

Neue Kampagne für Linz: City Ring mit klaren Botschaften

Der Linzer City Ring startet mit einer innovativen Werbe-/Marketing-Kampagne in das Frühjahr. Neben einem neuen modernen Auftritt empfiehlt der Obmann des Linzer City Rings, Matthias Wied-Baumgartner, konkrete Maßnahmen zur Stärkung der Kaufkraft in der Linzer Innenstadt.

Linz, 21. März 2024. „Eine Kampagne für die eigene Stadt zu begleiten, ist eine der schönsten Aufgaben, die man haben kann“, sagt die Linzer City Managerin Mag. Ursula Fürstberger-Matthey voller Freude über die Umsetzung der neuen City Shopping Kampagne. „Seit Jahren arbeiten wir beim Linzer City Ring, der als Verein agiert und keine parteipolitischen Ziele verfolgt, daran, die Linzer Innenstadt für Besucher:innen interessant und attraktiv zu machen und unsere 370 Mitgliedsbetriebe aktiv zu unterstützen.“

Die ganze Welt nur einen Schritt entfernt

Die neue City Shopping Linz Kampagne, die bereits seit rund einer Woche ausgerollt ist, konzentriert sich inhaltlich auf den Branchenmix, der eine Kollektion unterschiedlicher Lebensgefühle einfängt. Eine Vielfalt, die man sonst nur auf Reisen erleben kann. Unter dem Titel „Wo die ganze Welt nur einen Schritt entfernt ist“ bringt die Kampagne das internationale Flair von Linz auf den Punkt. In einer eindrucksvollen Visualisierung wird so die unmittelbare Nähe von Shopping, Kulinarik und Kultur in Szene gesetzt. Unverwechselbar und aufmerksamkeitsstark. Erlebbar wird die aktuelle Kampagne über Plakate, City Lights, Anzeigen, Radio und digitale Medien. Begleitet wird sie durch die Reisepass-Promotion unter dem Motto „Geh mit mir auf Weltreise“, die für zusätzliche Wirkung und Frequenz bei den 370 Partnershops, Cafés und Restaurants sorgt.

Linzer City Ring will Frequenz und Mitgliederzahl erhöhen

„Derzeit vertreten wir als Verein die Interessen von 370 Mitgliedsbetrieben“, sagt City Ring Obmann Matthias Wied-Baumgartner. „Unser Ziel ist es, auf deutlich über 400 Mitglieder zu kommen.“ Der Linzer City Ring vertritt die wirtschaftlichen und ideellen Interessen seiner Mitglieder. Die wichtigsten dabei sind:

- die Entfaltung eigener Aktivitäten und Beteiligung an Maßnahmen anderer Institutionen zur Förderung des kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in der Linzer Innenstadt;
- die Mitsprache und aktive Einschaltung bei der Lösung kommunaler, insbesondere struktureller, verkehrs- und städtebaulicher Probleme der Landeshauptstadt Linz;
- Werbung jeder Art und Beteiligung an Werbung für die Belange der Linzer Innenstadt, verkaufsfördernde Maßnahmen sowie sonstige Marketingmaßnahmen, und zwar jeweils insbesondere mit dem Ziel, die Besucherfrequenz zu erhalten und auszubauen;
- die Zusammenarbeit mit dem Linzer Tourismusverband zur Erreichung gemeinsamer Ziele.

Kampagne soll Kaufkraft stärken

Mit der aktuellen Kampagne und verschiedenen Marketingmaßnahmen wie dem Frühlingsevent „Festival der Musik“ am 3. Mai, sollen Kunden in die Stadt gelockt und die Kaufkraft gestärkt werden. „Unsere Mitgliedsbetriebe verteilen sich zu 56 Prozent auf den Handel und zu 28 Prozent auf die Gastronomie. Die restlichen 16 Prozent sind in Kunst, Kultur und sonstigen Dienstleistungen tätig“, erklärt City Managerin Fürstberger-Matthey. „Im Jahr 2023 konnten wir Gutscheine im Wert von 5,2 Millionen Euro verkaufen. 2024 wollen wir auf rund 5,5 Millionen kommen“, lautet das Ziel von Fürstberger-Matthey.

City Ring fordert professionelles Leerstandsmanagement

Nach einer Analyse der Beratungsgesellschaft Standort+Markt in Zusammenarbeit mit dem Handelsverband liegt die Leerstandsquote in Linz bei 4,1 Prozent. Damit weist Linz im bundesweiten Vergleich eine eher niedrige Leerstandsquote auf. „Für uns ist aber entscheidend, was die Menschen empfinden, wenn Sie durch die Linzer Innenstadt gehen. Da ist die Wahrnehmung oft eine andere, wenn man die leeren Geschäfte an der Landstraße sieht“, ergänzt Obmann Wied-Baumgartner.

„Daher ist es uns ein großes Anliegen, dass entstandene Leerflächen rasch wieder vermietet werden. Leerstände müssen professionell gemanagt werden“, so der Obmann des Linzer City Rings. „Vor allem Langzeitleerstände an der Landstraße wie bei Elektro Gross oder Kleider Bauer, beide seit 2019 geschlossen, schmerzen besonders, weil sie so präsent und wahrnehmbar sind.“

City Ring bietet der Stadt Zusammenarbeit beim Leerflächenmanagement an

Anliegen und Wünsche an die Linzer Stadtpolitik zur Förderung der Kaufkraft gibt es auch seitens des Linzer City Rings. In vielen anderen Städten wird das Leerflächenmanagement vom Stadtmarketing mitbetreut und verschiedene Ideen dazu ausgeführt. In Linz ist das nicht der Fall. „Wir bieten der Stadt aber gerne an, uns als City Ring professionell um das Leerflächenmanagement zu kümmern“, betont Wied-Baumgartner.

„Dazu braucht man ein Budget und personelle Ressourcen. Wenn wir beides zur Verfügung gestellt bekommen, nehmen wir uns dieses Themas gerne an.“ Derzeit könne man nur bei der Suche nach Geschäftsflächen behilflich sein und Anfragen an Vermieter weiterleiten. „Es fehlt einfach eine gezielte Strategie, um leerstehende Geschäftsflächen wiederzubeleben. Da erwarte ich mir einfach mehr Engagement seitens der Stadt. Aber vielleicht trägt ja das Innenstadtkonzept Früchte. Wir hoffen, dass dies zeitnah umgesetzt werden wird“, so Wied-Baumgartner.

Leerstände und Parkthemen brauchen gezieltes Management

Ungenutzte Flächen in der Innenstadt werden derzeit nur von Vermietern und Maklern verwaltet. Zwar gibt es eine neue Plattform, die von Bizup und der Wirtschaftskammer OÖ entwickelt wurde, um leerstehende Geschäftsflächen zu finden. Das allein ist aber zu wenig.

„Sinnvoll wäre es, leere Schaufenster gezielt für Projekte zu nutzen, wie es in Form von Pop-up-Stores oder für kulturelle Veranstaltungen immer wieder geschieht. Dadurch wird der Leerstand nicht so dominant wahrgenommen. Dahinter muss aber eine konkrete Strategie stehen, die ich vermisse“, erläutert Wied-Baumgartner.

Es fehlt an Kooperationen: Parkplätze und Anreiservergünstigungen

Einen weiteren Punkt, um Kunden in die Innenstadt zu locken, sieht der Obmann in der Attraktivierung der Anreisemöglichkeiten. „Ausreichend Parkplätze sind für die Innenstadt wichtig. Nicht nur für Handel und Gastro, sondern auch für viele Dienstleister. Derzeit werden Radwege stark ausgebaut – auch auf Kosten von Parkplätzen. Im öffentlichen Verkehr gibt es hingegen keine vergünstigten Tickets, die als Anreiz für Kunden ausgegeben werden könnten. Betriebe können zwar Parkmünzen aushändigen, aber auch hier gibt es keine Vergünstigungen seitens der Stadt Linz. Leider fehlen auch Kooperationen mit Parkraumanbietern.“

Wied-Baumgartner nennt hier Salzburg als Benchmark: In der Innenstadt wird beim Einkauf oder Gastronomiebesuch das Parkticket von „Parken im Berg“ gelocht, was zu einer Ermäßigung der Parkgebühr für den Besucher führt. Park&Ride-Möglichkeiten bestehen in Salzburg, Innsbruck, Wien und Graz. Parken und ermäßigte Tickets für den öffentlichen Verkehr werden in Salzburg, Innsbruck und Graz angeboten. „Leider fehlt in Linz ein ähnliches Konzept völlig.“

In Linz gibt es großen Handlungsbedarf, um die Attraktivität der Innenstadt weiter zu steigern und die Kaufkraft zu erhalten. „Als City Ring Obmann kann ich daher die Stadt Linz nur einladen, die Zusammenarbeit mit uns zu intensivieren und aktiv an der Umsetzung der aufgezeigten Themen mitzuarbeiten. Unsere Hand ist ausgestreckt. Im Bereich des Leerstandsmanagements sind wir bei entsprechender Ressourcen- und Budgetausstattung sofort bereit, die Ärmel hochzukrempeln und loszulegen“, so Wied-Baumgartner.

Über den Linzer City Ring

Der Linzer City Ring ist eine Vereinigung von Linzer Innenstadt-Händlern mit dem Zweck des City-Marketings. Die Mitglieder sind vorwiegend Handels- und Dienstleistungsbetriebe sowie Kultureinrichtungen im Bezirk Innere Stadt. Der Linzer City Ring fördert die Qualität der Leistungen der Mitgliedsunternehmen und trägt zur Attraktivierungssteigerung der Linzer Innenstadt bei. Zu den Angeboten des Linzer City Rings gehören Veranstaltungen wie der Linzer City Flohmarkt, die Genuss-Landstraße und die Lange Einkaufsnacht oder das Festival der Musik. Außerdem werden die Linzer City Gutscheine akzeptiert, die in 370 teilnehmenden Betrieben eingelöst werden können. Der Linzer City Ring initiierte auch die Linzer Parkmünzen, die dazu dienen, die Kosten für die gebührenpflichtige Kurzparkzone zu reduzieren.

Foto: honorarfrei, Meister Eder, Urheberrecht erbeten

Bildbeschreibung:

City Ring Managerin Ursula Fürstberger-Matthey und Obmann Matthias Wied-Baumgartner präsentieren die neue City Ring Kampagne.

Rückfragen unter:

Linzer City Ring
Mag. Ursula Fürstberger-Matthey
City Managerin
Tel. 0732/784180-0
E-Mail: ursula.matthey@linzer-city.at
www.linzer-city.at