



St. Pölten war nicht anders!



- **Klassische Antworten auf klassische Probleme**
 - Problem: Kaufkraftabfluss an EKZ, Leerstände etc.
 - Antwort: Citymarketing,
 - Events, Weihnachtsmärkte, Mystery Shopping, Frequenzzählungen etc.

St. Pölten ist doch anders!



▪ **Masterplan Innenstadt**

- Masterplan ist Stadtentwicklungskonzept
- Langfristig und nachhaltig
- Masterplan setzt **nicht** bei Handel an - Handel nur ein Partner unter vielen

Die Mythen des Innenstadthandels



▪ **Problemsicht des Handels**

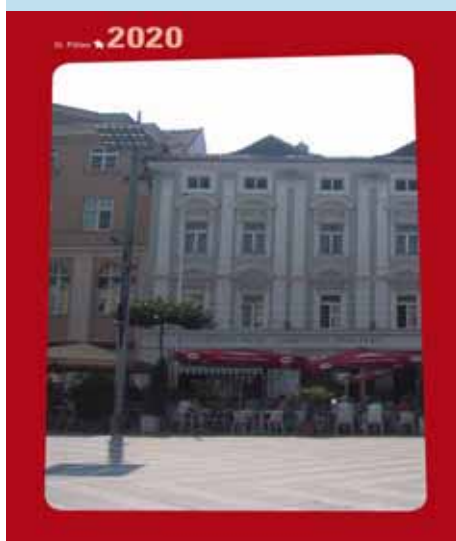
- Innenstadt soll Kopie von Einkaufszentren werden
- Kunden wollen mit Auto vor Geschäft fahren

St. Pölten gewinnt neue Partner



- Banken, Immobilieninhaber als wichtigste strategische Partner
- Handel denkt kurzfristig, daher als strategischer Partner problematisch
- Dienstleister als Frequenzbringer

St. Pölten macht tabula rasa



- Neugründung „Plattform Innenstadt“ als Verein für Handel, Hausbesitzer, Dienstleister der City
- Neugründung „Stadtentwicklungs GmbH“ als gemeinsame Gesellschaft von Stadt und PI
- Neubestellung Citymanager
- Beauftragung Masterplan

St. Pölten definiert die City neu

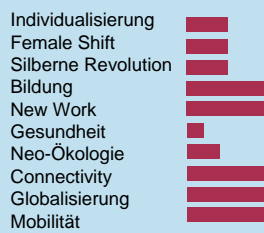
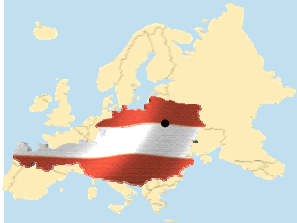


- **Innenstadt ist ...**
 - mehr als die Altstadt
 - alles was fußläufig in 15 Minuten vom Zentrum erreichbar ist
 - multifunktional genutzt wird

Vision St. Pölten 2020



3 Kandidaten eine Vision



■ St. Pölten 2020

- Die Centrepe Office Stadt
- Die Gesundheitsstadt
- Die Innovativ- und Kreativstadt

Die Mühen der Ebene



- **Der Weg zum Masterplan**
- Arbeitsgruppen zu Themen Handel, Tourismus, Wohnen, Verkehr
- Aufbruchstimmung die abflaut
- Schwerpunkt der Arbeit bei Magistrat und wenigen Freiwilligen,

St. Pölten sieht die Dinge neu



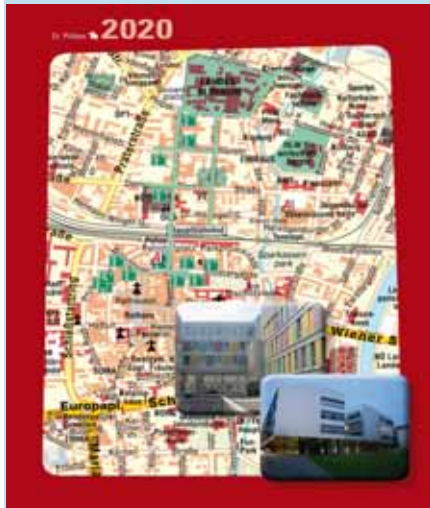
- Stärken stärken versus Gießkanne
- Meta-, Megatrends versus Modeerscheinungen
- Nachhaltigkeit versus kurzfristige (spekulative) Erfolge
- Passend & authentisch versus beliebig & imitiert

Die Stärken der Innenstadt



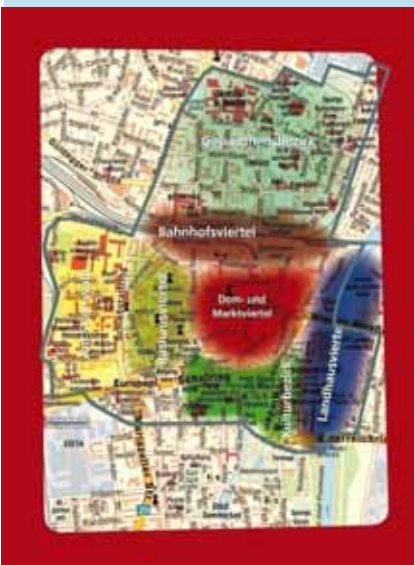
- Fußläufige Erreichbarkeit der wichtigsten Institutionen (Kultur, Bildung, Gesundheit, Verwaltung)
- Ausreichend Flächenreserven
- Hauptbahnhof zentral gelegen
- Stadtbussystem auf Zentrum ausgerichtet
- Ausreichend Parkraum vorhanden

Masterplan = Innenstadt- entwicklungsplan!



- Bezirke & Viertel
- Leben & Arbeiten
- Wege & Plätze
- Schlüsselprojekte und Chancen

Bezirke und Viertel



- Sechs Viertel mit klaren Schwerpunkten entwickeln
- Dom- und Marktviertel
- Landhaus- und Kulturbezirk
- Bahnhofsviertel
- Gesundheitsbezirk
- Rathausbezirk
- „Am Stadtwald“

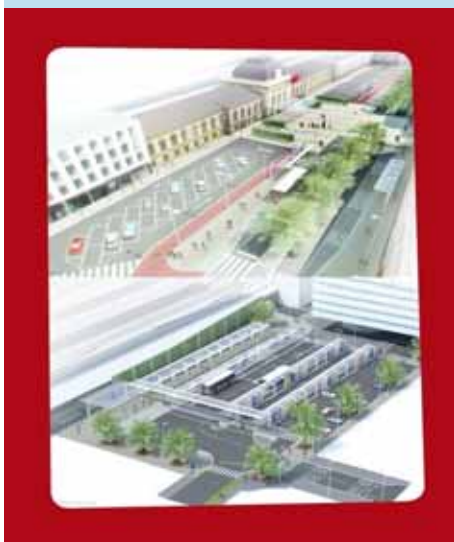
Beispiel: Dom & Marktviertel



Schlüsselprojekte & Chancen

- Neugestaltung Domplatz
- Schaffung von Alternativparkplätzen
- Verbesserung der Durchgängigkeit
- Revitalisierung angrenzender Straßenzüge

Beispiel: Bahnhofsviertel



Schlüsselprojekte & Chancen

- Bahnhof neu
- Funktionale Erweiterung Fußgängerzone
- Garagen- und Parkplatzprojekte

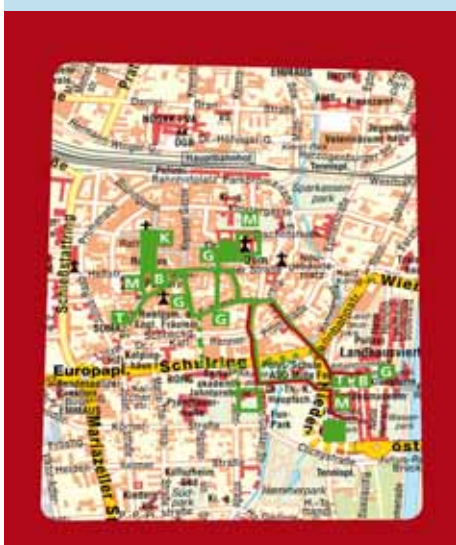
Plätze & Wege



Schlüsselprojekte & Chancen

- Kulturachse
- Gesundheitsmeile
- Studentenpfade & Bildungsnetzwerk
- Institutionennetzwerk
- Attraktivierung von Verbindungswegen & Straßenzügen
- Zielgruppenspezifische Vermarktung

Beispiel: Fußläufige Verbindungen



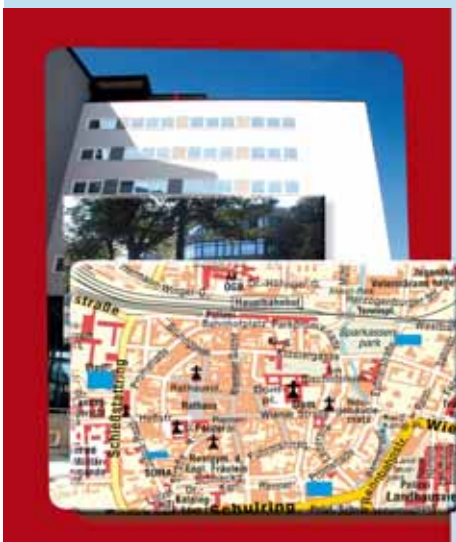
- **Kulturachse**
 - Vom Kulturbezirk in das Stadtzentrum liegen Museen, Galerien, Theater, etc.
 - Diese Kulturachse fördern
 - Verbindungen Kulturbezirk - Altstadt
 - Vermarktung der Kulturachse
 - Hohes touristisches Potenzial
 - Heranrücken von Kunst & Kultur an die öffentliche Gesellschaft durch Verbreitung im öffentlichen Raum

Beispiel Ringe & Verkehr



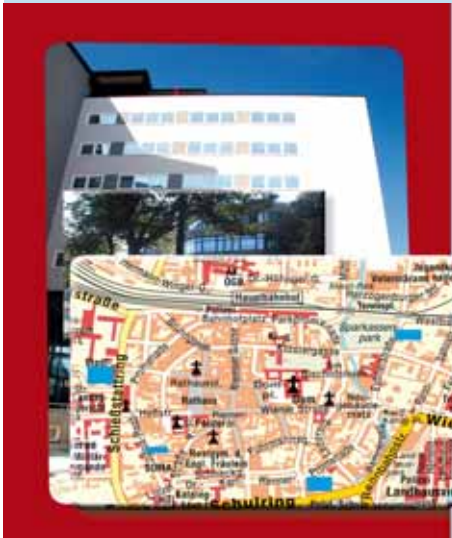
- Ringkonzept mit Stichstraßen zu Parkmöglichkeiten prägen die urbane Struktur positiv
- Zeitgemäße Konzepte der Verkehrsführung vorhanden
- Suchverkehr vermeiden, Zielfahrten fördern

Leben & Arbeiten



- Ohne Zuwachs an Wohnbevölkerung und Arbeitsplätzen können die Prozesse nicht nachhaltig wirken
- Eine attraktive Gestaltung des Stadtbildes, stimmige Vermarktung, gezielte Veranstaltungsstrategie sowie Entwicklung und Umsetzung von Projekten ist notwendig

Leben & Arbeiten



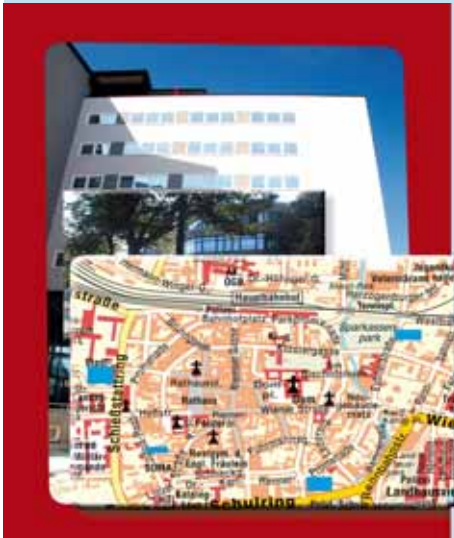
- Ohne Zuwachs an Wohnbevölkerung und Arbeitsplätzen können die Prozesse nicht nachhaltig wirken
- Eine attraktive Gestaltung des Stadtbildes, stimmige Vermarktung, gezielte Veranstaltungsstrategie sowie Entwicklung und Umsetzung von Projekten ist notwendig

Beispiel: Handel in der Stadt



- **Markt am Domplatz**
 - Anziehungspunkt der Innenstadt
 - Ort der Kommunikation
 - Ein Teil als dauerhafter Markt vorstellbar – St. Pöltner „Naschmarkt“
 - Regionale, hochwertige Vermarkter weiterhin an festgesetzten Markttagen

Wohnen in der Stadt



- Innenstadtbelebung ohne Bewohner nicht möglich
- Klare Positionierung als Lebensraum, weg vom Eventmarkt
- Zur Zeit bevorzugtes Wohngebiet für Singles, Paare und ältere Personen
- Bereits umgesetzt: Wohnförderung

Kongresse und Tagungen



- Zentrale Lage an der Westbahn im Ring um Wien
- Zukünftiger USP mit Bahnhof an Hochleistungsstrecke mit Linzer City, Wiener City und Flughafen Schwechat in „U-Bahn Entfernung“ und A1 Ostabfahrt direkt ins Zentrum
- Kultur, barocke Altstadt, Beislszene, Gastronomie, beste Shopping-Möglichkeiten – alles fußläufig erreichbar

St. Pölten



2020

MASTERPLAN INNENSTADT