Veranstaltungsformate bzw. Vernetzung mit Handel und Gastronomie. Das Beispiel „Zsamstehn“ 2019 erwies sich als gutes Beispiel für die gelungene Vernetzung eines Gastwirte-Festkulturformates mit dem innerstädtischen Handel.

Empfehlung

Die Stärkung einzigartiger Verkaufsargumente wie das kleine Universalmuseum Tabor, den buntesten Kirchturm der Welt, die längste Straße der Mode im Südosten Österreichs oder die Altstadtgasse bringen insbesondere im Thermenumfeld Attraktivität und Frequenz.

Empfehlung

Besondere Fotoplätze in der Stadt steigern die Attraktivität in Zeiten der Smartphones. Hier wäre auch die Einbindung von Künstlern eine Empfehlung. Animierende Kunst im öffentlichen Raum bereichert Plätze, Straßenzüge, oder etwa den Tabor-Innenhof rund um die Stadtpfarrkirche etc.

Empfehlung

Der Claim „Feldbach macht Sinn“ hat für die kommunale Entwicklung (Innensicht) genauso Bedeutung wie als touristische Aussage: Für Gäste der Region macht es Sinn, einen oder mehrere Tage ihres Aufenthalts der Region der größten Stadt der Region zu widmen. Diese Botschaft gilt es in den touristischen Zentren, insbesondere in den Thermen und Gläsernen Manufakturen, der Region zu vertiefen.

Zur Bildungsstadt

Die Bildungsstadt in seiner ganzheitlichen Dimension braucht die stete kreative, innovative Bearbeitung über das gesamte Jahr und durch alle Bevölkerungsschichten. Hier wird eine vertiefende, zielgruppengerechte Bespielung empfohlen.

Empfehlung

So sollte im Bereich der Bildung in der Altersgruppe 50 Plus bzw. der Senioren die Aufmerksamkeit gesteigert werden. Auch der Vulkanland-Prozess der Bildung einer altersübergreifenden Klammer durch das Modell der Eltern-Kind-Bildung bzw. Omas und Opas Universität gilt es zu stärken.

Empfehlung

Die Bildungsstadt meint aber insbesondere auch die Schaffung der „Schule der Zukunft“. Neben der baulichen Herausforderung wird empfohlen, die Neue Mittelschule (nach der Zusammenlegung im Herbst die größte des Bezirkes) durch aktive Öffentlichkeitsarbeit und einen umfassenden Bildungsprozess weiter zu stärken – auch in Anbetracht einer möglichen AHS-Unterstufe.

Die Zukunftsfähigkeit der Schule ist unmittelbar an die Zukunftsfähigkeit der darin stattfindenden Lehre gekoppelt. Das Lern-, Schul- und Raumkonzept gilt es mit aller gebotenen Begeisterung aller betroffenen Verantwortungsträger in die gelebte Wirklichkeit zu bringen.

In der Marktforschung wird insbesondere auch Bildung – ausgerichtet an der Positionierung der Region Steirisches Vulkanland (Kulinarik, aber im weiteren Sinne auch Handwerk (Meisterkultur, Hausverstand, „a Büdung hob’n“)) – gefordert.

Empfehlung

Im Bereich der berufsbildenden Schulen wird in der Marktforschung die Ausbildung im Bereich der Kulinarik und tiefergehend im Bereich der Lebensmitteltechnologie genannt. Die HLW hat hier bereits Vorarbeit geleistet. Diese Orientierung als Schulzweig zu etablieren verspricht synergetische Wirkungen hinsichtlich Startup-Center, aber auch der weiteren Etablierung und Vertiefung der Kulinarik im Steirischen Vulkanland.

Empfehlung

Empfohlen wird hinsichtlich Schulstandort auch ein klares Bekenntnis zum Ausbau des Bildungsstandortes Feldbach, nicht nur hinsichtlich Schule der Zukunft, sondern auch der AHS-Unterstufe (auch die Marktforschung ortet eine diesbezügliche Sehnsucht), zumal hier angesichts des politischen Drucks seitens des Bundes eine Installation angedacht ist. Hier sollte die Bezirkshauptstadt als logischer Standort außer Streit stehen. Damit verbunden verdient – wie bereits oben erörtert – die größte Mittelschule des Bezirkes

eine Inwertsetzung im Rahmen eines umfassenden Öffentlichkeitsarbeitsprozesses.

Empfehlung

Bildung, Begegnung und Natur weiter zu verbinden bzw. Jugend und jungen Erwachsenen Begegnungsräume zu schaffen (Kino, Startup, Schule, öffentliche Räume/Plätze) ist ein weiteres Ergebnis der Marktforschung. Im Bereich der Schule der Zukunft Lern- und Begegnungsräume außerhalb des Klassenzimmers zu schaffen, sollte als Herausforderung angenommen werden (Stichwort: Lebensraum Raab, Museum im Tabor, Naturarena etc.)

Empfehlung

Das Bildungsprogramm mit namhaften Vortragenden gilt es unbedingt fortzuführen – zumal damit ein Imagegewinn für die Stadt verbunden ist und „steter Tropfen den Stein höhlt“ – also das (kollektive) Bewusstsein zum Wohle eines gelingenden Lebens wandelt.

Zur Kulturstadt

Im Rahmen der Befragung zeigte sich, dass die höchste Zustimmung zur Positionierung der Kulturstadt zwischen 45 und 64 liegt. Die wirtschaftliche Bedeutung dieses Ergebnisses darf als positiv gewertet werden.

Empfehlung

Das Ergebnis ist aber auch Auftrag, in und neben den klassischen Formaten von überregionaler Anziehungskraft auch Nebenschauplätze mit volks- und festkulturellen Akzenten, aber auch jugendkulturellen Inszenierungen, in Betracht zu ziehen.

Empfehlung

Kultur meint auch Festkultur. Hier wird im Rahmen der Marktforschung immer wieder der Hauptplatz ins Treffen geführt. Im Konkreten wurde mehrfach die Zentrumsbelebung mit Festkultur, Aktionen und Events artikuliert. Hier besteht somit Handlungsbedarf.

Zur Gesundheitsstadt

Die ganzheitliche Gesundheitsprävention als politisches Thema der Zukunft – auch hinsichtlich der subjektiven Lebensqualitätssteigerung dank des Gefühls gut versorgt zu sein – wird zum Thema der Zukunft. Dabei zeigt sich, dass Gesundheit mehr als das Fehlen von Krankheit ist, sondern vielmehr die stete Beschäftigung mit ganzheitlicher Gesundheitsprävention meint.

Empfehlung

Feldbach übernimmt im Rahmen der Bildungsstadt eine zentrale Aufgabe hinsichtlich der Vermittlung von Wissen zur Gesundheitsprävention. Die Stärkung der Resilienz der Bürger sorgt für eine vitale Gesellschaft.

Empfehlung

Feldbach hat viel. Das Angebot der Stadt im Bereich Gesundheit sichtbar zu machen, sorgt für Zufriedenheit, Lebensqualität und nimmt etwaige Ängste und politischen Diskussionen Raum. Hier wird empfohlen, der Gesundheitsstadt in der Gemeindezeitung, aber auch in Sozialen Medien steten Raum zu geben.

Zur kinder-, jugend- und familienfreundlichen Stadt

Die kinder-, jugend- und familienfreundliche Stadt Feldbach schafft die Voraussetzungen einer gesunden demographischen Stadtentwicklung.

Empfehlung

Die kinder-, jugend- und familienfreundliche Stadt hat in allen infrastrukturellen Investitionen der Stadt Priorität. Aber damit nicht genug, sollten mittels eines Leitfadens zur Inszenierung relevante öffentliche Einrichtungen, aber auch der Handel, für die Bedeutung sensibilisiert werden. In der insbesondere kinderfreundlichen Inszenierung des öffentlichen Raumes (Rückzugsorte, Sitzgelegenheiten, Naturbegegnungen (Wasser, Pflanzen etc.)) hat die Stadt Möglichkeiten, vor allem der Einkaufs-, Wirtschafts- und Kulturstadt ein unvergleichliches Flair zu verleihen.

Empfehlung

Die Neue Stadt Feldbach im Bereich der Gastronomie auf dieses Stärkefeld zu trimmen, ist auch der Regionalentwicklung des Steirischen Vulkanlandes ein zentrales Thema. Hier bedarf es einer beharrlichen Weiterentwicklung.

Empfehlung

Die Schule der Zukunft mit neuer Lern-, Schul- und Raumkultur wird bei aufrichtiger Entwicklung im ersten Vierteljahrhundert des neuen Jahrtausends Feldbach zu einem außergewöhnlichen Bildungsstandort in Mitteleuropa

machen. Schulstandorte sind insbesondere für Lebensmittelpunkt suchende Familien ein relevantes Kriterium. Damit nicht genug, spielt die Qualität des Schulstandortes längst auch im Rahmen von Betriebsansiedelungen arbeitsplätzereicher Firmen eine zentrale Rolle. Die Aufwertung des Schulstandortes ist damit kinder-, jugend- und familienfreundlich.

Empfehlung

Für die Kulturstadt ist die Heranführung von Kindern und Jugendlichen an die Kultur ein zentrales Anliegen. Dieses Feld gilt es mit großer Hingabe zu bearbeiten. Kinder, die mit Kultur in Berührung kommen, sind als Erwachsene für die Kultur gerettet. Warum ist das wichtig? Kultur ist Teil eines gelingenden Lebens.

Empfehlung

Die Entwicklung des Startup-Centers und des Coworking Spaces animiert zu unternehmerischem Denken in einer Zeit, in der die Wirkung des selbständigen Denkens zu maximaler Entfaltung führen kann. Hier darf es im ersten Schritt nicht um Auslastung gehen. Hier geht es in den ersten Jahren ganz klar um Milieubildung zum Wohle einer gedeihlichen, unternehmerischen Jugendentwicklung.

Empfehlung

Im Rahmen der Marktforschung wurden Freizeiteinrichtungen für Jugendliche und junge Erwachsene thematisiert. So wie es pendlerzumutbare Distanzen im täglichen Arbeitsleben gibt, so gibt es auch jugendzumutbare Distanzen für adäquate Begegnungsräume wie Disco, Kino etc. Auch wenn dies nicht in den Aufgabenbereich einer Stadtgemeinde fällt, so können doch im Wirtschafts- und Standortentwicklungsbereich die Rahmenbedingungen für das Gelingen eines solchen Wirtschaftsinvestitionsprojektes begünstigt werden.

Abschließende Empfehlung zum Masterplan

Wer kommuniziert, gewinnt! Kommunikation ist ein Grunderfordernis einer guten kommunalen und regionalen Entwicklung. Der Ausbau der Kommunikationskanäle und ihre Professionalisierung sind zentrale Entwicklungsmotoren.

Die Gemeindezeitung erweist sich als zentrales Medium mit Haushaltsabdeckung. Sie zeichnet sich durch Akzeptanz und hohe Glaubwürdigkeit in der Bevölkerung aus.

Die Abstimmung aller wesentlichen Social-Media-Kanäle wird an dieser Stelle als wesentliche Kommunikationsachse zu einer zentralen Gruppe von Meinungsbildner empfohlen.

Damit einhergehend empfiehlt sich ein monatlicher Medienplan, der mit zentralen Themen für Kontinuität und Informationssicherheit sorgt.

Die Darstellung der Entwicklungsfelder und Zusammenhänge für alle relevanten Stakeholder sorgt für Entwicklungssicherheit.

Impulspapier für die Wirtschaftsentwicklung
der NEUEN Stadt Feldbach

erstellt von Roman Schmidt

Markenagentur Roman Schmidt

www.markenagentur.at

8330 Auersbach 130

Neue Stadt Feldbach, im Juni 2019