

Zukunftsentwicklung Aschach/Donau

im Rahmen eines Agenda-21-Prozesses







Gesamtbericht (V2)

Aschach, September 2022

GEFÖRDERT AUS MITTELN DES LANDES OBERÖSTERREICH







Impressum





Auftragnehmer:

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

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

Email: cima@cima.co.at

www.cima.co.at

Bearbeitungsteam:

Mag. Stefan Lettner Rebecca Lederhilger, BSc Edith Obermayr, BSc Anna Radler, BSc, MSc

Auftraggeber:

Marktgemeinde Aschach Abelstraße 44 A-4082 Aschach/Donau

Anmerkung:

Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird im gesamten Bericht auf eine durchgängig vollständige geschlechtsneutrale Formulierung verzichtet.

Inhaltsverzeichnis





I	Vorbemerkungen zum Prozess	4
II	Grundlagenanalyse	10
	a) Sekundärstatistische Analyse	11
	b) Bürger*innenbefragung	16
	c) Ortskern-Check	31
	d) Leerflächenerhebung und -katalog	39
	e) Trends & best practice	41
	SWOT-Profil	56
Ш	Zukunftsprofil "Aschach 2030"	58
IV	Maßnahmen "Aschach 2030"	66







Vorbemerkungen zum Prozess







Durch das Engagement der **Initiative "Zukunft Aschach"** (ehemals "Planungs-, Entwicklungs- und Gestaltungsbeirat"), rund um Werner Konrad, kam es im Frühjahr 2021 zum Start eines Agenda 21 Prozesses. Nach einem Auswahlverfahren wurde das einschlägig erfahrene Beratungsinstitut CIMA mit der fachlichen Prozessbegleitung beauftragt.

Ähnlich wie viele andere Gemeinden auch, leidet das Ortszentrum von Aschach zunehmend unter den **Auswirkungen der veränderten Lebens-, Mobilitäts- und Konsumgewohnheiten** der Bevölkerung. Zudem haben sich die strukturellen Anforderungen an attraktive Ortszentren in den letzten Jahren deutlich verändert. Das Fehlen eines nachhaltigen, gemeinsam getragenen Ortsentwicklungskonzepts zeigt sich in verschiedenen Bereichen.

Als wesentliches Ziel wurde die Ausarbeitung eines Entwicklungskonzeptes und Maßnahmen zur Verbesserung der Lebensqualität als Zukunftssicherung für die gesamte Bevölkerung von Aschach definiert. Folgende **Schwerpunktthemen** sollten dabei im Fokus stehen:

- Verbesserung der aktuellen Leerstandssituation
- Aufrechterhaltung & Verbesserung der bestehenden Angebotsstruktur (Gastronomie, Geschäfte, Dienstleistungsangebote, Künstler, etc.)
- Evaluierung des Kulturjahresprogramms (speziell Kultursommer)
- Verbesserung der Aufenthalts- und Gestaltungsqualität im Ortskern (Oberflächen, Möblierung, Grünflächen, Beleuchtung, Beschilderung, Begegnungszone, Verkehrsberuhigung, Parken, etc.)

Obwohl die angeführten Themen prioritär behandelt wurden, konnte gemäß den Anforderungen von Agenda 21 ein **ganzheitliches Zukunftsprofil mit umfassender Bürger*innenbeteiligung** erarbeitet werden.









Das auf rund 12 Monate angelegte Projekt war in drei Projektphasen gegliedert und wurde von einem 11-köpfigen Kernteam begleitet bzw. koordiniert.

Folgende Personen wirkten im Kernteam mit:

- Groiss Dietmar
- Hofer Herbert
- Gaadt Manuel
- Haider Christoph
- Jäger Josef
- Kaltenböck Thomas
- Konrad Werner
- Paschinger Franz
- Paschinger Ina
- Ruprecht Marie
- Meinhart Johannes
- Rathmayr Karin

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

Neben der Auswertung verschiedener sekundärstatistischer Kennzahlen sowie der Durchführung eines "Orts-Checks" wurden auch Gespräche mit 12 örtlichen Entscheidungsträgen geführt, um die Befindlichkeiten und Entwicklungsperspektiven für den Ort auszuloten.

Durch die im Laufe des Jahres 2021 bestehenden Covid-Versammlungsbeschränkungen wurde der Zeitplan etwas durcheinander gebracht. Letztendlich betrug der Zeitverlust im Vergleich zum ursprünglichen Plan jedoch nur rund 4 Monate (Projektabschluss Dez. 22 anstatt August 22).

Prozessablauf - Leistungsbausteine







Leistungsbaustein I "Expertise und Sensibilisierung"

- Grundlagenanalyse: Daten, Fakten, Zahlen
- Qualitative Bestandsanalyse ("Orts-Check".)
- Durchführung von "Sensibilisierungsgesprächen"
- Durchführung einer Bürger*innenbefragung
- Durchführung Gemeinde Navi (verschoben auf Herbst 2022)
- Zusammenfassendes SWOT-Profil & Benchmarking

Leistungsbaustein II "Bürger*innenbeteiligung"

- Motivation der Akteure, aktives Einladungswesen
- Abhaltung Auftaktveranstaltung ("Zukunftswerkstatt")
- Durchführung von 4 vertiefenden Workshops
- Laufende Abstimmung mit dem Kernteam



Parallel bzw. Zug um Zug



Leistungsbaustein III "Konzeptentwicklung"

- Ausarbeitung von Zielen und Strategien (Zukunftsprofil)
- Ausarbeitung von Maßnahmen und Projekten
- Diskussion, Adaption und Fertigstellung des Konzepts
- Operationalisierung des Maßnahmenkataloges
- Abhaltung einer Abschlussveranstaltung

Leistungsbaustein IV "Umsetzungsbegleitung"

- "Starthilfe" bei ausgewählten Projekten
- Durchführung von 3 Projektwerkstätten
- Begleitung/Koordination des Projektmanagements

Bearbeitungszeit

Juli bis Okt. 2021

IST- Situation

Nov. 2021 bis Okt. 2022

SOLL- Situation

Okt. bis Dez. 2022

Umsetzung









Mit der Zukunftswerkstatt am 3. November 2021 im AVZ begann die breite Bürger*innenbeteiligung. Trotz pandemischer Unsicherheiten kamen rund **80 Personen** um gemeinsam Zukunftsvisionen für Aschach zu entwickeln.















Die vertiefenden Themen- Workshops fanden zu folgenden Terminen im AVZ statt:

"Aschach beleben"

Mittwoch, 16. März 2022 (19-21 Uhr) Themenschwerpunkte: Wirtschaft, Leerstände, Veranstaltungen

"In Aschach leben"

Mittwoch, 13. April 2022 (19-21 Uhr) Themenschwerpunkte: Soziales, Jugend, Vereine, Wohnen

"Aschach gestalten"

Mittwoch, 18. Mai 2022 (19-21 Uhr) Themenschwerpunkte: Donauufer, Verkehr/Mobilität, Begegnungszone



Die **Teilnehmer*innenzahl** bei den Workshops bewegte sich immer **zwischen 20 und 40 Personen**. **Herzlichen Dank** für die Unterstützung!

Zusätzlich zu den öffentlich zugänglichen Themen-Workshops fanden folgende Veranstaltungen statt bzw. sind noch geplant:

Projektwerkstatt "Digitale Plattformen"

Dienstag 14. Juni und Mittwoch 13. Juli 2022 (unter Moderation von Erhard Wimmer)

"Workshop Zufallsauswahl"

(noch offen – wegen Datenschutzbedenken des Landes)

"Gemeinde-NAVI"

(verschoben auf Herbst 2022)







Grundlagenanalyse





a.) Sekundärstatistische Analyse





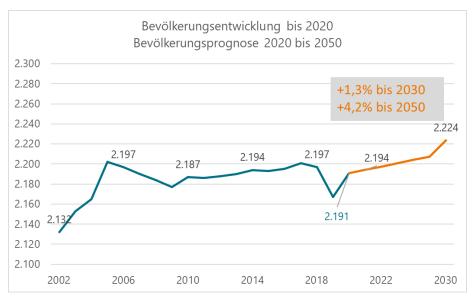


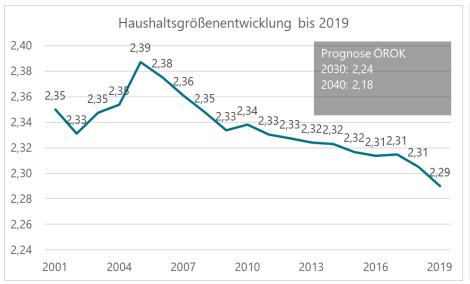


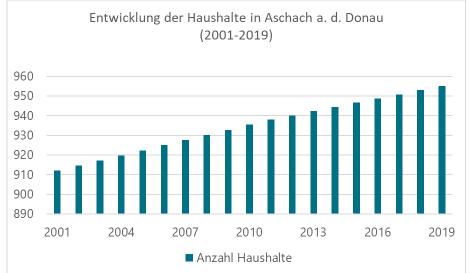


Bevölkerung gesamt: 2.191 Prognose bis 2030: +1,3%

Durchschnittliche Haushaltsgröße: 2,3







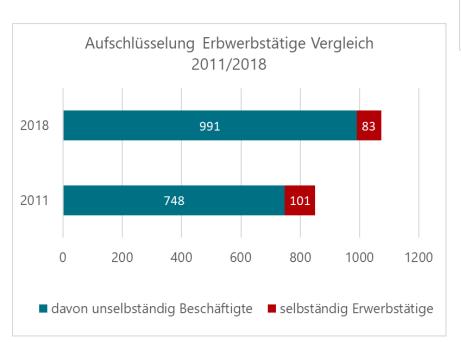
Beschäftigte und Arbeitsstätten







1.074 Erwerbstätige auf Gemeindeebene 166 Arbeitsstätten













Nächtigungen: 1.723 im Winter 7.561 im Sommer (2019, vor Covid)

Entwicklung:

2015-2019: + 40%

2019 -2020: - 37% (Covid)





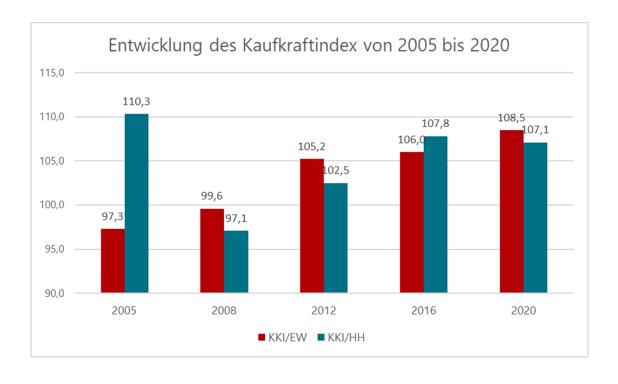
Wohlstand und Kaufkraftindex







Kaufkraftindex 2020 Pro EW: 108,5 % Pro HH: 107,1 % Basis Österreich = 100 %







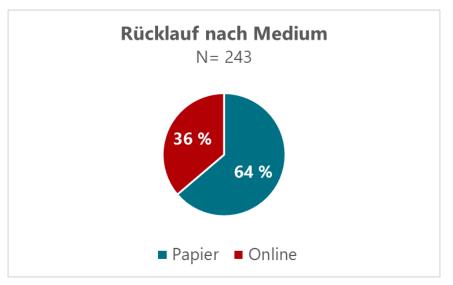
b.) Bürger*innenbefragung

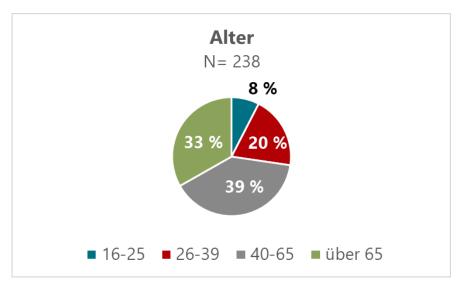


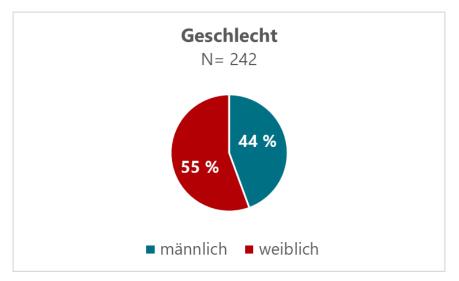


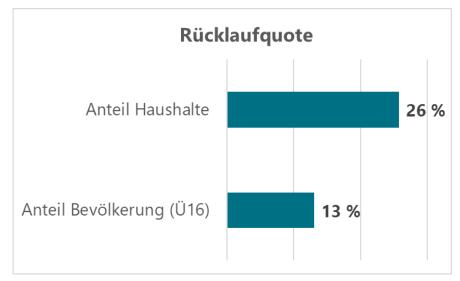








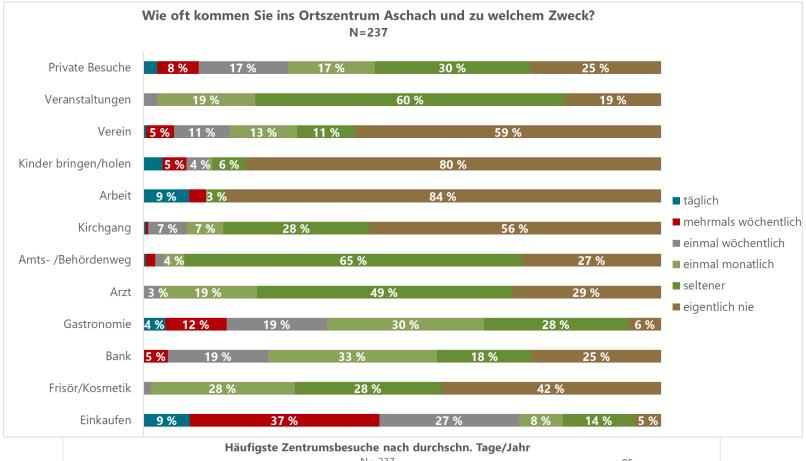




Besuchshäufigkeit











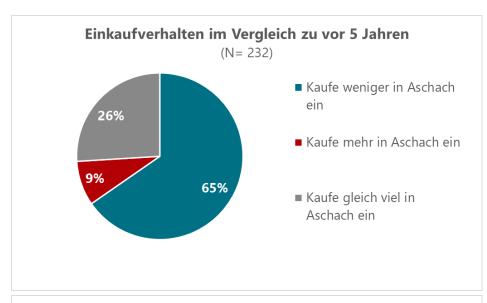


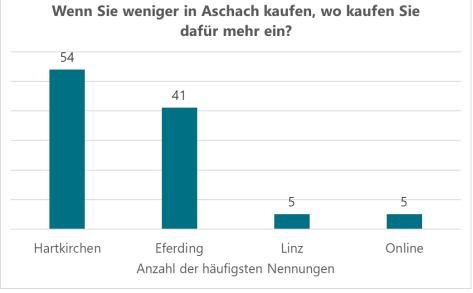


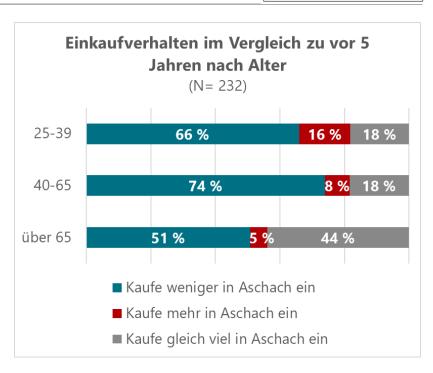
Einkaufsverhalten





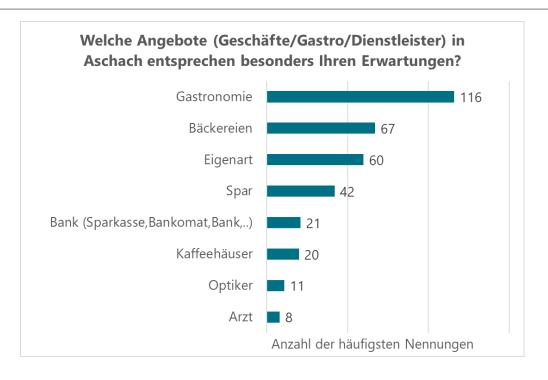


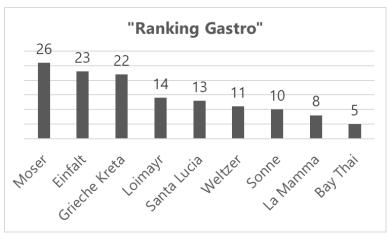


















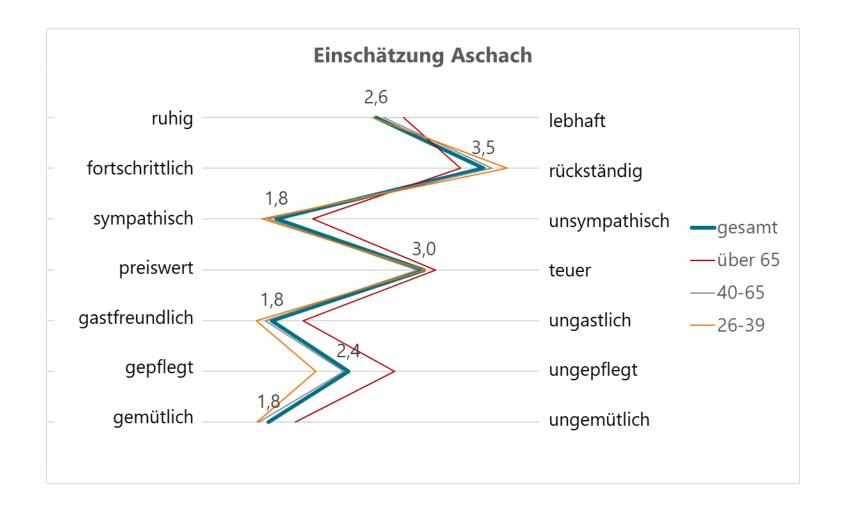






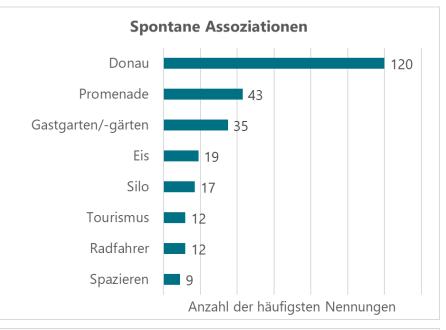


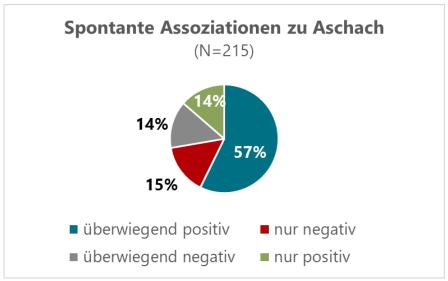








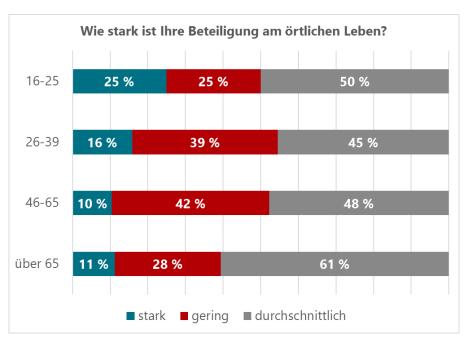


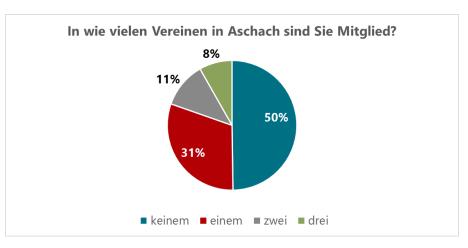


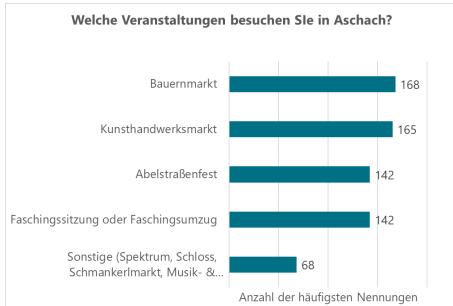
Beteiligung Ortsleben





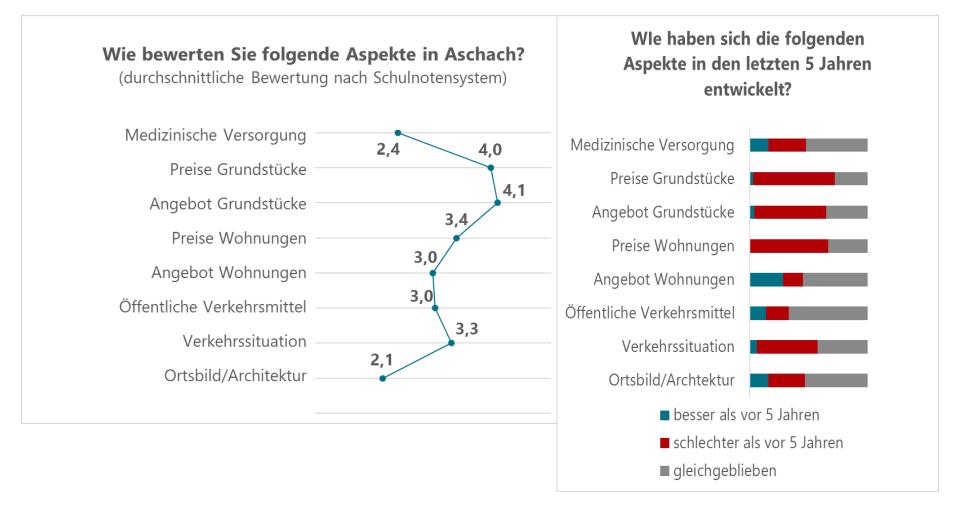










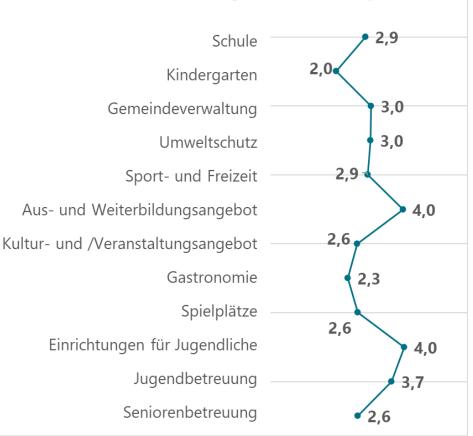






Wie bewerten Sie folgende Aspekte in Aschach?

(durchschn. Bewertung nach Schulnotensystem)















c.) Ortskern-Check



Ortskernstruktur und Gebäude-Ensemble















- ... beeindruckende Häuserfront in Richtung Donau
- ... überwiegend guter Zustand der Fassaden



- ... in "zweiter Reihe" beschauliche Enge
- ... Fassaden nicht mehr so spektakulär
- ... tw. schöne Innenhöfe





























- ... Gastronomie (gute Ausstattung)
- ... Dienstleister (Post, Bank, Frisör, Agentur...)
- ... Größere Strukturen am Ortseingang (Spar...)























- ... sowohl "marktfähige" als auch "strukturelle" Leerstände
- ... unterschiedliche Größen und Zustände
- ... auch Leerstände im Außenbereich



Öffentliche Flächen und Gestaltung



















- ... zur Donau hin sehr schön gestaltet mit viel Grün, guter Möblierung, schöner Oberflächen-gestaltung (Anm.: Kies nicht barrierefrei) und Rad-Infrastruktur
- ... an starken Tagen Konflikt Rad Fußgänger?



Verkehrsflächen und Gestaltung





















- ... große Parkplatzkapazitäten an den Ortskern-rändern (Auslastung normal bzw. Spitzenzeit?)
- ... Verkehrs- und Freizeitfläche entlang der Donau nicht optimal strukturiert (Begegnungszone?)
- ... Oberflächen generell nicht sehr wertig







d.) Leerflächenerhebung und -katalog









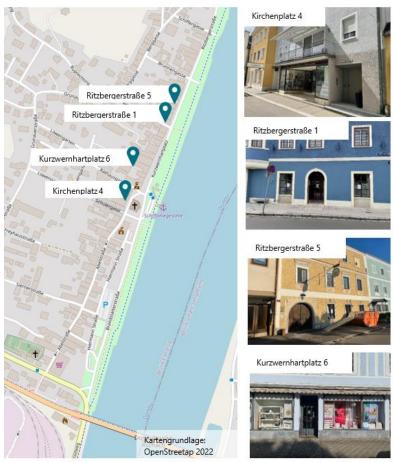


Im Rahmen des Agenda21 Prozesses wurden in Aschach 11 Leerstandseigentümer*innen angesprochen, dabei stellte sich heraus, dass:

- 2 Objekte bereits vermietet sind,
- eines eventuell verkauft wird bzw. die Eigentumsverhältnisse kompliziert sind,
- mit 3 Eigentümer*innen kein Kontakt hergestellt werden konnte, und
- ein Objekt aufgrund seines extrem schlechten baulichen Zustands und mangels zeitlicher Kapazitäten der Eigentümer*innen noch keiner entsprechenden Nutzung zugeführt werden konnte.

Eigentümer*innen wurde eine Begehung am Objekt durchgeführt, einen Überblick über diese Flächen ist hier abgebildet.

Kurzbeschreibungen der Geschäftsflächen wurden am 20. 07. 2022 auf der Gemeindewebsite veröffentlicht.









Kirchenplatz 4



Objektbeschreibung & -zustand

- Geschäftsfläche
- Ca. 100m² Vkfl.
- Top- Lage -> einsehbar von Donau
- Nur geringe Adaptionsarbeiten nötig

Mögliche Nutzungen

- Handel
- Ordination
- Büro
- Dienstleistungen
- Atelier
- Gastro (eingeschränkt)

Konditionen

- Miete flexibel vereinbar

Kontakt: Herr Heger Gerhard

0664 3228277

gerhard@agenturheger.at















Kurzwernhartplatz 6



Objektbeschreibung & -zustand

- Geschäftsfläche
- Ca. 70m²
- Lager und Werkstatt als Option (sanierungsbedürftig)
- Top-Lage, einsehbar von Donauradweg
- Zustand Edelrohbau saniert

Mögliche Nutzungen

- Atelier
- Büro
- Coworking
- Dienstleistung
- Handel

Konditionen

Miete flexibel vereinbar

Kontakt: Herr Ettl Wilhelm

0680 2167164

wilhelm.ettl@ettl.net











Ritzbergerstraße 1



Objektbeschreibung & -zustand

- Geschäftslokal
- Ca 90 m²
- Top Lage, einsehbar von Donauradweg
- Sehr guter Zustand

Mögliche Nutzungen

- (Kunst-) Atelier (Räumlichkeiten wären bestens geeignet)
- Büro
- Co-Working
- Dienstleistung
- Handel
- Ordination

Konditionen

Richtwert Miete 7€/m²

Kontakt: Herr und Frau Hultsch

07273 6304

apotheke@aschach.at











Ritzbergerstraße 5



Objektbeschreibung & -zustand

- Geschäftslokal
- Ca 120 m² Fläche
- Top Lage, einsehbar von Donauradweg
- Edelrohbau

Mögliche Nutzungen

- Büro
- Coworking
- Dienstleistung
- Handel
- Veranstaltungen, Seminare

Konditionen

- Miete flexibel vereinbar

Kontakt: Herr Stammler Richard

06765801795

richard.stammler@gmail.com











e.) Trends & best practice









konsistent

- einheitliches Verhalten
- stabil über die Zeit
- eindimensional



hybride

- differenziertes Verhalten
- relativ stabil
- bipolar



multi-optional

- divergierendes Verhalten
- nicht mehr stabil
- mehrdimensional



Der "unberechenbare" Konsument







- Gesellschaftliche Trends unterstützen aktuell die Bemühungen zur (Wieder-) Belebung der Innenstädte und Stadtkerne:
 - Produkttransparenz und Werbe-Ehrlichkeit
 - Nischenkonzepte und Spezialisierung
 - Bio- und Fair trade Orientierung
 - gezielter "Genuss"-Konsum
- Konsequente Ansprache von Innenstadt-affinen Zielgruppen und entsprechende Ausrichtung des Marketings:
 - Innenstadt-affine Kundengruppen suchen "vernetzte, profilierte, sichere und gut erreichbare"
 Einkaufsdestinationen
 - Die wichtigsten Innenstadt-affinen Zielgruppen sind "LOHAS & DINKS", "role makers" und "silver ager"

Beispiele erfolgreicher Zielgruppenprojekte:

- Salzburg: zwei Beispiele "eat & meet" und "Hand.Kopf.Werk."
- Glasgow (UK): gemeinsam mit Top-Designern Entwicklung einer "style mile" in der Innenstadt
- Berlin-Friedrichshain (D): Jung-Designer vermarkten sich als "young fashion"-Quartier
- Malmö (S): Nachhaltigkeitsmarketingaktivitäten bzw. intensive Ausrichtung auf fair trade Produkte/Aktivitäten













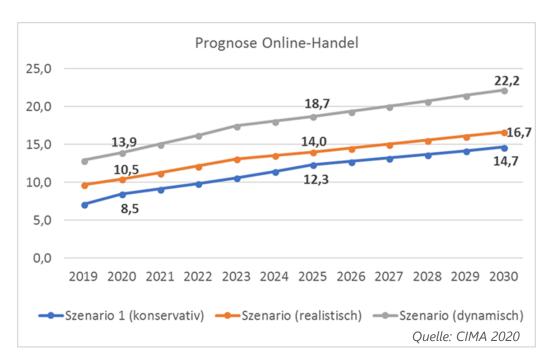








- War es in den 90er Jahren das rasante Verkaufsflächenwachstum auf "den grünen Wiesen" Österreichs, so ist seit Jahren der **boomende Online-Handel**, welcher sowohl den traditionell gewachsenen Einzelhandel, als auch den stark filialisierten Fachmarkt- und Einkaufszentren, gehörig zusetzt.
- Die nachfolgende Grafik zeigt verschiedene Modellansätze hinsichtlich der prognostizierten Marktanteile des Online-Handels an den gesamten Einzelhandelsausgaben. Obwohl drei Szenarien zwischen konservativen, realistischen und dynamischen Verläufen unterscheiden, ist aufgrund der aktuellen Covid-Pandemie und den damit verbundenen Online-Einkäufen ganz neuer Zielgruppen zu befürchten, dass sich die angenommen Verläufe weiter dynamisieren.













- Durch den zunehmenden Online-Handel zeichnet sich für den innerstädtischen Angebotsmix ein deutlicher **Transformationsprozess** ab. Generell sind folgende Trends zu beobachten, welche vollinhaltlich auch auf die künftige Entwicklung der Innsbrucker Innenstadt zutreffen:
 - Die Expansionsdynamik von traditionellen, filialisierten und eher großflächigen Einzelhandelskonzepten ist deutlich eingebrochen und spielt bei innerstädtischen Ansiedlungsüberlegungen eine geringere Rolle als früher.
 - Der innerstädtische Einzelhandel wird künftig wieder mehr von kleinteiligen, nachhaltig bzw. regional ausgerichteten und inhabergeführten Betrieben geprägt sein. Spezialisierte, "nischige, junge und freche" Geschäftsmodelle mit branchenübergreifendem Charakter haben gute Marktchancen.
 - Nach wie vor sind Qualitätsmerkmale wie "Fachberatung" und "Service" die entscheidenden "Trümpfe der Innenstadt".
 - Die Kombination der Distributionswege "stationär" und "online" wird Einzelhändler in den meisten Branchen überlebenswichtig.
 - Die Rolle der Gastronomie als Frequenzbringer für die Innenstädte nimmt an Bedeutung stark zu. Ähnlich wie beim Einzelhandel sind auch hier "junge bzw. szenige" Modelle mit Qualitätsanspruch gefragt. Vor allem in der warmen Jahreszeit ist eine ausreichend dimensionierte, attraktiv gestaltete Außen-gastronomie für eine hohe Aufenthalts- und Verweilqualität einer Innenstadt mitverantwortlich.













Erfolgsfaktoren:

- Stark **individualisierte**, auf den speziellen Standort zugeschnittene Konzepte
- Branchen-Crossover Konzepte
- Hohe "social media"-Kompetenz und eigener Online-Shop
- Nutzung lokaler Unternehmer-Netzwerke und Orts-/Stadtmarketing-Organisationen

Gute Beispiele:

- 7spices in Feldkirch (V)
- Die Kunststätte in Klagenfurt (K)
- Pedal Piraten in Lustenau (V)
- Frech & Wild Lieblingskinderladen in Ried (OÖ)
- Lunzers Maß-Greisslerei in Wien





















Trends im Lebensmittelbereich

- Renaissance der "City"-Nahversorger und "Greissler"
- Neue Supermarktformate als Antwort auf das Aufrüsten der Discounter
- **Express-Formate** für Berufstätige (kleinflächige LEH-Formate in Bürogebäuden, an U-Bahn-/S-Bahn-Stationen, Bahnhöfen usw.)

















- Boom des Faktors "Genuss" auf allen Ebenen
- Mischkonzepte Handel + Gastronomie, Läden mit Verköstigungsecke
- "Genussmarkthallen" als architektonische "landmarks", hoher Produkt- und Anbieterspezialisierung, Verkostungs- und Imbissecken sowie hochwertige Gastronomie

Gute Beispiele:

- "Olivgrün" (griechischer Spezialitätenläden) in Lustenau
- "Zoom Stehn im Ossiacher Hof" in Klagenfurt
- "Culinarium Alpinum" in Stans (CH)
- "Le pain quotidien"-Bäckereikette in Belgien
- "Bottle Shop" in Salzburg
- Kochhaus-Läden in Deutschland

















Trends, Entwicklungen & "best practice"











 Wochenend-, Schmankerl-, Abend- und Spezialitätenmärkte generieren neue BesucherInnen-Potenziale für die Stadtkerne

Gute Beispiele:

- Spezialitäten-Samstagsmärkte in Fehring, Oberndorf bei Salzburg, Ried im Innkreis, Rohrbach, St. Johann in Tirol, Dornbirn
- Abendmärkte (häufig in Deutschland)









Trends, Entwicklungen & "best practice"







Wohn- und

Immobilientrends

- Neue Hotelformen und gewerbliche Übernachtungsmöglichkeiten bereichern Innen- und Altstädte
- Lifestyle Hotels mit unverwechselbarem Einrichtungsstil, häufig in ehemaligen Büro- und Industriebrachen, außergewöhnlichem Food- & Beverage-Konzept
- Serviced Apartments bzw. Boarding Häuser für temporär (idR 1-6 Monate) am Standort tätige ExpertInnen (z.B.: Dornbirn, Hohenems)
- Pixel Hotels (z.B.: in Enns) oder "albergo diffuso"-Konzepte (z.B.: in Hallstatt) mit zusätzlichem Effekt der Mobilisierung leerstehender Dachböden bzw. Wohnräume















Leerstand ist nicht gleich Leerstand!

Unterschiedliche Leerstands-Typen bedürfen unterschiedlicher Instrumente zur Reaktivierung und Vermarktung.

Top-marktfähiger Leerstand



- topsaniert und sofort bezugsfähig
- Mietpreisvorstellungen/-konditionen entsprechen standortadäquaten Rahmenbedingungen
- infrastrukturelle Umfeldbedingungen zufriedenstellend

bedingtmarktfähiger Leerstand



- Leerstand nicht sofort bezugsfertig
- entweder einige Sanierungsbedarfe oder einzelne Umfeldrahmenbedingungen müssen optimiert werden

nicht-marktfähiger Leerstand



- aufwändige Sanierungen notwendig
- nicht-marktkonforme bzw. für den betreffenden Standortraum weit überzogenen Mietpreisvorstellungen

kurzfristiger Leerstand

struktureller Leerstand



potenzieller Leerstand

dauerhafter

Sockel-Leerstand

latenter Leerstand Umbruchs-Leerstand









Unterschiedliche **Eigentümer-Typen** weisen eine unterschiedliche Betroffenheit und Identifikation zum Leerstandsobjekt auf. Standortmanagement-Maßnahmen müssen darauf individuell abgestimmt sein.

Klassifikation von "Eigentümer-Typen"

"Erben-Generation"…

Zumeist hoher Sanierungsbedarf, oft kein Bezug zum Ort, wollen/können nicht investieren, würden am liebsten verkaufen (kein Bedarf)

"Abwartende/Inaktive"…

Würden/könnten sanieren, trauen sich jedoch aufgrund der geringen Rendite-Aussicht nicht, haben meist wenig Know-How ("nicht vom Fach")

"Spekulanten"…

Erwarben Objekte als Wertanlage, könnten sofort investieren und verfügen meist über Know-How, warten aber auf "bessere Zeiten"

"Aktive"…

Investieren und sanieren Häuser, verfügen über hohes Know-How, betreiben aktives Vermietungsmanagement

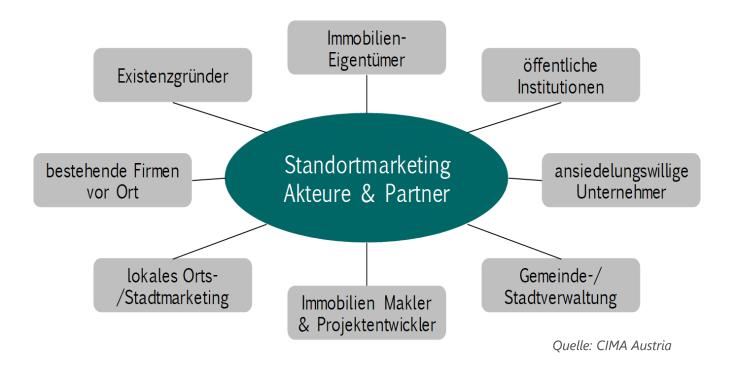






 Erfolgreiches Standortmanagement ist eine gemeinsame Kernaufgabe von privaten und öffentlichen Akteuren und erfordert entsprechende Organisations- und Finanzierungsstrukturen!

Organisationstrends











Organisationstrends

- Stadtmarketing 4.0 auf Basis eines klaren "Urban **Brandings**"
- in größeren Städten **Quartiersbezogene Aktivitäten** auf Basis von ppp-Finanzierungsmodellen
- strategisches Immobilienmanagement und "business angel"-Aktiväten als Kernaufgabe
- Stadtmarketing als zentraler Digitalisierungs-"Kümmerer" für KMUs
- Teilweise Übernahme kommunaler Dienstleistungen und Strukturen
- "one stop shop"-Organisationen (Stadt-, Tourismus-, Investoren-, Eventmarketing in einer Einheit)

















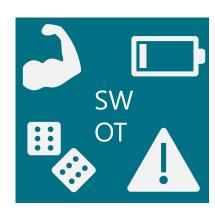






SWOT-Profil Ortskern

(Stärken-Schwächen / Chancen-Risiken)







Stärken

- Lage an der Donau
- Kulisse entlang der Promenade
- Eindrucksvolles Gebäudeensemble
- Radtourismus
- Gastronomieangebot

Chancen

- Begegnungszone Kurzwernhartplatz
- Ausdehnung der touristischen Saison
- Entzerrung der Spitzenzeiten im Ausflugstourismus
- Professionelles Orts- und Standortmarketing
- Nachhaltiges Leerflächenmanagement (junge, kreative, Nischenkonzepte)
- Angebote für Jugendliche schaffen

Schwächen

- Leer stehende Objekte/Geschäftslokale
- Nutzung und Gestaltung der öffentl. Flächen (Verkehr-Parken-Gehen-Rad)
- Einseitige Ausrichtung und kurze Saison des Nächtigungstourismus
- Konfliktpotenzial Ausflugstourismus versus Bedürfnisse der Einheimischen





Risiken

- Verlagerung von Angeboten aus dem Ortskern an die Peripherie
- Passivität der Immo-Eigentümer*innen
- Negative Tourismusgesinnung
- Abnahme des ehrenamtlichen Engagements
- Zu wenig Kommunikation und Bürgerbeteiligung







Zukunftsprofil "Ortskern Aschach 2030"







Das gegenständliche Ortskern-Impulsprogramm besteht neben der Grundlagenanalyse aus einem "Zukunftsprofil" (Ortskern Aschach 2030), welches die Ziele und Strategien für die künftige Ortskernentwicklung beinhaltet, sowie einem "Maßnahmenkatalog" mit konkreten Projektvorschlägen. Sämtliche Inhalte des Konzepts basieren auf der fachlichen Expertise, den Sensibilisierungs- und Expertengesprächen und insbesondere den Beiträgen der Bürger*innenbeteiligung.

Die **Grundsätze und Prinzipien** nach denen das Zukunftsprofil erstellt wurde, können wie folgt beschrieben werden:

- Das Zukunftsprofil dient dazu, Ziele und Prioritäten für die künftig anzustrebende Entwicklung von Aschach bewusst zu formulieren und niederzuschreiben. Jedes der fünf Themenkapitel besteht aus formulierten "Leitsätzen" sowie einer Aufzählung von "Zielen". Darüber hinaus sind die zum Thema zugehörigen Projekte als "Handlungsansätze" angeführt.
- Das Zukunftsprofil spiegelt den wünschenswerten Sollzustand in Aschach im Jahr 2030 wider. Die Formulierungen sind zum Teil in Gegenwartsform gehalten – der Leser hat sich gedanklich ins Jahr 2030 zu versetzen!
- Das Zukunftsprofil wirkt wie eine Art "geistige Leinwand", an der man sich orientieren kann. Es hat visionären Charakter, darf aber nicht unrealistisch sein. Die Ziele müssen - wenn auch langfristig erreicht werden können. Damit bietet es einerseits Orientierung im Tagesgeschäft und dient andererseits als Wegweiser für richtungsweisende Entscheidungen.
- Das Zukunftsprofil muss lesbar sein! Die Formulierungen sind daher positiv, nachvollziehbar und knapp gehalten.
- Zum Zukunftsprofil gehört zwingend ein Maßnahmenkatalog. Im Gegensatz zum Zukunftsprofil ist der Maßnahmenkatalog ein dynamisches Instrument, welches laufend angepasst, ergänzt bzw. adaptiert werden muss.







Zukunftsprofil Ortskern Aschach 2030

Ambiente, Gestaltung und Mobilität	Angebot, Branchen- mix und Bespielung	Freizeit, Vereine, Jugend und Soziales	Gebäude, Wohnen und Leerstände	Image, Marketing und Management
		Ziele und Strategien		
 Zentrale USPs = Donaulage und Gebäudekulisse Steigerung Aufenthaltsund Verweilqualität Optimierung Plätze, Grün, Licht, Möblierung Konfliktfreie Begegnung Radfahrer/Fußgänger Intelligente Verkehrsberuhigung bei guter Erreichbarkeit Zeitgemäße, bedarfsorientierte Verkehrsinfrastruktur Zweckmäßiger Hochwasserschutz 	 Dichte und Qualität der Angebotsstruktur Ausrichtung auf Genuss, Regionalität und Bio Gezielte Ansiedlung von kreativen Geschäften und Künstlern Raumordnungspolitik stärkt den Ortskern Regelmäßige Aktionen und Events mit Qualitäts- anspruch Saisonale Entzerrung der Besucherfrequenz, Stärkung der Nebensaison 	 Attraktive Freizeit-, Sport- und Vereins- infrastruktur Donauufer besser für Aktivitäten nutzbar machen Treffpunkte für die Jugend schaffen Regelmäßiger Jugend- Dialog und Mitsprache Stärkung des Ehrenamtes Aktive Integration von Neubürger*innen Zeitgemäße, bedarfs- orientierte Soziale Infrastrukturen 	 Guter Zustand und hohe Belegungsquote der Häuser im Ortskern Stärkere Nutzung der Innenhöfe Forcierung von Objektsanierungen Verbesserung des Investitionsklimas Reduktion der Geschäftsleerstände durch aktives Standortmanagement Stärkung des inner- örtlichen und leistbaren Wohnens 	 Etablierung des Imagefaktors "Künstlerort" Treffpunkt für Touristen und Einheimische gleichermaßen Konsequentes "Innenmarketing" über digitale Plattformen Aufbau eines prof. Orts/Standortmanagements Konfliktmanagement Tagestourismus vs. Bewohnerinteressen
Handlungsansätze				
✓ P1:"Ortskerngestaltung"✓ P2:"Hochwasser-Objektschutz"	✓ P3:"Gründerinitiative"✓ P4:"Kunst im Schaufenster"	 ✓ P5:"Donauufer-Studie" ✓ P6:"Jugend-Parlament" ✓ P7:"Tag der Vereine" ✓ P8:"Infomappe für Neubürger*innen" 	✓ P9: "Leerstands- management"	✓ P10: "Orts-/Standort- management"✓ P11: "Digitale Plattform"

Ambiente, Gestaltung und Mobilität





Leitsätze

- Der Aschacher Ortskern besticht durch seine reizvolle Lage an der Donau und sein spektakuläres Gebäudeensemble. Er ist "Schmuckkästchen", "Flaniermeile", "Touristenattraktion", "Kulturhotspot", "Einkaufs- und Konsumzone" sowie "Wohnstandort" zugleich. Diese Funktionsvielfalt ist unbedingt zu erhalten!
- Das Ambiente lädt zum Verweilen ein! Die Besucher*innen spüren die hohe Aufenthaltsqualität in Form von Sauberkeit, schön gestalteten öffentlichen Flächen mit attraktiver Möblierung, Beleuchtung, Grünzonen und Besucherwegweisung (analog und digital) sowie optisch ansprechenden Fassaden- und Portalbereichen.
- Eine intelligente Neuordnung der Verkehrs- und Flanierflächen in Form einer Begegnungszone führt zu einer deutlichen Beruhigung und Aufwertung des Zentrums, bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung einer guten Erreichbarkeit (fließender und ruhender Verkehr).
- Besonderes Augenmerk wird bei der Neugestaltung auf die Reduktion von Konfliktsituationen zwischen Fußgängern und Radfahrern gelegt.
- Aschach bemüht sich um eine moderne, bedarfsorientierte Mobilität. Neben dem Ausbau der Öffis werden auch Carsharing- und Rufsysteme sowie die gesamte Elektromobilität (Auto und Rad) forciert bzw. die nötigen Infrastrukturen weiterentwickelt.

 Durch einen dialogorientierten Prozess mit den Betroffenen konnten Lösungen für einen zweckmäßigen Hochwasserschutz nachhaltig umgesetzt werden.

7iele

- Stärkung der zentralen USPs (Lage und Donau)
- Erhalt der Funktionsvielfalt im Ortskern
- Verbesserung des Ambientes und der Aufenthaltsqualität
- Intelligente Neuordnung der Verkehrs- und Flanierflächen in Form einer Begegnungszone
- Verkehrsberuhigung bei gleichzeitiger Aufrechterhaltung der guten Erreichbarkeit
- Reduktion der Konfliktsituationen zwischen Fußgängern und Radfahrern
- Ausbau einer modernen, bedarfsorientierten Mobilität
- Umsetzung eines zweckmäßigen, nachhaltigen Hochwasserschutzes

- P1: "Ortskerngestaltung"
- P2: "Hochwasser-Objektschutz"

Angebot, Branchenmix und Bespielung





Leitsätze

- Grundvoraussetzung für einen belebten Ortskern ist die Dichte und Qualität des konsumnahen Angebots. Vor allem der persönlicher Kontakt, die hohe Servicekompetenz sowie die Spezialisierung werden von den Kund*innen geschätzt. Die Angebote entwickeln sich zunehmend in Richtung Genuss, Regionalität und Bio.
- Neben dem Handel und der Gastronomie sind es auch Dienstleister, Künstler und öffentliche Einrichtungen, welche Besucherfrequenz generieren. Diese Angebotsvielfalt ist unbedingt zu erhalten!
- Der Aschacher Ortskern liegt wieder im Trend! Ein positiver Imagewandel und gezielte Ansiedlungsaktionen führen dazu, dass sich Unternehmer*innen mit kreativen Geschäftsmodellen sowie zunehmend auch Künstler und Kulturschaffende bewusst für das historische Zentrum als Standort entscheiden.
- Eine vorausschauende Raumordnungspolitik hat dafür Sorge zu tragen, dass großflächige Handelsbetriebe mit vorwiegend innenstadtrelevanten Sortimenten nicht in der Peripherie angesiedelt werden! Die Verdichtung des Angebots im Ortskern hat immer erste Priorität!
- Die Organisation von wiederkehrenden Events und Veranstaltungsreihen schafft positive Bekanntheitsund Sympathiewerte und erzeugt zusätzliche Frequenzen und Wertschöpfung. Auf einen hohen Qualitätsanspruch des Programms ist zu achten.
- Generell wird in Aschach eine saisonale Entzerrung der Besucherströme angestrebt. Die Winter- bzw. Nebensaison ist jedenfalls zu stärken!

Ziele

- Hohe Dichte und Qualität im Angebotsmix
- Persönlichkeit, Servicekompetenz und Spezialisierung als zentrale Stärken
- Zunehmende Weiterentwicklung der Angebote in Richtung Genuss, Regionalität und Bio
- Erhalt der Angebotsvielfalt
- Ansiedlung neuer Betriebe sowie Künstler und Kulturschaffende
- Raumordnungspolitik stärkt das Zentrum, Verdichtung des Angebots im Ortskern und nicht in der Peripherie
- Organisation von wiederkehrenden Events- und Veranstaltungsreihen mit Qualitätsanspruch
- Saisonale Entzerrung der Besucherströme

- P3: "Gründerinitiative"
- P4:"Kunst im Schaufenster"





Leitsätze

- Als Wohngemeinde bietet Aschach ein umfassendes und attraktives Angebot an Freizeiteinrichtungen, Sportanlagen und Vereinsinfrastrukturen. Vor allem der Donau-Uferbereich konnte besser zugänglich bzw. als Bade- und Chillout-Zone nutzbar gemacht werden.
- Die Bedürfnisse der Aschacher Jugend werden ernst genommen! Neben jugendtauglichen Treffpunkten wurde auch ein Jugend-Parlament zur regelmäßigen Mitsprache eingerichtet.
- Ehrenamtliches Engagement wird in Aschach geschätzt und gefördert! Die rege Vereinstätigkeit ist eine wichtige Säule der Ortsgemeinschaft und Teil einer sinnvollen Kinder- und Jugendbetreuung.
- In Aschach bemüht man sich aktiv, neu zugezogene Bürger*innen ins örtliche Leben zu integrieren.
- Aschach bietet seinen Einwohner*innen einen hohen sozialen Standard. Schule und Kindergarten sind in baulich gutem Zustand und zeitgemäß ausgestattet. Die medizinische Versorgung ist langfristig gesichert, die sozialen Dienste und Einrichtungen sind kundenorientiert organisiert.
- Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird in Aschach aktiv gefördert! Es gibt bedarfsgerechte und gut organisierte Einrichtungen und Modelle zur Kinderbetreuung.

Ziele

- Umfassendes Angebot an Freizeit-, Sport- und Vereinsinfrastrukturen
- Verbesserung der Zugänglichkeit und Nutzbarkeit des Donau-Uferbereichs
- Schaffung von Jugend-Treffpunkten und Verbesserung der Dialog- und Mitsprachemöglichkeit
- Wertschätzung und Förderung des Ehrenamtes
- Aktive Integration von Neubürger*innen
- Aufrechterhaltung eines hohen sozialen Standards, betreffend Bildungseinrichtungen, medizinische Versorgung, soziale Dienste und Einrichtungen
- Aktive F\u00f6rderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf

- P5: "Donauufer-Studie"
- P6: "Jugend-Parlament"
- P7: "Tag der Vereine"
- P8: "Infomappe für Neubürger*innen"





Leitsätze

- Die Gebäude im Aschacher Ortskern sind in gutem Zustand und über alle Geschoße mit sinnvollen Nutzungen belegt. Fassaden und Portalbereiche sind sauber und gemäß dem Anspruch eines historisch wertvollen Zentrums qualitätsvoll gestaltet.
- Neben dem konsumnahen Angebot in den EG-Zonen spielt auch der "Faktor Wohnen" in den Obergeschossen bei der künftigen Ortskernentwicklung eine zentrale Rolle.
- An den Größenbedarf angepasste, zunehmend sanierte und leistbare Wohneinheiten, beleben Aschach nachhaltig. Im Zuge der Sanierungen kommt es verstärkt zur Öffnung bzw. Neunutzung der wunderbaren Innenhöfe.
- Ein professionelles Orts-/Standortmanagement unterstützt Immobilieneigentümer*innen aktiv bei der Suche nach Mietern und der Einleitung von Investitionsmaßnahmen. Durch den regelmäßigen Dialog entstehen Kooperationen und eine positive Umsetzungsdynamik.
- Als Resultat dieser Bemühungen ist eine sukzessive Reduktion der Leerstände zu beobachten. Auch das Klima für privates Investment hat sich deutlich verbessert, was zu zahlreichen Objektsanierungen führt.

Ziele

- Guter Zustand und hohe Belegungsquote der Ortskernhäuser
- Sinnvolle und zweckmäßige Nachnutzung des Hauptschulgebäudes
- Qualitätsvolle, saubere Fassaden und Portalbereiche
- Bedarfsgemäße, sanierte und leistbare Wohneinheiten beleben die Ortskern nachhaltig
- Zunehmende Öffnung und Nutzung der wunderbaren Innenhöfe
- Aufbau eine professionellen Orts-/Standortmanagements
- Regelmäßiger Dialog mit bzw. Unterstützung der Immobilieneigentümer*innen
- Verbesserung des Klimas für privates Investment
- Reduktion der Leerstände

Handlungsansätze

P9: "Leerstandsmanagement"

Image, Marketing und Management





Leitsätze

- Der Bekanntheitsgrad von Aschach wird seit jeher von den Image-Faktoren "Donau" bzw. "Ufer-Promenade" geprägt. In den letzten Jahren gelingt eine immer stärkere Wahrnehmung als "Kultur- und Künstlerort".
- Der Aschacher Ortstkern gilt als sympathischer Treffpunkt, gleichermaßen für Touristen und Einheimische. Das positive Image wird von einer allgemeinen Aufbruchstimmung getragen, welche sich zunehmend auch auf Unternehmer*innen und Hauseigentümer*innen überträgt.
- Die "Marke Aschach" wird konsequent beworben, wobei die Kommunikation nicht nur auf touristische Zielgruppen, sondern zunehmend auch "nach innen" gerichtet ist, was zu einer stärkeren Identifikation der heimischen Bevölkerung mit ihrer Gemeinde führt. Ein gezielter Ausbau von digitalen Plattformen und Social-Media-Aktivitäten unterstützt dieses Anliegen.
- Im Rahmen eines professionell geführten Orts- und Standortmanagements werden Veranstaltungen und Marketing-Aktivitäten organisiert, leer stehende Flächen und Kubaturen wieder belebt sowie regelmäßige Netzwerk- und Dialogformen angeboten.
- Insbesondere zur Entschärfung von Konflikten zwischen den Interessen der Anwohner, der Wirtschaftstreibenden sowie der Tages-/Urlaubsgäste kann das Orts-/Standortmanagement einen wichtigen Beitrag leisten.

Ziele

- Etablierung des Image-Faktors "Kultur- und Künstlerort"
- Sympathischer Treffpunkt gleichermaßen für Touristen und Einheimische
- Erzeugung einer allgemeinen Aufbruchstimmung
- Verstärktes "Innenmarketing" führt zu einer besseren Identifikation der heimischen Bevölkerung
- Ausbau der digitalen Plattformen und Social-Media-Aktivitäten
- Aufbau eines professionell geführten Orts-/Standortmarketing
- Entschärfung der Konflikte zwischen Anwohnern, Wirtschaftstreibenden und Gästen

- P10: "Orts-/Standortmanagement"
- P11: "Digitale Plattformen"







Maßnahmen "Ortskern Aschach 2030"







Während das "Zukunftsprofil" Leitgedanken und Ziele für die künftige Entwicklung des Aschacher Ortskerns umfasst, beinhaltet der Maßnahmenkatalog **insgesamt 11 konkret definierte Projekte**. Die im Verlauf des Ortskern-Impulsprogramms erarbeiteten und diskutierten Projektinhalte wurden von der CIMA durch fachliches Know-How erweitert und in Form von "**Projektdatenblättern"** mit folgenden Inhalten aufbereitet:

Aufbau der Projektdatenblätter

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

Ziel dieser Aufbereitung war es, nicht nur "Projektüberschriften" zu generieren, sondern eine solide, detaillierte Basis für die Organisation und Umsetzung der Maßnahmen zu schaffen. Es ist dabei zu beachten, dass häufig mehrere in den Workshops geäußerte Vorschläge zu einem Projekt zusammengefasst wurden.

Umsetzungszeitraum

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

- KFR (kurzfristig): bis zu 6 Monate
- MFR (mittelfristig): 7 bis 24 Monate
- LFR (langfristig): mehr als 24 Monate bzw. laufend









Umsetzungsprioritäten

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

Nummer	Projektbezeichnung	Zeitraum	Priorität
P1	Ortskerngestaltung	KFR/ LFR	hoch
P2	Hochwasserschutz	MFR	mittel
P3	Gründungsinitiative	KFR	mittel
P4	Kunst im Schaufenster	KFR	mittel
P5	Donauufer-Studie	KFR	hoch
P6	Jugend-Parlament	KFR	mittel
P7	Tag der Vereine	KFR	mittel
P8	Infomappen für Neubürger*Innen	KFR	hoch
P9	Leerstandsmanagement	MFR	hoch
P10	Aufbau Orts-/Standortmanagement	MFR	hoch
P11	Digitale Plattformen	KFR	hoch





P1 "Ortskerngestaltung"

Projektbeschreibung

Wie im Rahmen der Bürger*innenbefragung sowie in den zahlreichen Diskussionen der Bürger*innenbeteiligung klar zum Ausdruck kam, soll Aschach in Zukunft stark auf die Prinzipien der "innerörtlichen Teilberuhigung" bzw. der "Begegnungszone" setzten! Eine zentrale Voraussetzung für die Steigerung der Aufenthaltsqualität liegt in der Entschleunigung der Verkehrssituation (inklusive des Radverkehrs), sowohl was den fließenden als auch den ruhenden Verkehr betrifft. Dem Fußgänger soll generell mehr Raum zum Bummeln und Verweilen eingeräumt und gleichzeitig mehr Sicherheit gewährleistet werden. Mit der Verordnung einer Begegnungszone auf dem Kurzwernhartplatz bzw. auch am Kirchenplatz könnten gute Voraussetzungen für eine positive Weiterentwicklung im Hinblick auf die Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität, den Branchen- und Angebotsmix sowie der Belebung durch temporäre Veranstaltungen (Anm.: in der Nebensaison) geschaffen werden. Ein zentrales Thema wird die Diskussion über künftige Verkehrsführungen und die Anzahl der Parkplätze darstellen. Wichtig ist auch eine gemeinsame Betrachtung des gesamten Raumes, also inklusive Grünstreifen und Uferzone. Jedenfalls ist ein schrittweises Vorgehen vorzuschlagen (Anm.: erster Schritt sollte die Durchführung eines "Begegnungszonen-Checks" sein). Sämtliche Arbeitsschritte sind mit einer begleitenden Bürger*innenbeteiligung zu konzipieren.

Umsetzungsverantwortung Gemeinde	Kooperationspartner Ortsplaner, Anrainer, Wirtschaft, Zukunft Aschach, ext. Fachbegleitung
Umsetzungszeitraum KFR ("Begegnungszonencheck") und LFR ("Umsetzung")	Priorität hoch

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Bestandsaufnahme und Klärung des Bearbeitungsgebiets (Kurzwernhartplatz, Kirchenplatz oder weiter?)
- 2. Zusammensetzung einer projektbegleitenden Steuergruppe (Politik, Verwaltung, Fachexperten, Wirtschaft)
- 3. Ausschreibung und Beauftragung eines "Begegnungszonen-Checks"
- 4. Darauf aufbauend Erstellung einer Ausschreibung
- 5. Klärung der Finanzierung und Erlangung der politischen Beschlüsse
- 6. Durchführung der Ausschreibung
- 7. Bewertung und Auftragsvergabe
- 8. Schrittweise Umsetzung

Kosten(schätzung) des Projektes

Gesamtkosten noch nicht einschätzbar; Begegnungszonencheck ca. € 10 Tsd.





P2 "Hochwasser-Objektschutz"

Projektbeschreibung

Auch wenn das Thema bereits in der Vergangenheit zu emotionalen Diskussionen geführt hat und das damals vorgeschlagene "Mauer-Projekt" abgelehnt bzw. nicht realisiert wurde, beschäftigt es nach wie vor die Bevölkerung in Aschach, wie die Ergebnisse der Bürger*innenbeteiligung zeigen. Ziel dieses Projekts ist es, eine zukunftsfähige, mehrheitlich akzeptierte Lösung zu finden. Dabei sind sämtliche Varianten und Möglichkeiten, welche sich auch durch fortschreitende Technologien ständig weiterentwickeln, zu evaluieren und mit den Betroffenen zu diskutieren. Im Rahmen einer Machbarkeitsstudie sind die unterschiedlichen Szenarien, egal ob besserer Schutz am Objekt oder am Ufer, zu prüfen und die Vor- und Nachteile schlüssig aufzubereiten. Im Rahmen von moderierten Veranstaltungen sind die Ergebnisse mit den Bürger*innen (insbesondere mit den direkt Betroffenen) zu diskutieren.

Umsetzungsverantwortung Gemeinde	Kooperationspartner Externe Fachbegleitung, Betroffene, Bürger*innen
Umsetzungszeitraum	Priorität
MFR	mittel

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Durchführung einer umfassenden Bestandsaufnahme
- 2. Suche einer geeigneten Fachbegleitung, Ausschreibung, Beauftragung
- 3. Durchführung der Machbarkeitsstudie (IST-Analyse, best practice, technische Lösungen, Standorte, etc.)
- 4. Präsentation und Diskussion der Studienergebnisse
- 5. Politische Entscheidung, Finanzierung und Umsetzung

Kosten(schätzung) des Projektes

Kosten noch nicht einschätzbar





P3 "Gründungsinitiative"

Projektbeschreibung

Während "klassische Instrumente" zur Ansiedlung von Betrieben in Ortszentren und Innenstädten immer seltener zum Erfolg führen, setzt die Idee eines Geschäftsgründungswettbewerbs voll auf die Förderung und Entwicklung von heimischen (jungen bzw. junggebliebenen) Betriebsgründern. Quasi "von innen heraus" soll das Potenzial an kreativen Geschäftsideen gehoben werden. Anzusprechen sind Menschen, die schon länger eine Geschäftsidee in den Bereichen Handel, Gastro, Dienstleistungen oder Handwerk mit sich herumtragen, sich bis dato jedoch nicht zu einer Umsetzung entschließen konnten. Mit einem breit gefächerten Angebot an fachlicher Unterstützung und konkreter Hilfestellung in der Startphase soll das Risiko eines "Flops" stark gemindert werden. Dabei helfen "Netzwerkpartner" aus verschiedenen Bereichen (z.B.: Banken, Internet-Dienstleister, Werbeagenturen, Wirtschaftstreuhänder, Notar, Rechtsanwalt) sowie ein "Business Angel". Als regionaler Wettbewerb konzipiert, können Interessenten Betriebskonzepte einreichen, welche von einer Fachjury bewertet und prämiert werden. Durch entsprechende Vereinbarungen mit Vermietern können somit gezielt Betriebsansiedlungen in der Innenstadt forciert werden.

Aufgrund der Ortsgröße wäre eine **gemeinsame Initiative mit der Nachbargemeinde Hartkirchen** zu empfehlen, da auch dort ein Agenda 21 Projekt läuft und ähnliche Überlegungen angestellt werden.

Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Gemeinden Aschach und Hartkirchen	Agenda 21 Follow Up, Leader, externes Prozessmanagement, Wirtschaft
Umsetzungszeitraum	Priorität
MFR	mittel

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Abklärung der Kooperationsmöglichkeit mit Hartkirchen
- 2. Zusammensetzung einer Projektgruppe, Auswahl einer externen Fachbegleitung
- 3. Sicherstellung eines Basis-Budgets für Konzeptentwicklung und Bewerbung, Abklärung von möglichen Förderungen (z.B.: Agenda 21, Leader)
- 4. Ausarbeitung des Konzeptentwurfs sowie der Ausschreibungsunterlagen, Erstellung eines Folders und Werbeunterlagen
- 5. Akquirierung der Netzwerkpartner bzw. des "Business Angels" und Fixierung der Leistungen
- 6. Intensive Bewerbung der Aktion (regional) und Koordination der Einreichungen
- 7. Zusammenstellung der Fachjury, Vorauswahl der Einreichungen, Bewertung und Reihung
- 8. Prämierung und öffentliche Präsentation
- 9. Schrittweise Begleitung der GründerInnen bei der Umsetzung des Geschäftsmodells

Kosten(schätzung) des Projektes

Insgesamt ca. € 70-90 Tsd. als regionales Projekt





P4 "Kunst im Schaufenster"

Projektbeschreibung

Da sich Aschach künftig stärker als "Künstlerort" positionieren möchte, wäre eine Teilnahme an der vom Land OÖ geförderten Aktion "Kunst im Schaufenster" sehr zu empfehlen. Ziel dieser Initiative ist es, leer stehende Schaufensterflächen attraktiv mit Kunstgegenständen zu bespielen bzw. optisch ansprechend in Szene zu setzen. Neben einer Aufwertung der Aufenthaltsqualität im Bereich der Leerstandsobjekte kann diese Aktion auch dazu beitragen, Aschach als "Künstlerort" bekannter zu machen.

Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Marie Ruprecht (Koordination)	Gemeinde, Leerstandseigentümer*innen, Künstler*innen
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR	mittel

Idealtypische Vorgehensweise

- Einrichtung einer internen Arbeitsgruppe (Anm.: ev. Kernteam Ortsmarketing)
- 2. Abklärung der möglichen Standorte und Kontaktaufnahme mit den Leerstandsbesitzer*innen
- 3. Abklärung möglicher Künstler und Objekte für die Ausstellung
- 4. Teilnahmeantrag Land OÖ, Klärung der Konditionen und Teilnahmebedingungen
- 5. Ausstellungskonzept (Welche Exponate in welchen Schaufenstern), Gestaltungskonzept
- 6. Umsetzung und Koordination der Aktion

Kosten(schätzung) des Projektes

Es werden kaum Kosten bei diesem Projekt anfallen (ev. Stromkostenersatz für Beleuchtung)





P5 "Donauufer-Studie"

Projektbeschreibung

Wie die Bürger*innenbefragung sowie die Diskussionen im Rahmen des Agenda 21 Prozesses eindeutig aufzeigten, gibt es einen ausgeprägten Wunsch der Bevölkerung nach einer besseren Zugänglichkeit bzw. Nutzungsmöglichkeit des Donauufers ("Plätze zum Baden und Chillen"). Um einerseits die technischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen auszuloten und andererseits mögliche Nutzungen und Gestaltungsbeispiele aufzuzeigen, wäre die Beauftragung einer Machbarkeits- bzw. Feasibility-Studie zu diesem Thema ein erster, wichtiger Schritt. Eventuell könnte dieses Vorhaben in Kooperation mit einer Universität bzw. Fachhochschule durchgeführt werden.

Umsetzungsverantwortung Gemeinde, Via Donau	Kooperationspartner Uni oder Fachhochschule, externe Fachbegleitung
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR	hoch

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Einrichtung einer internen Arbeitsgruppe (Anm.: ev. Kernteam Ortsmarketing)
- 2. Bestandsaufnahme und Formulierung einer Ausschreibung (Ziele, Inhalte und Konditionen)
- 3. Recherche und Kontaktaufnahme mit einschlägigen Unis bzw. Fachhochschulen
- 4. Budgetierung, Auswahlverfahren und Beauftragung
- 5. Durchführung und Unterstützung der Studienarbeit
- 6. Öffentliche Präsentation und Diskussion der Studienergebnisse
- 7. Ableitung von Umsetzungsschritten

Kosten(schätzung) des Projektes

je nach Umfang und Auftragnehmer (Uni oder private Firma) € 5 bis € 20 Tsd.









P6 "Jugend-Parlament"

Projektbeschreibung

Ein zentrales Thema bei vielen Diskussionen des Agenda-Prozesses war die stärkere Einbindung der Jugendlichen in Entscheidungsprozesse der Gemeinde. Eine gute Möglichkeit bietet das Instrument des "Jugend-Parlaments". In regelmäßigen Abständen werden Jugendliche eingeladen, mit den Gemeindevertretern jugendspezifische Anliegen zu diskutieren bzw. Lösungsvorschläge vorzustellen. Wichtig ist bei derartigen Veranstaltungen das "richtige" Format zu finden. Sowohl der Zeitpunkt, als auch die Location und der Rahmen dieser Veranstaltung sind jugendtauglich zu gestalten.

Kooperationspartner
Schulen, Vereine, externe Fachbegleitung
Priorität
mittel

Idealtypische Vorgehensweise

- Auswahl einer geeigneten externen Fachbegleitung
- Wahl des geeigneten Formates
- Terminfestlegung, originelle Gestaltung der Einladungen,
- Durchführung des Jugend-Parlaments
- Aufbereitung der Ergebnisse 5.

Kosten(schätzung) des Projektes

je nach Umfang (ca. 2 Veranstaltungen pro Jahr) ca. € 3 Tsd.





P7 "Tag der Vereine"

Projektbeschreibung

Publikumswirksame Großveranstaltungen und Events sind Teil des Gemeindelebens und wichtiger Beitrag für eine Belebung des Ortszentrums. Doch nicht immer muss ein externer und teurer Veranstalter für das Programm sorgen. Die zahlreichen Vereine in Aschach selbst könnten für ein besonderes Event, speziell für die einheimische Bevölkerung, sorgen. Als "Tag der Vereine" konzipiert, könnten sich die Vereine mit ihrem Angebot einem breiten Publikum präsentieren und gleichzeitig aktive Mitgliederwerbung betreiben. Es würde sich die Möglichkeit bieten, die kulturelle und "hausgemachte" Vielfalt zu einem Event zu verbinden, welches ganz im Sinne von kultureller Akzeptanz und Toleranz steht.

Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Vereine, Zukunft Aschach	Gemeinde
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR	mittel

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Durchführung eines Workshops mit den Vereinen
- 2. Zusammenstellen einer Projektgruppe
- 3. Ausarbeitung eines Konzeptes und Festlegung der Rahmenbedingungen
- 4. Diskussion, Finanzierung und Umsetzung

Kosten(schätzung) des Projektes

hängt stark vom Projektkonzept ab; aktuell keine Kostenschätzung möglich





P8 "Infomappe für Neubürger*innen"

Projektbeschreibung

Als Zuzugsgemeinde spielt die Integration von Neubürger*innen in Aschach eine wichtige Rolle. Wie die Haushaltsbefragung ergeben hat, ist die Beteiligung am örtlichen Leben vergleichsweise durchschnittlich. Häufig gestaltet sich die Integration von Neubürger*innen in das örtliche Leben nicht einfach, da Verbindungen zu Vereinen, Freunden und Arbeitsplatz am ehemaligen Wohnort verbleiben. Mit folgenden Maßnahmen kann der Kontakt zur neuen Heimatgemeinde gefördert bzw. ein klares "Willkommenssignal" gegeben werden:

- Broschüre für Neubürger*innen zur Orientierung (Angebote, Vereine, etc.)
- "Willkommens-Package" für Neubürger*innen (z.B.: Geschenkkorb mit Infobroschüre und Gutscheinen)
- "Kennenlern-Veranstaltung" in Form eines Bürgerabends mit Programm
- Aktionen über Schule und Kindergarten (Anm.: Eltern-Integration über die Kinder)
- Spezielle Einladungen zu örtlichen Veranstaltungen bzw. Organisation einer Veranstaltung "Betriebe/Vereine stellen sich vor"

Zur Auswahl der Maßnahmen bzw. Ausarbeitung eines geeigneten Programms für Aschach wird die Einrichtung einer Arbeitsgruppe empfohlen.

Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Vzbgm. Ramona Frandl, Gemeinde	Vereine, Werbeagentur
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR (bzw. bereits in Umsetzung)	hoch

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Zusammenstellung einer Arbeitsgruppe
- 2. Diskussion und Auswahl geeigneter Maßnahmen
- 3. Gestaltung und Druck einer Infobroschüre bzw. digitale Aufbereitung
- 4. Organisation und Umsetzung von Aktionen mit den Partnern (Schule, Kindergarten, Vereine)

Kosten(schätzung) des Projektes

es ist mit geringen Kosten zu rechnen; Schätzung ca. € 3-5 Tsd.





P9 "Leerstandsmanagement"

Projektbeschreibung

Leerstehende Geschäftsflächen und Wohnungen sind Ausdruck des Strukturwandels und gleichzeitig Chance für Erneuerung. Im Rahmen eines nachhaltigen Leerflächenmanagements sind Immobilieneigentümer*innen hinsichtlich der Nachnutzung von Leerobjekten bzw. der strukturellen Aufwertung in Form von Investitionen und baulichen Maßnahmen aktiv zu unterstützen. Die im Zuge des Ortskern-Impulsprogramms begonnenen Arbeiten stellen eine solide Basis für die Etablierung eines laufenden Standortmanagements (Anm.: in Kombination mit dem Orts-/Standortmarketing, siehe P11) dar. Ein regelmäßiger Dialog mit den Objekteigentümer*innen soll Dynamik beim Investment auslösen und mögliche Projektkooperationen anregen. Bei Interesse sind "Quartierseinheiten" zu bilden, d.h. kleinere Gesprächsrunden von Eigentümer*innen einzelner Zonen bzw. Straßenzüge. Konkrete Hilfestellung bei der Vermittlung von Mietern kann über "klassische Instrumente" (z.B.: Erstellung eines Standortfolders, um damit aktive Bewerbung der Leerflächen zu betreiben) bzw. "innovative Instrumente" (siehe P3 Gründungsinitiative) erfolgen. Auch Verschönerungen von Leerflächen durch ansprechende Deko oder Ausstellungen (siehe P5 "Kunst im Schaufenster") bzw. temporäre Nutzungen (z.B.: Pop Up Stores) sind im Rahmen dieser Initiative zu setzen.

Ebenfalls im Rahmen des Leerflächenmanagements zu behandeln ist eine sinnvolle, zweckmäßige Nachnutzung des Hauptschulgebäudes. Zu diesem Zwecke sollte auch eine Projektgruppe mit interessierten Bürger*innen eingerichtet werden.

Umsetzungsverantwortung	Kooperationspartner
Gemeinde	Leerflächeneigentümer*innen, externe Fachbegleitung, Zukunft Aschach
Umsetzungszeitraum	Priorität
MFR	hoch

Idealtypische Vorgehensweise

- 1. Laufende Aktualisierung der Nutzungskartierung bzw. des Leerflächenkataloges
- 2. Regelmäßige Kontaktaufnahme und Dialog mit interessierten Objekteigentümer*innen
- 3. Konkrete Hilfestellung bei Anliegen (wo es möglich ist; z.B.: Information, Vermittlung von Kontakten, etc.)
- 4. Erstellung eines Standortfolders; aktives Marketing über verschiedene Kanäle (z.B.: auch KOMSIS)
- 5. Koordination und Moderation von Quartiersinitiativen
- 6. Ausarbeitung von Vorschlägen für temporäre Aktionen (z.B.: P5 "Kunst im Schaufenster") oder Nutzungen (z.B. Pop Up Store)
- 7. Abklärung der Modalitäten für Nutzungen der Leerstände mit den Objekteigentümer*innen
- 8. Laufende Koordination und Umsetzung der Aktivitäten

Kosten(schätzung) des Projektes

In Zusammenhang mit P11 "Aufbau Orts-/Standortmarketing" zu sehen









P10 "Aufbau Orts-/Standortmanagement"

Projektbeschreibung

Wie die Erfahrungen aus anderen Gemeinden und Städten zeigen, benötigt ein erfolgreiches und vor allem nachhaltig funktionierendes Orts- und Standortmarketing eine feste Organisationsstruktur sowie gesicherte finanzielle und personelle Ressourcen. In den meisten Fällen reichen ehrenamtliche Tätigkeiten nicht aus, es braucht einen "Organisator/Koordinator" bzw. "Kümmerer" vor Ort, der die Aktivitäten koordiniert und umsetzt. Der Professionalisierungsgrad einer Orts-/Standortmarketing-Struktur hängt natürlich entscheidend vom Aufgabenspektrum sowie von den finanziellen Möglichkeiten ab. Es gibt viele verschiedene Varianten, ein "Standardrezept" gibt es nicht. Um eine für Aschach eine "maßgeschneiderte" Lösung zu finden, sind vorab folgende Fragen zu klären:

- Braucht es in Aschach vorab eine Trägerstruktur? Könnte diese Trägerstruktur der Verein "Lebenswertes Aschach" sein?
- Welche Aufgabenbereiche sollten künftig der neuen Struktur zugeordnet werden? (z.B.: Events/Veranstaltungen, Gemeinschaftsaktionen der Wirtschaft, Standortentwicklung, Geschäftsflächenmanagement, Marketing/Werbung) – Der Bereich Standortmanagement ist jedenfalls stark zu berücksichtigen (siehe P10)!
- Gibt es Aufgabenbereiche, die aus anderen Organisationen (z.B.: Gemeinde, TV) ins Orts-/Standortmarketing ausgelagert werden können? Oder umgekehrt, könnten die neuen Aufgabenfelder in eine bestehende Organisation integriert werden?
- Wer könnte neben der Gemeinde Orts-/Standortmarketing mitfinanzieren (z.B.: Wirtschaft, Land)? Wie viel Budget realistisch aufgebracht werden?

Die Beantwortung dieser Fragen bzw. die Ausarbeitung eines für Aschach passenden Organisationskonzeptes sollte jedenfalls in Form eines Partizipationsprozesses mit professioneller, einschlägig erfahrener fachlicher Begleitung erfolgen.

Umsetzungsverantwortung Gemeinde, Zukunft Aschach	Kooperationspartner Externe Fachbegleitung, Wirtschaft
Umsetzungszeitraum	Priorität
MFR	hoch

Idealtypische Vorgehensweise

- Aufbau einer "Orts-/Standortmarketing-Aktiv-Gruppe" (Wirtschaft, Gemeinde, Stakeholder, externe Begleitung)
- Gemeinsame Erarbeitung der Aufgaben und Tätigkeitsfelder einer Orts-/Standortmarketing-Organisation
- Entwurf, Diskussion und Festlegung eines Organisations- und Finanzierungsmodells sowie einer Stellenbeschreibung 3.
- 4. Abklärung der Finanzierung mit Gemeinde und ev. fördernden Stellen (TV, Land)
- Einholung der notwendigen Beschlüsse
- Personalauswahlverfahren, "Kümmerer"-Coaching, Abklärung Infrastruktur (Büro) und Start mit der Tätigkeit

Kosten(schätzung) des Projektes

Gesamtkosten (Struktur, Personal, Aktionsbudget) ca. € 70-100 Tsd. pro Jahr; in Zusammenhang mit P10 zu sehen





P11 "Digitale Plattformen"

Projektbeschreibung

Die Kommunikation mit den eigenen Bürger*innen erfolgt in den meisten Gemeinden nach wie vor über "herkömmliche" Instrumente wie Gemeindezeitung und Anschlagtafeln. Regelmäßige Informationen mit zeitgemäßen Tools (Internet, Web-Seite und Social Media) sollten in Zukunft zur Selbstverständlichkeit werden und eine Professionalisierung der nach "innen gerichteten" Öffentlichkeitsarbeit in Form einer integrierten, multitaskingfähigen Kommunikation ermöglichen. In Aschach wird gerade die Gemeinde-Homepage evaluiert, was einen sehr guten Zeitpunkt darstellt, um einerseits die Aufbereitung sowie die Inhalte aktiv mitzubestimmen und andererseits erweiterte Tools (z.B.: App und Social Media Kanäle) für Aschach zu entwickeln.

Aus dem Agenda-21-Prozess heraus hat sich eine Gruppe rund um Moderator Erhard Wimmer zusammengefunden, die bereits zwei Workshops zu diesem Thema abgehalten haben.

Umsetzungsverantwortung Gemeinde, Erhard Wimmer	Kooperationspartner Externe Fachbegleitung, ev. Agenda Follow-Up-Prozess
Umsetzungszeitraum	Priorität
KFR	hoch

Idealtypische Vorgehensweise

- Weitere Treffen mit der bereits aktiven Arbeitsgruppe
- 2. Ausarbeitung von Vorschlägen für die Evaluierung der Gemeindehomepage
- 3. Workshop mit der beauftragten Agentur zur Abstimmung
- 4. Auslotung der Möglichkeiten zusätzliche Plattformen zu integrieren (z.B.: Gem2Go, eigene App, Social Media Kanäle)
- 5. Mithilfe bei der Umsetzung und laufendes Liefern bzw. Erstellen von Inhalten und Content (auch in Kombination mit P11)

Kosten(schätzung) des Projektes

je nach Umfang unterschiedlich: aktuell keine Kostenschätzung möglich