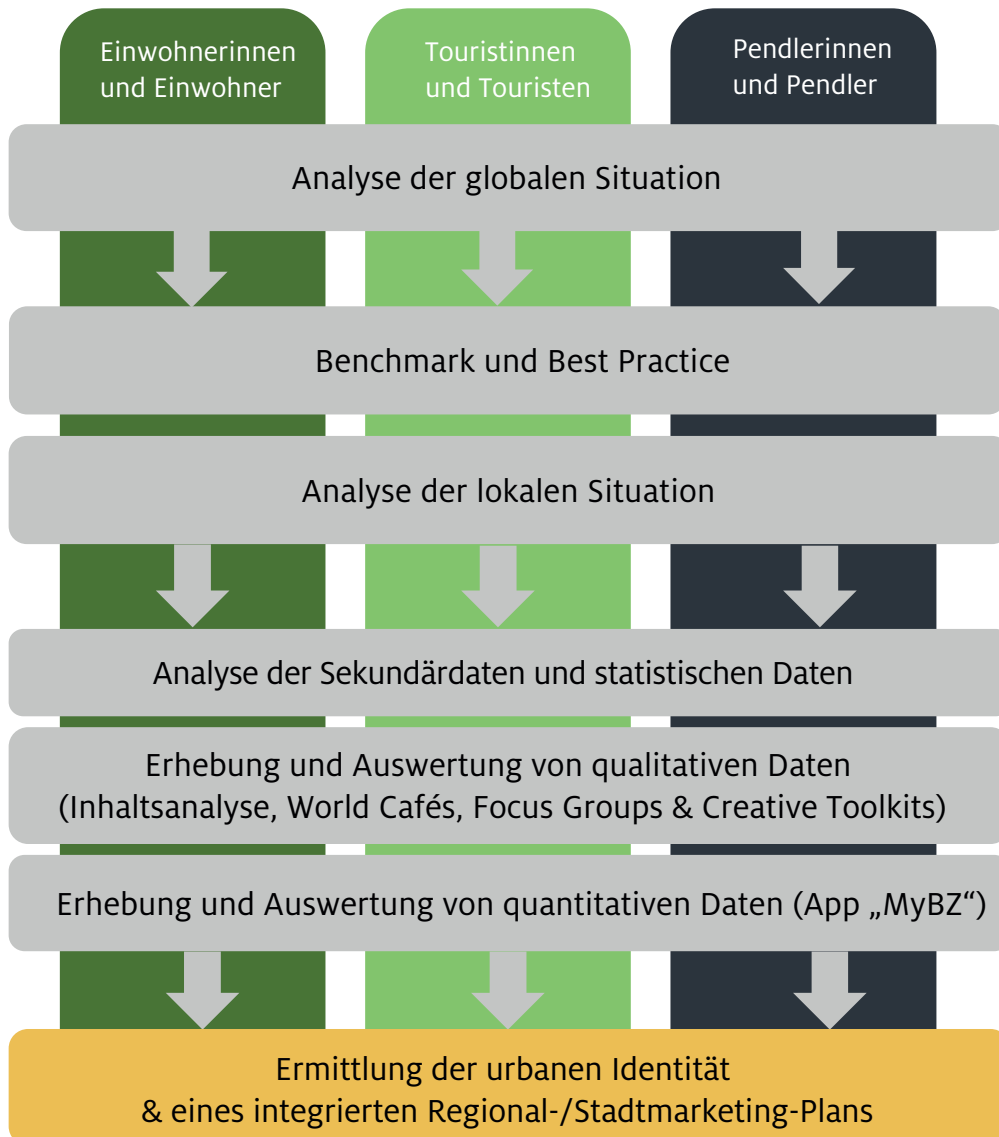


# Der Prozess zur Ermittlung der urbanen Identität der Stadt Bozen und zur Erstellung eines Regional-/Stadtmarketing-Plans



## 10 Thesen zur urbanen Identität von Bozen

1. BZ ist eine traditionell geprägte und zugleich moderne Stadt, die mit Stolz einige globale Trends aufnimmt, bei anderen jedoch etwas hinterherhinkt.
2. BZ ist eine komplexe Stadt, die sich in Bezug auf ihr Sozialgefüge vom Rest der Provinz unterscheidet.
3. BZ ist zentripetal ausgerichtet, möchte die einzelnen Stadtviertel aber aufwerten.
4. BZ ist eine vielseitige Stadt und heterogen hinsichtlich der Wirtschaftssektoren.
5. BZ weist gegenüber dem Umland eine niedrige touristische Intensität und Dichte auf, dafür aber einen starken Zustrom von Tagesgästen: Die Stadt hat ein großes touristisches Potenzial, das aber mit Rücksicht auf die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung zu entwickeln ist.
6. BZ zieht Berufspendelnde an, ist aber weniger attraktiv für junge Talente.
7. BZ ist eine manchmal schüchterne und etwas langsame Stadt, die versucht, ihre ambivalente Geschichte zu verbergen.
8. BZ ist reich an ungenutzten Räumen und Grünflächen, die aber besser genutzt und mit Inhalten bereichert werden könnten.
9. BZ ist eine elegante Alpenstadt mit einer besonderen Naturverbundenheit, die sich aber nur teilweise mit der Bergwelt identifiziert.
10. BZ ist eine autonome Stadt, die ihre Beziehungen mit den benachbarten Gemeinden und Regionen verbessern könnte.

# Executive Summary

Der vorliegende Bericht erörtert den strategischen Plan für die Stadt Bozen mit Ausblick auf das Jahr 2030.

## MISSION: BOZEN BLICKT VORAUSS

# VISION #BOZEN 2030:

## **BOZEN – DIE AUSGEGLICHTENSTE UND DYNAMISCHSTE STADT EUROPAS**

Bozen ist eine nachhaltige Stadt, die den Bedürfnissen aller ihrer Bürgerinnen und Bürger gerecht wird - umweltbewusst und kulturell vielseitig. Bozen wirkt attraktiv auf jene, welche die Stadt bewohnen, dort arbeiten oder zu Gast sind, fördert einen aktiven und gesunden Lebensstil, einen kompetitiven Arbeitsmarkt und bietet unvergessliche Erlebnisse. Das Herz Bozens schlägt in ihren Vierteln, die ihre mehrsprachige Seele und eine ausgeprägte Bereitschaft zum Dialog verkörpern. Die Stadt reagiert sensibel auf vorherrschende Differenzen und geht auf die Anliegen ihrer Bürgerinnen und Bürger ein. Bozen besinnt sich auf ihre Vergangenheit, schafft es, ihre Geschichte neu zu lesen und gleichzeitig ihre Zukunft auf nachhaltige Weise zu gestalten. Unternehmensgeist und ein lebendiger sozialer und kultureller Austausch prägen das Tempo der Stadt über ihre Grenzen hinaus und schaffen die Voraussetzungen für eine hohe Lebens-, Arbeits- und Erlebnisqualität.

# WERTE (UND BEREICHSÜBER- GREIFENDE PRINZIPIEN):

NACHHALTIGKEIT,  
DIALOG, TRANSPARENZ,  
NEUGIERDE, VIELFALT,  
AUSGEWOGENHEIT, ELEGANZ,  
DYNAMIK, RÜCKSICHT,  
SOLIDARITÄT, OFFENHEIT,  
GASTFREUNDSCHAFT

Um die von der Vision gesteckten Ziele zu erreichen, kommt die Mission zum Tragen. Der nun einzuleitende Prozess muss sich auf jene Werte und bereichsübergreifenden Prinzipien stützen, die sich als grundlegend für die zukünftige Entwicklung der Stadt herauskristallisiert haben. Insbesondere orientiert er sich an sieben strategischen Achsen, die aber keinesfalls isolierte, unzusammenhängende Einheiten darstellen, sondern so vielschichtig miteinander verknüpft sind, dass sie sich in ihren verzweigten Wechselbeziehungen gegenseitig stärken und unterstützen sowie ein kohärentes Netzwerk aus Strategien und Maßnahmen bilden. Gekennzeichnet durch den Kurzcode in Klammern, steht der Großbuchstabe für die strategische Achse, die erste Zahl für die Strategien und eine eventuelle zweite Zahl für die Maßnahmen. Die hier abgebildete Grafik dient lediglich der Veranschaulichung dieser Verbindungen (siehe Kapitel 3.2 für ausführlichere Erläuterungen).



