

Entwicklungskonzept Innenstadt

Ziele - Handlungsfelder - Maßnahmen

Version 0.6
13. September 2010

Entwurf für die 3. Bevölkerungsversammlung

Inhalte

1	PROLOG	2
2	ÜBERGEORDNETE, GENERELLE UND STÄDTEBAULICHE ZIELE	4
3	ÖFFENTLICHER RAUM, ERSCHEINUNGSBILD UND ERREICHBARKEIT	6
4	EINZELHANDEL UND BRANCHENMIX	9
5	GASTRONOMIE UND BEGEGNUNG	11
6	INNENSTADT ALS BÜHNE DER KULTUR	12
7	MÄRKTE UND VERANSTALTUNGEN	13
8	ZUKUNFTS-CHANCE: „NEUES ZENTRUM MIT MULTIFUNKTION“	15
9	MANAGEMENT ZUR INNENSTADT- UND PROJEKTENTWICKLUNG	16

1 Prolog

Innenstadt-Leitbild ist Teil der Bludener Stadtentwicklung

Das Leitbild für die Innenstadt ist als Modul der Bludener Stadtentwicklung in eine Reihe von Entwicklungsansätzen eingebettet. Infrastrukturelle Entwicklungsvorhaben wie das Verkehrskonzept für die L 190 sowie das Radwegkonzept sowie gesellschaftliche Entwicklungsvorhaben wie das Gesundheitskonzept oder demografische Entwicklungskonzepte bilden wesentliche Grundlagen und Rahmenbedingungen für dieses Innenstadt-Leitbild. Zugleich bildet das Innenstadt-Leitbild einen Beitrag für das noch zu erstellende räumliche Entwicklungskonzept für die Region Bludenz-Bürs-Nüziders.

Innenstadt-Leitbild: Von der Vision zur Umsetzung

Das Leitbild für die Entwicklung der Innenstadt Bludenz umfasst

- die Entwicklungsziele für die Innenstadt
 - Was soll erreicht werden? - Ziele
 - Woran werden wir die Zielerreichung erkennen? - Messgrößen für die Bewertung der Zielerreichung
- die Maßnahmen zur Zielerreichung
 - Was muss zur Zielerreichung getan werden? – durch wen?, in welcher Priorität?, mit welchen Mitteln/Instrumenten?
 - Wie werden die Maßnahmen koordiniert und gesteuert?
 - Wie wird die Umsetzung begleitet und wie werden die Ergebnisse evaluiert?

Ein Leitbild für Generationen – die langfristige Identifikation mit der Stadt beginnt in der Jugend

Der Jugend zuhören, ihre Interessen und Bedürfnisse sehen und wertschätzen, ihr Raum geben bei der Entwicklung des Leitbildes und bei der Mitgestaltung der Innenstadt – dadurch soll endlich die Innenstadt für die Jugend attraktiver werden. Zum Vorteil Aller! Die Bedürfnisse der Jugend bei den Maßnahmen der Innenstadtentwicklung mit zu berücksichtigen und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich direkt in Entscheidungen einzubringen, belebt nachhaltig die städtische Entwicklung.

Kooperation der Akteure – im Denken und Handeln

Die Akteure der Innenstadt waren und sind weiterhin eingeladen, für die Entwicklung des Leitbildes und dessen Umsetzung ihre Ideen und Ansätze einzubringen. In einem TeilnehmerInnen- und Ergebnis-offenen Prozess wurden und werden für BewohnerInnen, Geschäftsleute, Investoren, LiegenschaftseigentümerInnen und die BürgerInnen in verschiedensten Ausprägungen Beteiligungsangebote gemacht.

Der Umfang der Innenstadt – der Kernbereich für die Leitbild-Entwicklung

Die Innenstadt von Bludenz weist einen historischen Stadtkern auf, der sich im 19. und 20. Jahrhundert über die alten Stadtmauern hinaus ausgedehnt hat. Seit ihrer Gründung hat die Stadt Bludenz als Mittelpunkt des Fünf-Täler-Sternes Klostertal, Montafon, Brandnertal, Walgau und Großes Walsertal die Funktion als Handels-, Verwaltungs- und Dienstleistungszentrum. In den letzten Jahrzehnten ist diesbezüglich jedoch ein Wandel eingetreten. Die Handels-Landschaft hat sich

stark verändert, die Nachbargemeinden haben unterschiedliche, meist erfolgreiche Entwicklungen gemacht, in der Innenstadt ist ein Investitionsdefizit erkennbar, Nutzungssynergien und –konflikte haben sich verändert.

Der Innenstadtbereich umfasst – ausgehend von der Nepomuksäule als zentraler Punkt in der Innenstadt – die historische Altstadt und die daran angrenzenden Liegenschaften im Perimeter von 6 Gehminuten oder 400 m rund um den Nepomukbrunnen. Alle Geschäftslagen incl. Bahnhofsviertel und Riedmillerplatz sind somit einbezogen.

Altstadt ist DAS Erkennungszeichen von Bludenz – nicht Revitalisierung, sondern Neuausrichtung ist gefragt

Bludenz und Umgebung hat eine Reihe attraktiver Begegnungs- und Erlebnis-Räume, doch die Altstadt ist das Alleinstellungsmerkmal schlechthin. Bludenz und dessen Image wird wesentlich von der Altstadt geprägt.

Dabei ist die frühere Handelsblüte der Altstadt Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Diese ist nicht revitalisierbar.

Zudem sind Funktionen einer Innenstadt, wie sie heute und künftig von der Gesellschaft benötigt werden, nicht immer in der Altstadt mach- und lebbar. Interessenskonflikte verhindern manche gesellschaftlich benötigten Funktionen in der Altstadt, der Bauzustand lässt manches nicht zu, wie z.B. verschiedene zukunftsfähige Handels-Strukturen, für die der Platz fehlt, die Raumhöhen nicht vorhanden sind, die Zugangslogistik nicht machbar ist oder die technische Ausstattung in Altstadt-Gebäuden nicht funktionsgerecht oder wirtschaftlich möglich ist.

Deshalb muss die Altstadt als Kern der Innenstadt „neu gedacht“ werden. In der Vision dürfen und müssen große zukunftsfähige Lösungen entworfen werden, in der Umsetzung muss sorgfältig, bedächtig und sensibel Schritt für Schritt gesetzt werden.

Kommunikationskultur und Lösungsqualität ist gefragt

Brillianten zukunftsfähigen Lösungen sind für Bludenz gefragt, und dies mit einer wertschätzenden, aufeinander zugehenden Kommunikationskultur. Alle Akteure sind aufgerufen, Lösungen nicht durch kleinliche Konfliktauustragungen zu blockieren, sondern sie durch Kreativität, Mut und gegenseitige Wertschätzung zu fördern.

Wertsteigerung und Erhöhung der Lebensqualität in der Innenstadt entstehen nicht durch den Kampf um den ausschließlich eigenen Vorteil, sondern nur durch gegenseitige Förderung. Nur wenn die gesamte Altstadt, nur wenn eine ganze Gasse, nur wenn ein ganzer Platz usw. attraktiver wird, wird der Wert und die Qualität von Einzelobjekten gesteigert. Dann hat auch die öffentliche Hand eine Berechtigung und Verpflichtung zur Mitgestaltung des öffentlichen Raumes zum Nutzen der Allgemeinheit.

2 Übergeordnete, generelle und städtebauliche Ziele

Ziele:

1. Wesentliche Grundsätze der Innenstadt-Entwicklung sind:
 - Belebende Atmosphäre
 - Wohlfühl-Ambiente
 - Nutzungen gut aufeinander abstimmen (Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Kultur, Wohnen, ...) und Zonierung für prioritäre Nutzungen
 - Innenstadt mit Zentrums- und Bezirksstadt-Funktion
 - Flächenmanagement
 - Verstärkung des Kooperationsverhaltens (innerhalb der Innenstadt sowie mit der Region, insbesondere Bludenz-Büros)
2. Um die Planungs-Verlässlichkeit für private, unternehmerische und öffentliche Investoren zu erhöhen und ihre Visionen und Ziele in allgemein wünschenswerte Bahnen zu lenken, sollte die Bebauungsplanung im innerstädtischen Bereich von Bludenz forciert werden. Dadurch sind auch potentielle Nachbarschaftskonflikte frühzeitig erkennbar und damit eher lösbar. Kubaturen, Dachformen, Geschosshöhen und Baulinien sind die Eckpunkte dieses Planungs-Instruments. Bei größeren bzw. komplexeren Bauvorhaben sind Architektur-Wettbewerbe zu bevorzugen.
3. Für den Bereich der Altstadt gilt eine Altstadtsatzung, die einen Rahmen für die zeitgemäße Adaption von Gebäuden bietet. Deren Geltungsbereich umfasst den Raum zwischen Schloss Gayenhofen – Pulverturmstraße – Bahnhofstraße – Wichnerstraße.
4. Die Werdenbergerstraße zwischen Postplatz und Sparkassenplatz (und in weiterer Folge zum Remiseplatz) bildet das Rückgrat der Innenstadt und ist die zentrale Zone für Kommunikation, Handel und Begegnung.
5. Neben der durchaus wünschenswerten Mischnutzung werden folgende Nutzungsschwerpunkte in einzelnen Bereichen der Innenstadt gesehen:
 - a. Dienstleistungen: Bahnhofstraße, Postplatz, Bahnhofplatz, Kirchgasse, (Mühlgasse), Rathausgasse, Wichnerstraße
 - b. Gastronomie: Werdenbergerstraße, Sparkassenplatz, Bahnhofstraße und Postplatz, Wichnerstraße bis Café Wichner, Bereich Bahnhof, Rathausgasse bis ehemaliger Gemüsemarkt, Mühlgasse bis Bereich Hirschengarten / Borgplatz.
 - c. Handel: Werdenbergerstraße, Obere Mühlgasse, Rathausgasse, Wichnerstraße, Kirchstraße, Bahnhofstraße, Bahnhofs-Vorplatz, Kronenhaus, Untersteinstraße, Entwicklungsareal zwischen Raiba und Sparkasse
 - d. Wohnen: Sturnengasse, Höfle (Innenbereich zwischen Sturnen- und Mühlgasse), Herrengasse, Kirchgasse, VKW-Areal und Färbergasse
6. Die Innenstadt muss durch qualitativ hochwertige Parkmöglichkeiten und durch fußläufige Verbindungen erreichbar sein.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Bebauungsplanung	
2. Festlegung von Nutzungsschwerpunkten	
3. ...	
4. ...	

3 Öffentlicher Raum, Erscheinungsbild und Erreichbarkeit

Ziele:

1. Das gesamte Wohlfühl-Ambiente in der Innenstadt soll durch die Gestaltung des Erscheinungsbildes nachhaltig unterstützt werden. Dazu gehören die Fassadengestaltung, die Gestaltung altstadtgerechter Erdgeschoss- und Eingangssituationen und die Verbindung zwischen Erdgeschoss- und öffentlichen Flächen, die Gestaltung belebter und ruhiger Zonen, die Stadtmöblierung, die Sauberkeit, Pflanzen, Dekoration, Beleuchtung, Beschilderung, Kunst im öffentlichen Raum, die Platzierung von gastronomischen Orten im öffentlichen Raum, der Umgang mit Wasser oder die Ermöglichung von Aufenthaltsorten ohne Konsumzwang. Alle Generationen – von Kinder und Jugendlichen bis zu den älteren Generationen – sollen das Wohlfühl-Ambiente der Innenstadt genießen können.
2. Für das Wohlfühl-Ambiente und dessen permanenter Gestaltung sind gleichgewichtig die Stadt, die Eigentümer und die Unternehmen gefordert. Sie alle sind aufgerufen, mit ihren unterschiedlichen Mitteln zum Gelingen der belebenden Atmosphäre im Gesamtensemble Innenstadt beizutragen.
3. Authentische, stimmige Altstadtfassaden, ergänzt durch gut eingepasste Neubauten, sollten das Altstadt-Ensemble unter Beachtung denkmalschützerischer, betriebswirtschaftlicher und nutzungsorientierter Kriterien prägen.
4. Die Gestaltung eines Stadtplatzes für Märkte und größere Veranstaltungen soll sondiert werden. Entsprechende Ansätze sollten im Gesamtkontext der Stadtentwicklung näher untersucht werden. Auch kleinere Plätze sollen aufgewertet werden. Die Aufenthaltsqualität kann und soll insbesondere durch die Gestaltung der Plätze attraktiv werden.
5. Die Innenstadt soll durch Verkehrsentlastung aufgewertet werden, ohne ihre Erreichbarkeit zu beeinträchtigen (Entlastung Postplatz, Sparkassenplatz, Herrengasse).
6. Ein engmaschiges Netz von Fußwegen trägt wesentlich zur Attraktivität der Innenstadt bei. Besondere Bedeutung kommt hierbei einer attraktiven Beleuchtung und der Sauberkeit der Gassen, Wege und Plätze zu, um aus „Angsträumen“ Wohlfühlräume zu machen. Wichtige fußläufige Verbindungen sind die folgenden, die erhalten, saniert sowie teilweise neu geschaffen werden sollen:
 - a. Bahnhof – Bludener Hof – Mühlebachbrücke – Kasernplatz
 - b. Sägeweg vom Kino bis St. Peter-Straße
 - c. Bahnhofstraße – Parkplatz Hermann-Sander-Straße – Färberstraße – Wicherstraße
 - d. Parkplatz Hermann-Sander-Straße über VKW-Gelände und Stiege von Pulverturmstraße in Sturnengasse
 - e. Wege zwischen Rathaus- und Kirchgasse
 - f. Weg von der Rathausgasse über den ehemaligen Gemüsemarkt zum Stadtsaal mit eventueller Verlängerung über Bauhofareal zum Viehmarktplatz
 - g. Wege durch das Höfle

- h. Wege zwischen Mühlgasse und Wichnerstraße
 - i. Parkplatz in der Riedstraße über den Brunnenbach (mit Brücke) und das Entwicklungsareal zwischen Raiba und Sparkasse zum Sparkassenplatz
 - j. St. Anna-Straße und Armatinweg als wichtige Fuß und Radweg-Verbindungen aus dem Bereich Obdorf und Rafaltenstraße in die Innenstadt
 - k. Fußweg von der Fohrenburgstraße entlang der Ostseite der Gassnergründe bis Fernmeldeamt.
7. Neben den fußläufigen Verbindungen sollen Radwege gestaltet und ausgewiesen werden. Dazu gehört auch die Schaffung von Radabstellplätzen. Die Erreichbarkeit der Innenstadt mittels Fahrrad wird künftig zu einem wichtigen Erfolgskriterium für das Ambiente und die Belebung der Innenstadt mit unterschiedlichsten BesucherInnen-Gruppen. Fahrrad-Stellplätze sind konkret zu sondieren und sollen in hoher Qualität erstellt werden.
8. Parken an und in der Innenstadt: Wenn es gelingt, Leerstände neu zu beleben und suboptimale Nutzungen zu optimieren, werden die bestehenden Parkflächen sowohl für BesucherInnen als auch für BewohnerInnen nicht ausreichen. Ebenso verlangt die Bebauung bisher ungenutzter Flächen in der Innenstadt zusätzlichen Parkraum. Außerdem ist die Belebung der Innenstadt nur mit qualitativ hochwertigem Parkraum möglich – für viele BesucherInnen beginnt das Innenstadt-Erlebnis mit dem Parken, für künftige BewohnerInnen der Innenstadt ist Innenstadt-naher Parkraum eine Voraussetzung, die Entscheidung für das innerstädtische Wohnen zu treffen. Deshalb gilt es, Quantität und Qualität des Parkraums zu entwickeln:
- a. Eine umgehende Projektentwicklung soll Optionen für künftigen Parkraum sondieren. Ziel ist, eine Innenstadt-nahe Parkgarage zu schaffen. Auch der Ersatz bisheriger Parkflächen im Falle von deren Bebauung erscheint notwendig. Eine gewünschte künftig höhere Nutzungsdichte der Innenstadt ist ohne zusätzliche Parkflächen nicht realisierbar. Ein zu schaffendes Parkkonzept soll unter den Bedingungen einer optimalen Nutzung der Innenstadt-Flächen rund um die Altstadt hochwertige Parkplätze ausweisen, die auf kurzem Wege vom hochrangigen Straßennetz aus erreicht werden und eine direkte Fußgänger-Verbindung zur Altstadt haben. Optionen für neue Parkräume sind das Entwicklungsareal zwischen Raiba und Sparkasse, das VKW-Areal – Hermann Sander-Straße, Bahnhofsvorplatz, sowie der westliche Teil der Innenstadt.
 - b. Der derzeitige Parkraum, der künftig überhaupt noch zur Verfügung steht, verlangt eine Qualitätssteigerung. Dies betrifft die Befestigung (keine Kiesparkplätze ohne Schlechtwetter-Tauglichkeit), die Parkflächen-Begrenzung (keine veralteten Begrenzungen), die Beleuchtung (keine ungenügende Beleuchtung) sowie die Hinweisbeschilderung.
9. Zur Förderung von Veranstaltungen im öffentlichen Raum erscheint die Installation einer temporär mobilen Überdachung geeignet, um eine gewisse Wetterfestigkeit zu erreichen. Bestehende Beispiele in anderen Städten sollen evaluiert werden.
10. Der Beschluss einer Baumschutzsatzung soll sondiert werden. Der Ersatz von entfernten Bäumen zur Förderung des Wohlfühl-Ambientes der Innenstadt soll betrieben werden. Auf die Gestaltung und Schaffung von Grünräumen, sowohl im öffentlichen als auch im privaten Bereich, sollte verstärkt geachtet werden.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Ambiente: Gestaltung, Pflege, Stadtmöblierung, Sauberkeit, Licht, innerstädtische Durchgänge	
2. Fußläufige Verbindungen	
3. Radwege und Radabstellplätze	
4. Stadtplatz	
5. Schaffung von Plätzen mit Aufenthaltsqualität / Verweilqualität	
6. Projektentwicklung zur Schaffung von leistungsfähigem Innenstadt-nahem Parkraum (gedeckter Parkraum)	
7. Wetterfestigkeit: partielle Überdachung	
8. Optisches Erscheinungsbild der Gebäude	
9. Baumschutz	

4 Einzelhandel und Branchenmix

Ziele:

1. Der Handels-Schwerpunkt liegt auf qualitäts-orientiertem Angebot mit breiter, innenstadt-relevanter Angebots-Vielfalt.
2. Die Kunden der Innenstadt verbinden ihr Einkaufs-Erlebnis mit Dienstleistungen, Gastronomie, Markt- und Veranstaltungsgeschehen, Kultur und Begegnung.
3. Für die Erreichung wirtschaftlich sinnvoller und ertragsstarker Handelsstrukturen ist die Zusammenlegung vorhandener Flächen erforderlich. Dazu soll – in Übereinkunft mit allen Innenstadt-Partnern – ein Flächenmanagement entwickelt werden, das als Kernaufgabe die Schaffung marktgerechter Flächen hat.
4. Eignungsflächen für Handelsbetriebe:
 - Sehr gut geeignet: Werdenbergerstraße, Wichnerstraße, Mühlgasse, Bahnhofstraße.
 - Gut geeignet: Kirchgasse, Rathausgasse, Durchgang Kronenhaus bis Untersteinstraße, Untersteinstraße.
7. Gute Entwicklungs-Voraussetzungen für Handelsflächen: Sparkassenplatz bis Remise, eventuell auch situativ entstehende Flächen-Potenziale aus Verwertungs-Liegenschaften. Als langfristige Potenziale werden z.B. gesehen: Entwicklungsareal zwischen Raiba und Sparkasse, Bauhof alt / Stadtsaal / Wifi / Viehmarktplatz.
5. Die Entwicklung von Handelsflächen mit guter Kundenfrequenz und immobilienwirtschaftlicher Ertragskraft bedarf des Flächenmanagements aus einer Hand. Strukturen müssen dafür geschaffen, getragen und gepflegt werden. Sie sind gemeinwirtschaftlich anzulegen und bedürfen der Kooperation zwischen Betrieben, Immobilienwirtschaft und Stadt.
6. In den bestehenden Altstadt-Handelsflächen kann jener bedeutende Teil der zukunftsfähigen Handels-Landschaft nicht angesiedelt werden, der einen Flächenbedarf von mehr als 200m² Verkaufsfläche benötigt. Die dafür notwendigen Flächenreserven sind nicht vorhanden. Zu diesen zukunftssträchtigen Handelsflächen gehören z.B. System-Shops. Deshalb ist für die Belebung der Innenstadt wichtig, neben dem Kronenhaus noch weitere Leuchttürme für den Handel in der Innenstadt zu entwickeln. Flächen dafür sind vorhanden, eine Projektentwicklung ist im Rahmen des Gesamt-Leitbildes zu initiieren.
7. Für Großbetriebsformen in Handel und Gastronomie mit überörtlicher Bedeutung und Vernetzung sowie mit multifunktionaler Ausrichtung soll eine eigene Projektentwicklungsstudie Aufschluss geben (siehe Kapitel 8).
8. Kundenorientierte und betriebswirtschaftliche Faktoren des Einzelhandels, wie z.B. Öffnungszeiten, bedürfen einer abgestimmten Vorgehensweise. Die potenziell hochfrequenten Tages- und Wochenzeiten sollten verstärkt zu gut koordinierten und verbindlich einheitlichen Öffnungszeiten genutzt werden.

Sowohl der Handel als auch andere Funktionen der Innenstadt sollten durch die Gestaltung des öffentlichen Raumes, insbesondere durch Beleuchtung, Bepflasterung und eventuell durch bedarfsorientierte, bewegliche Bedachung unterstützt werden.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Zentrums-relevantes Angebot stärken (lt. räumlichem Entwicklungskonzept Bludenz-Bürs-Nüziders)	
2. Hereinholen von modernen Handelsmarken	
3. Räumliche Entwicklungspotenziale für Handelsflächen	
4. Flächenmanagement (zur Schaffung zukunftsfähiger Handelsflächen) und Beratung/Coaching für Unternehmer und potenzielle Investoren	
5. Brand-Shops:	
6. Verknüpfung Stadtmarketing - Wige	

5 Gastronomie und Begegnung

Ziele:

1. „Man geht in die Bludenzner Altstadt!“ – dies gehört zum Lebensstil in der Region. Dafür sind sehr gute, zeitgeistige wie traditionelle, gastronomische Angebote erforderlich. Es sollen junge Angebote geschaffen werden, die insbesondere den Wunsch nach Jugend-gerechten Treffpunkten erfüllen.
2. Die Gastronomie-Vielfalt soll durch Lifestyle-orientierte Konzepte und Betriebsformen angereichert werden. Tages- und Abendgastronomie sollen sich primär im Altstadt-Kern konzentrieren.
3. Für das Wohlfühl-Ambiente ist ein innerstädtisches Erscheinungsbild anzustreben, das durch Gepflegtheit, Sauberkeit, historisch-modernes Ambiente und qualitätsvolle Angebote geprägt ist. Für die attraktive Erlebnis- und Begegnungsqualität ist unbedingt erforderlich, das innerstädtische Erscheinungsbild im privaten wie im öffentlichen Bereich zu sanieren.
4. Für die Gastronomie spielt die Verbindung zu Handel und Dienstleistung, zu Markt und Veranstaltung sowie zu Kultur eine wichtige Rolle. Die Gastronomie soll aktiv an diesem vernetzten Geschehen mitwirken und eine tragende Rolle spielen. In einer zu bildenden Organisations-Plattform können gemeinsame Ziele sowie gemeinsame Aktivitäten entwickelt werden. Auch die Behandlung von Zielkonflikten gehört in diese Plattform.
5. Für Großbetriebsformen in Handel und Gastronomie mit überörtlicher Bedeutung und Vernetzung sowie mit multifunktionaler Ausrichtung soll eine eigene Projektentwicklungsstudie Aufschluss geben (siehe Kapitel 8).
6. Bludenz verfügt über Alleinstellungsmerkmale, die mit internationalen und regional bedeutenden Marken verbunden sind (z.B. Suchard, Getzner, Fohrenburg, auch lokale und regionale Marken, ...). Es sollen Wege gefunden werden, diese bedeutenden Marken in die Entwicklung der Innenstadt einzubringen. Die Attraktivitäts-Steigerung kommt sowohl der Innenstadt als auch den Marken zugute.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Ansiedlung von zeitgemäßen, zeitgeistigen Gastronomie-Konzepten	
2. Angebots-Mix in der Restaurant-Gastronomie optimieren	
3. Entwicklung von Brand-Shops und Para-Gastronomie-Formen	

6 Innenstadt als Bühne der Kultur

Ziele:

1. Von der Positionierung der Kultur in der Innenstadt zur Positionierung von Bludenz durch Kultur!
2. Im kulturellen Erleben der Innenstadt wird lokales, regionales und überregionales miteinander verbunden. Kultur aus Bludenz für Bludenz – mit Menschen aus Bludenz und von Auswärts! Für und mit allen Generationen mit unterschiedlichen Interessen.
3. Neben kulturellen Veranstaltungen sollen insbesondere Verbindungen und Vernetzungen von kulturellen und anderen Lebensbereichen die Innenstadt attraktiv beleben. Kultur und Gastronomie/Handel/Dienstleistung/Märkte/diverse Veranstaltungen können verbunden werden, unterschiedliche kulturelle Disziplinen können zusammen veranstalten, unterschiedliche Vereine/Initiativen, unterschiedliche lokale/regionale/überregionale Träger/Veranstalter/Akteure, unterschiedliche interkulturelle Gruppierungen können zusammenarbeiten.
4. Das Kulturmanagement der Stadt ist als Steuerungsinstanz offen für kreative, qualitätsvolle Ansätze.
5. Kulturelle Räume und Orte sind in der Bludener Innenstadt mannigfaltig vorhanden. Es gilt, für unterschiedliche Zielgruppen die adäquaten Raumqualitäten anbieten zu können.
6. Dem Charakter als Bezirksstadt entsprechend erscheint eine qualitätsvolle Mehrzweck-Einrichtung für die Belebung der Innenstadt erforderlich.
7. Die kreative Nutzung kultureller Räume erscheint als Herausforderung für alle Akteure. Dazu gehören das System an Kirchen in der Stadt, das Gelände des Stadtsaals samt altem Bauhofgelände und anschließender Liegenschaft sowie der Remise, die Bezirkshauptmannschaft sowie eventuell die kulturelle Mitnutzung neuer Räume auf brachliegenden Liegenschaften. Zu den kulturellen Orten gehören auch Plätze und Freiflächen im Umkreis der kulturellen Räume sowie als eigenständige kulturelle Orte mit Potenzial für Veranstaltungen, also diverse Höfe und Plätze.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Positionierung von Bludenz durch Kultur	
2. Raumqualitäten für Kultur in der Innenstadt bzw. Innenstadt-nah	
3. Nutzung kultureller Räume	

7 Märkte und Veranstaltungen

Ziele:

1. Zur verbesserten Kommunikation zwischen Stadt, Marktteilnehmern, Wirtschaftsgemeinschaft, Gastronomie und Immobilien-Eigentümern ist ein Gremium einzurichten, das den notwendigen Informationsfluss zwischen allen Beteiligten gewährleistet und alle wichtigen Abstimmungen zwischen den Teilnehmern vorbereitet. Beschlüsse dieses Gremiums sollten mit Verbindlichkeit ausgestattet werden. Das Gremium gehört nicht einer Interessenvertretung an, Einrichtung und Organisation sollte möglichst flexibel und zwanglos erfolgen. Das Gremium sollte auf Basis eines Markt- und Veranstaltungskonzeptes agieren können, das zu entwickeln ist.
2. Das Marktwesen ist grundlegend zu überarbeiten. Dabei ist eine verstärkte Berücksichtigung regionaler Produkte anzustreben. Als Bezirksstadt und 5-Täler-Zentrum ist Bludenz als Marktplatz der Region wieder auszubauen. Dabei ist den Themenmärkten besonderes Augenmerk zu schenken. Die verstärkte Konzentration der Märkte auf einen Markt-Ort sollte geprüft werden, auch als Mittel zur Identitätsstärkung.
3. Durch die Marktsatzung soll ein qualitätsorientiertes Marktgeschehen ermöglicht und gewährleistet werden. Die Bestimmungen der Marktsatzung sowie die Rahmenbedingungen der Märkte-Strategie sollen verbindlich eingehalten und deren Umsetzung durch die Verantwortlichen eingefordert werden. Anpassungen der Marktsatzung auf geänderte Bedingungen und Bedürfnisse sollten möglich sein.
4. Für den Gemüse- und Frischmarkt soll eine gemeinsame Kommunikationslinie für alle Marktteilnehmer eine intensivere Vermarktung ermöglichen.
5. In einem zu erarbeitenden Markt- und Veranstaltungskonzept sollen qualitätsvolle Märkte und Veranstaltungen für neue, tragfähige Themen für unterschiedliche Zielgruppen enthalten sein. Märkte sollen verstärkt mit Veranstaltungen aus anderen Lebensbereichen kombiniert werden. Dazu gehören mannigfaltige Aktivitäten im Umkreis von Märkten incl. kultureller, kleinkultureller, interkultureller und alltagskultureller Ereignisse. Die Vernetzung der Märkte und Veranstaltungen mit anderen Erlebnisbereichen ist eine Herausforderung für kreative Ansätze.
6. Ein Markt- und Veranstaltungskonzept dient der dauerhaften Attraktivitätssteigerung mit kleineren Veranstaltungen. Die Verbindung mit Gastronomie und Einzelhandel sowie Vereinen und anderen Initiativen wird angestrebt. Es sollte angestrebt werden, das Marktgeschehen mit Klein-Veranstaltungen zu begleiten.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Marktkonzept für die Innenstadt	
2. Veranstaltungskonzept für die Innenstadt (Großveranstaltungen sowie Klein-Events)	
3. Ausarbeitung einer gemeinsamen Kommunikationslinie für alle Marktteilnehmer (im Gemüse- und Frischemarkt)	

8 Zukunfts-Chance: „Neues Zentrum mit Multifunktion“

Ziele:

Im Rahmen der regionalen Entwicklung ist Bludenz als Bezirksstadt und 5-Täler-Stern für regional bedeutsame Infrastrukturen prädestiniert. Im Zuge der räumlichen Entwicklung Bludenz-Bürs-Nüziders wurde zwischen den Gemeinden bereits Einigkeit erzielt, dass die Ortszentren gestärkt werden sollen. In diesem Zusammenhang wurde ausdrücklich die herausragende Bedeutung einer Entwicklung auf dem Entwicklungsareal zwischen Raiba und Sparkasse betont.

Die Bludener Innenstadt hat ein Strukturdefizit für die Ansiedlung zeitgemäßer Handelsformen. Die Altstadt kann auf Grund ihrer baulichen Gegebenheiten eine Reihe von Handelsanforderungen heute nicht mehr erfüllen. Daher braucht es in Altstadt-Nähe mit unmittelbarer Anbindung an die Achse Werdenbergerstraße einen ergänzenden Handelsstandort mit entsprechender Parkraum-Infrastruktur (Stadtgarage). Diese bedient auch die Handels- und Gastronomiebetriebe und den Wohnstandort Bludener Altstadt. In diesem Zentrum sind neben der Unterbringung moderner Handelsformen weitere Suprastrukturen für Stadt und Region zu implementieren.

In der Studie der Alpenregion werden innerstädtische Hotelstandorte präferiert. Eine Machbarkeitsstudie bzw. eine Projektentwicklung sollte untersuchen, welche Funktionen mit einer Hotel-Infrastruktur verbunden werden sollten. Dazu könnten gehören:

- Hotel **** (mit Stadt- und Business-Fokus, „Wirtschafts-Tourismus“)
- Regionales Veranstaltungs- und Konferenzzentrum (Stadtsaal, Infrastruktur für Kultur und Vereine, usw.)
- Handelsflächen, die in der Altstadt nicht möglich sind
- Ev. weitere Funktionen des öffentlichen Bedarfs
- Leistungsfähige Tiefgarage (Stadtgarage) mit Anbindung aus dem hochrangigen Straßennetz und fußläufiger Anbindung unmittelbar in die Altstadt.

Gemäß Masterplanstudie der Kohl&Partner-Tourismus-Beratung (beauftragt von Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH) wäre das Entwicklungsareal zwischen Raiba und Sparkasse für die Aufnahme einer derartigen Mehrzweck-Immobilie bestens geeignet.

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Machbarkeitsstudie „5-Täler-Zentrum“	
2. ...	

9 Management zur Innenstadt- und Projektentwicklung

Ziele:

Ein Management zur Innenstadt- und Projektentwicklung ist für die erfolgreiche Umsetzung des Innenstadt-Leitbildes erforderlich.

Dazu sind folgende Strukturen empfehlenswert:

1. Stadtinterne Abstimmung aller Akteure/Beteiligten:

Management-Gruppe zur Innenstadtentwicklung (Bürgermeister, Projektentwicklungs-Stadtrat, Wirtschaftsstadtrat, Planungsstadtrat, Stadtplaner, Stadtmarketer, sowie gelegentlich weitere Betroffene), periodische Tagung, Ergebnisprotokollierung.

Die Managementgruppe bestimmt den/die Zuständige für das Fallmanagement.

2. Fallmanagement für Antragswerber

Bestimmung des jeweiligen „Treckführers“ (bzw. Fallmanagers) für die Projektentwicklung (Prinzip: ein Ansprechpartner) – mit den bestehenden Strukturen und Personen – professionelle Projektentwicklungs-Prozesse (Projektentwicklung mittels standardisiertem Verfahren).

Handlungsfelder und Maßnahmen:

1. Einrichtung der Managementgruppe	Teilnehmer/innen festlegen, Jour fix festlegen (1x monatlich)
2. Fallmanagement organisieren	Abstimmung des Fallmanagements mit allen Betroffenen in der Stadtverwaltung und Politik, Checklist entwerfen, Probetrieb aufnehmen.