

# LÖSUNGSSTRATEGIE IN 10 PUNKTEN

## 1. Bestandsaufnahme

Welcher Bereich soll belebt werden?  
**NEU vs. Revive**  
MIT DEN **Bestehen** ARBEITEN, DIE ES BEREITS GIBT.

## 2. Zielgruppe

Angebot an der Zielgruppe ausrichten:  
Kaufkraft Alter Mobilität

Citytagung 2019

RegioPlan

## 3. Funktion

**BASIS:** Deckung d. Grundbedürfnisse

Je größer die Zone, desto mehr Angebot

## 4. Handel ist nicht die einzige Lösung

Wir wollen **Frequenz!**  
Öffentliche Nutzung + Dienstleister  
SPORT SCHULEN  
SZENEGASTRO

## 5. Seien Sie flexibel!

Wie bringt man **ALLE** unter einen HUT?  
Eigentümer, Entwickler, Händler  
**Flexibilität** bei:  
> DAUER  
> BONITÄT  
> MIETHÖHE  
> NUTZUNGSART  
Kombinieren!

## 6. Verdichtung nach Innen

WOHNEN + ARBEITEN  
> Senioren- & Studentenwohnen  
> Grätzlhotels  
> Coworking

## 7. Frequenz durch Veranstaltungen

**Inhalt** kreieren, LEUTE folgen!  
ROGER WADE  
Händler mit einbeziehen!  
Erleben + Shoppen

## 8. Dynamik

**Sentimentswechsel**  
MIT **Neuem** KÖRNER  
ZB. MÄRKTE

## 9. Plätze und Atmosphäre schaffen

**Freiraum** → LICHT  
Hier geht's weiter!  
PFLANZEN als Trennwand  
DAS SIEHT TOLL AUS FÜR Instagram.

## 10. Zusammenarbeit

Hilfestellung für Neuanstellungen  
Gemeinde  
BERATUNG FÖRDERUNG KOSTEN  
BEREITSTELLEN VON INFORMATION

Was tun, um die innerstädtischen Handelszonen zu beleben?

DI Romina Jerei  
HEAD OF CONSULTING

GRAPHIC RECORDING  
www.blauzeichner.at