

Positionierung << Stadt Spittal an der Drau

„Vom Bauchladen zum Alleinstellungsmerkmal“

Positionierung, Leitbild und Maßnahmen für die Stadtgemeinde Spittal an der Drau. Beteiligungsprozess unter Einbindung von StakeholderInnen und BürgerInnen. Entwicklungsworkshops, Veranstaltungen und Aktionstage. Imageerhebung in Stadt und Umlandregion. Leitbild und Entwicklungsstrategie für die Stadtgemeinde Spittal an der Drau.

BeraterInnen	Hermann Gigler (Projektleitung) Barbara Pia Hartl, Nisrin Said, Michael Fischer, Karl Reiner,
Beratungsfeld	Regionen & Räume
Partnerfirma	
Projektzeitraum	Dez. 2017 bis Dez. 2018
Auftraggeber	Stadtgemeinde Spittal a.d. Drau



Quelle: Stadtgemeinde Spittal an der Drau

Schwerpunkte

Viele Klein- und Mittelstädte sind gefordert, ein vielseitiges Versorgungsangebot für ihre BewohnerInnen und auch für die BewohnerInnen der näheren Umgebung bereitzustellen. Sie sind bevorzugte Wohn- und Arbeitsorte, Schul- und Ausbildungsort, bieten eine Vielzahl an Freizeit- und Sporteinrichtungen, sind zumeist zentrale Orte für Ämter und Behörden und bieten ein umfangreicheres Einkaufsangebot. Durch die geforderte Vielseitigkeit geht diesen Städten jedoch oft auch eine eindeutige Positionierung in ihrer Ausrichtung und der für die Stadt zu verfolgenden, identitätsstiftenden Entwicklungsziele verloren. Dies war auch der Ausgangspunkt für die Stadt Spittal an der Drau.

Gestartet wurde das Projekt Ende des Jahres 2017, und am Anfang stand die Frage: „Wir haben vieles und sind vieles, aber was ist uns für die Zukunft unserer Stadt besonders wichtig?“

Zu Beginn wurden Analysen bestehender Konzepte durchgeführt, mit dem Ziel, bisherige Erkenntnisse und Vorschläge – soweit sie inhaltlich und thematisch noch aktuell und passend waren – in die nun startende Planung mitaufzunehmen. Zur gemeinsamen Entwicklung und Reflexion von Planungen und der Entwicklungsschritte wurde eine Projektgruppe (L) eingerichtet, die sich aus VertreterInnen unterschiedlicher Interessentengruppen der Stadt, wie z. B. Wirtschaft, Kultur, Bildung, Tourismus, etc. zusammensetzte. Zur Verbreiterung der Inputs fanden einige Workshops mit einer „erweiterten Projektgruppe“ (XL) statt, die

die Kerngruppe um zusätzliche VertreterInnen der Interessentengruppe ergänzte. Das Interesse an der Mitarbeit in dieser Gruppe war erfreulicherweise so groß, dass Workshops in dieser Zusammensetzung öfter als ursprünglich geplant durchgeführt wurden. Für diese Phase der Projektplanung wurde die Teilnahme von politischen VertreterInnen bewusst ausgenommen.

Im Sommer des Jahres 2018 erfolgte eine Image-Befragung. Die Umfrage richtete sich sowohl an BewohnerInnen der Stadt als auch an BewohnerInnen des Umlandes mit dem Ziel, eine Innensicht (Stadt) und eine Sicht von außen (Umland) einzubeziehen. Bei der Umfrage ging es darum, wie BewohnerInnen die Stadt Spittal an der Drau und deren Angebote wahrnehmen und bewerten. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die Bewertung unterschiedlicher räumlicher Zonen der Innenstadt, in welchen sich die Menschen gerne aufhalten und auch einkaufen. Weiters wurden das Image und die Außensicht erhoben und danach gefragt, wie die BewohnerInnen des Umlandes die Stadt Spittal an der Drau als Bewohnerin und Bewohner der benachbarten Region bzw. als Gast einschätzen. Erfreulich war die bemerkenswert hohe Beteiligung. 56 % der UmfrageteilnehmerInnen stammten aus der Stadt Spittal an der Drau und 44 % aus dem Umland.

Im Rahmen einer Exkursion blickte man auch auf andere Städte und wollte wissen, mit welchen Strategien dort ähnlichen Herausforderungen begegnet werden.

Ergebnisse

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Analyse, aus der Umfrage und vor allem aus der inspirierenden Arbeit in den Projektgruppen, wurden ein Leitbild und eine Strategie zur zukünftigen Entwicklung und Positionierung der Stadt erstellt. Im Leitbild sind vier Entwicklungsschwerpunkte festgehalten, zwei davon beschäftigen sich mit den besonderen Stärkefeldern der Stadt, zwei Schwerpunkte beschäftigen sich mit Zukunftsthemen, bei denen die Stadt zur Verbesserung ihrer Position gefordert ist, aktiv und vorausschauend „die Dinge in die Hand zu nehmen“. Ein weiteres Schwerpunktthema bilden die Kommunikation und der Imageaufbau: wie in ein positives, lebensfrohes und stimmstarkes Bild von Spittal an der Drau der Stadt in die Bevölkerung und nach außen getragen wird. Ein Maßnahmenplan trägt dazu bei, dass das Konzept zum „Leben erweckt“ wird. So tragen erste Schritte zu Beginn

und konkrete mittel- und längerfristige Zielsetzungen zu einer längerfristigen und nachhaltigen Umsetzung der Strategie bei. Gleich zu Beginn wird ein(e) Innenstadtmanager(in) eingestellt, werden Stadtteilvereine gegründet und historische und zeitgenössische Bauwerke in den Mittelpunkt gestellt. Beim „Fest der Zukunft“ werden die ersten Ergebnisse vorgestellt und die Zielsetzungen der Strategie aktiv und interaktiv erlebbar gemacht.

Das Leitbild dient der Bevölkerung, den Wirtschaftstreibern sowie Politik und Verwaltung von Spittal an der Drau als Strategie und Leitlinie (roter Faden) für zukünftige grundsätzliche Schwerpunktsetzungen der Stadt. Das Konzept zur Positionierung bzw. das Leitbild wurde von der Stadtgemeinde beschlossen und ist somit in Stadtpolitik und Stadtverwaltung verankert.

