

Maßnahmenplan Handel in Innenstadt und Stadtteilzentren

Übersicht

	Kosten:
1.1 Einkaufsportale www.einkaufen-in-magdeburg.de	20.000 €
1.2 Gesamtstädtisch angelegte Kampagne „#herzlich nah magdeburg“	56.000 €
1.3 Einkaufsführer www.geheimtipp-magdeburg.de	5.500 €
1.4 Freiraumlabor „Ein Herz für Magdeburg“ – neue Maßnahmen für eine belebte, attraktive Innenstadt	150.000 €
1.5 Local Shop Day der Magdeburger Mode/Magdeburger Modenacht	50.000 €
1.6 Befragung Vitale Innenstädte	4.500 €
2.3 Leerstandsprojekt „Schauwerk“ der Hochschule Magdeburg-Stendal, Institut für Industrial Design.....	19.604,50 €
2.4 Leerstandsprojekt „in:takt“ der OvGU, Studiengang Cultural Engineering	8.036 €
2.8 Alter Zauber in der neuen digitalen Welt / mechanisches Puppenspiel	29.000 €
2.9 Erhebliche Aufwertung des Wochenmarktes	41.000 €
2.10 Hasselbachplatzmanager	55.000 €
3.1 Shopping 4.0-Projekt der Hochschule Magdeburg-Stendal, weiterbildender Masterstudiengang Cross Media.....	18.900 €
3.2 Allgemeine Maßnahmen zur zusätzlichen Kundengewinnung.....	20.000 €
3.3 Maßnahmen gerichtet auf besondere Zielgruppen	13.000 €

490.540,50 €

1.1 Maßnahme: Einkaufsportal www.einkaufen-in-magdeburg.de

Ziel:

- Ausbau und Unterstützung des Einkaufsportals www.einkaufen-in-magdeburg.de der Mediengruppe Magdeburg
- ergänzend über die Region hinaus wirksames Printmedium zur Bewerbung des Handelsstandortes Magdeburg insgesamt

Inhalt:

Das Portal www.einkaufen-in-magdeburg.de wird in 2020 von der Mediengruppe Magdeburg / Media Marketing Magdeburg GmbH in alleiniger Verantwortung weiterentwickelt. Eines finanziellen Beitrages durch den Maßnahmenplan bedarf es in 2020 nicht.

Allerdings soll in bewährter Weise zu einem mit den Partnern im Netzwerk Maßnahmenplan noch abzustimmenden Zeitraum eine Einkaufsbeilage der Volksstimme erscheinen, die wie bereits dreimal praktiziert, in Zusammenarbeit mit IG Innenstadt, den Geschäftsstraßenmanagern, der IHK, der MMKT und Pro Magdeburg zu erarbeiten ist.

Kosten:

Zuwendung durch die Stadt: **20.000 €**

1.2 Maßnahme:

Gesamtstädtisch angelegte Kampagne „#herzlich nah magdeburg“ mit mehreren Partnern: Stadt (federführend), MMKT (operative Leitung), IG Innenstadt, IHK Magdeburg und Pro M sowie den Geschäftsstraßenmanagern

Ziel:

- Fortführung und Unterstützung der gesamtstädtisch angelegten Kampagne „#herzlich nah magdeburg“

Inhalt:

Als Fortführung des Konzepts „#herzlich nah magdeburg“ der Jahre 2017, 2018 und 2019 soll die Kampagne bis zum Abschluss der Baumaßnahmen der EÜ ERA durch die Stadt über die MMKT umgesetzt werden. Der Gesamtkostenumfang, zuletzt in 2019 in Höhe von 170.000 €, wird zwischen IG Innenstadt, Deutsche Bahn (Kostenbeteiligung über Info-Point vor Hbf) und Stadt gedrittelt. Gegenstand sind Maßnahmen wie die Entwicklung eines Key Visuals / CD oder Anzeigenmotive für Printwerbung, Radiospots, Großflächen und Internet.

Kosten:

Zuwendung durch die Stadt: **56.000 €**

1.3 Maßnahme:

Einkaufsführer www.geheimtipp-magdeburg.de

Ziel:

- Fortführung und Unterstützung des Einkaufsführers
www.geheimtipp-magdeburg.de

Inhalt:

Das Online-Portal www.geheimtipp-magdeburg.de soll operativ einbezogen werden und eine Fortführung der Online-Pflege der Internetseite unterstützt werden. Nach dem großen Erfolg der ersten Auflage des Printmediums (gleichnamige Broschüre: „Geheimtipp Magdeburg“) soll eine neue, aktuelle Fassung erstellt werden, welche an Hotels, Tourist-Informationen und vergleichbare Einrichtungen gestreut wird. Mit dem Projekt konnten kleinere und abseits vom Mainstream gelegene Unternehmen in den verschiedenen Stadtteilen Magdeburgs unterstützt werden. „Geheimtipp Magdeburg“ hilft dabei genauer hinzuschauen und völlig neue Seiten Magdeburgs zu entdecken. Wichtig ist, dass es sich um individuelle Konzepte und außergewöhnliche Produkte handelt, bei der die Herstellung noch von Hand erfolgt, die Läden Inhaber geführt sind und die Lebensmittel aus der Region stammen.

Kosten:

Zuwendung durch die Stadt: **5.500 €**

1.4 Maßnahme: Freiraumlabor „Ein Herz für Magdeburg“ – neue Maßnahmen für eine belebte, attraktive Innenstadt

Ziel:

- Umsetzung des Stadtratsbeschlusses Nr. 2396-065(VI)19 vom 21.02.2019: Durchführung eines Freiraumlabors in der Innenstadt von Magdeburg im Bereich Krügerbrücke / Goldschmiedebrücke und Nordabschnitt Breiter Weg mit einer Dauer von mindestens 6 Wochen
- Erhöhung der Attraktivität und Belebung der Innenstadt mit Freiraumlaboren als Pilotprojekte

Inhalt:

Leitfragen gemäß Beschlussfassung sind insbesondere:

- Wie kann eine Innenstadt erreicht werden, die als vielfältiger Erlebnisraum- und Aktionsraum und nicht nur als Shopping-Ort wahrgenommen wird? Damit als soziales, kulturelles und wirtschaftliches Herz der Stadt?
- Wie und womit kann der Öffentliche Raum gestaltet und in Wert gesetzt werden um als Erlebnis- und Verweilraum wahrgenommen zu werden. Kurz: Was sind Attraktionsmöglichkeiten? (Quantitative Steigerung)
- Wie können mehr Menschen zum Verweilen und Bummeln angeregt werden um die Belebtheit des Ortes zu steigern? Kurz: Wie sollte der Öffentliche Raum gestaltet sein? (Qualitative Verbesserung)
- Wie kann die Innenstadt Identitätsstiftend für Bürger*innen werden, wie können diese zur Partizipation und Nutzung angeregt werden?

Schwerpunkte:

- Neue, temporäre Gestaltungsform des öffentlichen Raums, ggf. mit veränderter Flächenaufteilung erarbeiten und testen
- Stadtmöblierung und andere Gestaltungselemente
- Kulturveranstaltungen, Mit-Mach-Werkstätten

Umsetzung:

- Bildung einer Arbeitsgruppe im August 2019 aus: Projektleitung Wirtschaftsdezernat, profilgebende Akteure der Innenstadt, Stadtplanungsamt und Tiefbauamt, weitere Partner vorgesehen
- Durchführung Ende Mai/ Anfang Juni, Zeitdauer („mindestens 6 Wochen!) abhängig vom verfügbaren Budget
- Vorbereitung in Workshops seit Oktober 2019, ab Januar 2020 Detailplanung mit Ausschreibungen und konkretem Finanzplan, organisatorisch-technischen Maßnahmen, Vorerhebungen zu Passantenfrequenzen udgl.

Kosten:

Zur Deckung der anfallenden Kosten für Honorare und Aufwandsentschädigungen, Technik und Ausstattung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, sowie sonstigen Kosten:

Kosten für Honorare und Aufwandsentschädigungen	60.000,00 €
Werbung- und Öffentlichkeitsarbeit	11.050,42 €
Technik und Ausstattung	52.100,00 €
<u>Sonstige Kosten (Versicherungen ect.)</u>	<u>3.000,00 €</u>
zuzgl. 19% MwSt.	23.949,58 €
<u>Gesamt</u>	<u>150.000,00 €</u>

1.5 Maßnahme: Local Shop Day der Magdeburger Mode / Magdeburger MODENACHT

Ziel:

- Steigerung der Kundenfrequenz im Magdeburger Einzelhandel und in der Gastronomie der Innenstadt
- Herausstellen der besonderen Attraktivität des stationären Handels: Servicewerte und persönliche Beratung, erlebnisreiche Alternative zum Online Shopping
- Erlebnisshopping und Stadtkultur-Entdeckung zugleich
- Integration von Wirtschaft, Kunst und Musik
- Sichtbarmachung und Erlebbarkeit der Kreativwirtschaft, insbesondere Mode und Design, mit ihren hochwertigen Angeboten in Magdeburgs Innenstadt und Stadtteilzentren

Inhalte:

- Ein Samstag (oder am Wochenende 2 Tage) im September 2020 als Aktionstag(e) in Kombination mit einer langen Shopping-Nacht bis 22.00/23.00/00.00 Uhr
Öffnungszeit
- Beteiligte Händler haben besonders attraktive Angebote.
- Besondere Aktionen begleiten die Händler:
 - roter Teppich vor jedem Geschäft
 - lebende Schaufensterpuppen
 - kleine Modenschauen
 - Musikanlage
 - Begrüßungsgetränk und Give Aways
 - individuelle Programme wie Workshops, Musik Acts, Lesungen, Tastings...
- Mobile Modenschauen in der ganzen Stadt, Musiker, Künstler und Kleindarsteller als Walk Acts, Street-Food- & Drink-Stände
- Integration Industriepartner, u.a. Automobil - & Lifestyle Produkte
- Besondere Marketing Aktionen
 - längster Laufsteg von Sachsen-Anhalt, Krönung der Magdeburger Shopping-Queen
 - Shopping-Routenplaner > individuelle Shopping Touren, z.B. Jugendweihe-Tour, Single-Tour, Hochzeits-Tour, Girls-Friend Tour, Herren Runde, Gastro Themen Touren etc.
 - Verlosung Personal Shopper, Fashion-Hotspot-Sammelaktion, Give-Aways
 - kostenfreies Parken

Highlight:

Integration der **MODAVISION 2020** als ‚Abschlussveranstaltung‘ der Aktion auf dem Domplatz oder Alten Mark mit einer großen Open-Air Show

Umsetzung: First Contact Eventagentur Magdeburg

Kosten: Gesamtkosten ca. 150.000,00 €, **Kostenzuschuss: 50.000,00 €** (hauptsächlich für Marketing zur Veranstaltungsbewerbung in ganz Sachsen-Anhalt)

1.6 Maßnahme: **Befragung Vitale Innenstädte**

Ziel:

In Fortführung der Befragungen aus 2014, 2016 und 2018 Teilnahme an dem Projekt Vitale Innenstädte auch in 2020

Inhalt:

- Gewinnung eines konkreten Befundes zur Einschätzung der Magdeburger Innenstadt durch Besucher als Monitoring-Instrument und Grundlage für Weiterführung des Maßnahmenplans
- Bereitstellung der Ergebnisse an die Öffentlichkeit, vor allem die relevanten Akteure wie IHK, Handelsverband, IG Innenstadt, Politik und Verwaltung
- Einschätzung der Magdeburger Situation und Entwicklung im Vergleich zu 115 anderen Städten

Umsetzung:

Auftragserteilung an das Institut für Handelsforschung Köln im I. Halbjahr 2020, Durchführung der Befragung im Sommer 2020, Auswertung der Ergebnisse im Spätsommer 2020

Kosten:

Kosten insgesamt: 4.500 €

2.3 Maßnahme:

Leerstandsprojekt „Schauwerk“ der Hochschule Magdeburg-Stendal, Institut für Industrial Design

Ziel:

- Projekt zur konkreten Anwendung des Industriedesigns für die Gestaltung der Innenstadt und von Geschäftszentren
- Präsenz der Hochschule in der City und damit in einem zentralen gesellschaftlichen Lebensraum
- Vermeidung eines Leerstands durch Zwischenraumnutzung des Ladengeschäfts im Breiten Weg 114 a und Belebung des Nordabschnitts Breiter Weg

Inhalt:

Das Ladengeschäft im Breiten Weg 114 a ist Dreh- und Angelpunkt rund um das Thema Industriedesign mit dem Schwerpunkt Stadtmöblierung und andere relevante Gestaltungselemente. Dabei wird an prominenter Stelle eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit aktuellen Zukunftsfragen zur Innenstadt geleistet, konkrete Vorschläge für die Ausgestaltung der „inszenierten Innenstadt“ werden erarbeitet. Außerdem stellt es einen Ort für Coworking, Vorträge, Workshops, Ausstellungen, vor allem die Werkschau der Studenten nach Semesterabschluss, Vernetzung udgl. dar.

Umsetzung:

Als Basis wird die Verlängerung der bestehenden vertraglichen Regelung mit der Hochschule Magdeburg Stendal und mit der Wohnungsbaugesellschaft Magdeburg mbH für das Objekt Breiter 114 a bis zum 31.12.2020 angestrebt.

Kosten:

In dem Gemeinschaftsprojekt mit der Wobau, der Hochschule (Institut für Industrial Design) und der Stadt werden die Mietkosten durch die Wobau erlassen.

Für die Stadt fallen folgende Kosten an:

Sachkosten:	8.656,50 €
Mietnebenkosten pro Jahr:	10.404,00 €
Energiekosten pro Jahr:	544,00 €
Kosten insgesamt:	19.604,50 €

2.4 Maßnahme: Leerstandsprojekt „in:takt“ der OvGU, Studiengang Cultural Engineering

Ziel:

- Seminar des Studiengangs Cultural Engineering als anerkannte Studienleistung zum Rahmenthema Möglichkeiten der Zwischenraumnutzung mit Schwerpunkt der Verbindung von Kultur und Kommerz
- Präsenz der OvGU in der City und damit in einem zentralen gesellschaftlichen Lebensraum
- Vermeidung eines Leerstands durch Zwischenraumnutzung des Ladengeschäfts im Breiten Weg 28 und Belebung des Nordabschnitts Breiter Weg

Inhalt:

Das o.g. Seminarprogramm wird direkt am „Untersuchungsobjekt“ und damit besonders anwendungsorientiert umgesetzt. Die Zwischenraumnutzung eines Leerstandes durch selbstverantwortete Kultur- und Diskussionsveranstaltungen, durch Möglichkeiten des Coworkings für Gründer, durch Formate der Bürgerbeteiligung wird unter Beteiligung von Händlern und der unmittelbaren Bürger-Nachbarschaft medien- und publikumswirksam „erprobt“, die Erfahrungen werden ausgewertet und stehen der weiteren Maßnahmen zur Verfügung.

Umsetzung:

Als Basis wird die Verlängerung der bestehenden vertraglichen Regelung mit der OvGU und mit der Wohnungsbaugesellschaft Magdeburg mbH für das Objekt Breiter 28 bis zum 31.12.2020 angestrebt.

Kosten:

In dem Gemeinschaftsprojekt mit der Wobau, der OvGU (Studiengang Cultural Engineering) und der Stadt werden die Mietkosten durch die Wobau erlassen.

Für die Stadt fallen folgende Kosten an:

Sachkosten:	4.200,00 €
Mietnebenkostenkosten pro Jahr:	3.600,00 €
Energiekosten pro Jahr:	236,00 €
Kosten insgesamt:	8.036,00 €

2.8 Maßnahme:

Alter Zauber in der neuen digitalen Welt mit der Faszination des mechanischen Puppenspiels "Theatrum mundi"

Ziel:

- in Ergänzung zu der Maßnahme 2.9 (erhebliche Aufwertung des Wochenmarktes) kulturelle Nutzung des ehemaligen Kiosks am Alten Markt 9
- Bereicherung des Marktgeschehens durch einen kulturellen Anziehungspunkt für Jung und Alt zur Steigerung der Aufenthaltsqualität auf dem Markt

Inhalt:

Die städtische Wohnungsbaugesellschaft Magdeburg mbH wird in Kooperation mit dem Puppentheater der Stadt Magdeburg dem ehemaligen Kiosk am Alten Markt 9 ein neues Erscheinungsbild geben.

Auf den ersten Blick erscheint das Schaufenster im historischen Fassadenbogen unscheinbar- doch wirft man eine Geldmünze in den nebst stehenden Kassenautomaten, so öffnet sich der große Theatervorhang. Zum Vorschein kommt ein mechanisches Puppentheater, welches eine animierte und wenn möglich mit Ton versehene Geschichte oder Sage der Stadt Magdeburg, wie z.B. die des Till Eulenspiegels erzählt.

Vergleichbar ist das kleine mechanische Theaterspiel auf der Krämerbrücke in Erfurt, an dem sich Kinder die Nase an der Scheibe platt drücken - und regelrecht darauf warten die nächste Münze einzuwerfen.

Umsetzung:

Wobau und Puppentheater

Kosten:

Der Planungs- und Bauprozess wird ca. auf zwei Jahren geschätzt.

Entwurf/ Einbau	16.000 €
Figuren Entwurf/ Bau (bei 5 Figuren)	9.000 €
Material	4.000 €
Gesamt (verteilt auf 2020 und 2021)	29.000 €

2.9 Maßnahme: Erhebliche Aufwertung des Wochenmarktes (Konzepte im Einzelnen liegen vor)

Ziel:

- Entwicklung des Magdeburger Wochenmarktes hin zu einem „grünen“ Markt mit markttypischen Lebensmitteln, als Pflanzenmarkt und als Kreativmarkt mit individuellen gastronomischen Angeboten und Raum für Kleinkunst
- Steigerung der Attraktivität des Wochenmarktes zur Gewinnung von Neukunden aus Magdeburg und der Region mit Anziehungskraft auch auf Touristen
- Verbesserte Vermarktungschancen für die bereits tätigen Händler und zur Gewinnung weiterer interessanter Marktteilnehmer

Inhalt:

- einheitliche und in den sympathischen oststadt-Farben ausgestaltete Marktstände (Schirmbezüge und Volants) und funktionsgerechter technischer Ausstattung (Kabelabdeckungen etc.) Kosten: 7.000 €
- spezielle Feste und Wettbewerbe wie Kürbisfest, größte Obst- und Gemüseprodukte Kosten: 8.000 €
 - besondere Präsentation von biologisch angebautem Gemüse und Obst aus der Region Magdeburg mit klimafreundlichen Effekten (ohne lange Transportwege) zur Gewinnung neuer Käuferschichten
 - darauf ausgerichtet Gestaltung eines Markttages mit Händlern, Experten und Künstlern sowie mit Wettbewerben
- Tag der Direktvermarkter (1 x pro Monat, 5 Monate) Kosten: 10.000 €
 - Ausweitung der Produktpalette auf besondere Eigenerzeugnisse wie Honig, Käse, Wurst- und Fischwaren sowie Backwaren, Säfte und alkoholische Getränke, ferner handwerkliche Erzeugnisse wie Korbwaren, Töpferware udgl. mit Verkostung und intensiver Beratung
 - darauf ausgerichtetes Bühnenprogramm, Interviews mit den Händlern, Infostände und kleinere Attraktionen für Kinder
- Woche der Städtepartnerschaften Kosten: 16.000 €
 - Start 15.09. bis 19.09.2020 (direkt im Anschluss an das Erntedankfest) mit der polnischen Partnerstadt Radom zur Präsentation landestypischer Marktprodukte, gastronomischer Spezialitäten und touristischer Angebote
 - Errichtung eines „polnischen Dorfes“ mit zehn gleichen spezifisch dekorierten Hütten und guter technischer Ausstattung, Abschlussveranstaltung im Moritzhof
 - Einladung zur Übernachtung und zum Aufenthalt an Händler aus der Partnerstadt, Einbeziehung polnisch sprechender Studenten als Kommunikationspartner

Gesamtkosten: 41.000 €

2.10 Maßnahme: Hasselbachplatzmanager

Ziel:

- Stadtratsbeschluss Nr. vom 17.10.2019 zur Durchführung des Projektes „Hasselbachplatzmanager“ für die Jahre 2019 bis 2022: Finanzierung gemäß Drucksache aus Budget / Deckungskreis 3000

Inhalt:

- Gemäß Drucksache Umsetzung durch Pro Magdeburg e.V. und Dezernat I / FB 32

Kosten:

- jeweils aus Kostenstelle 30000003, Sachkonto 52711000 für 2019: 35.000 €, für 2020 bis 2022 jeweils 55.000 €
- nicht geplanter Aufwand für das Dezernat III

3.1 Maßnahme: Shopping 4.0-Projekt der Hochschule Magdeburg-Stendal, weiterbildender Masterstudiengang Cross Media

Ziel:

- Wissenschaftliche Begleitung der Bemühungen zur Verbindung von stationärem Handel mit Onlinehandel sowie im Handwerk und bei Dienstleistern zur verstärkten Anwendung Digitalisierungstechniken
- Präsenz der Hochschule in der City und damit in einem zentralen gesellschaftlichen Lebensraum
- Vermeidung eines Leerstands durch Zwischenraumnutzung des Ladengeschäfts im Breiten Weg 114 a und Belebung des Nordabschnitts Breiter Weg

Inhalt:

Die Studierenden des Masterstudiengangs Cross Media betreiben Feldforschung sowie Einzelfallanalysen zu Entwicklungspotentialen für die bessere Aufstellung von Einzelhändlern im Netz (Multichannel-Strategien). Außerdem gilt es, die Erwartungshaltung von Händlern an die inszenierte Innenstadt herauszuarbeiten. Durch den Seminar- und Workshop-Raum mitten in der Innenstadt wird eine stärkere Wirkung der wissenschaftlichen Methodik und der Arbeitsergebnisse auf die Öffentlichkeit und die Medien erreicht.

Umsetzung:

Als Basis wird die Verlängerung der bestehenden vertraglichen Regelung mit der Hochschule Magdeburg Stendal und mit der Wohnungsbaugesellschaft Magdeburg mbH für das Objekt Breiter 114 a bis zum 31.12.2020 angestrebt.

Kosten:

In dem Gemeinschaftsprojekt mit der Wobau, der Hochschule (weiterbildender Masterstudiengang Cross Media) und der Stadt werden die Mietkosten durch die Wobau erlassen.

Sachkosten:	13.900,00 €
Mietnebenkosten und Energiekosten:	keine, da Mitnutzung Schauwerk-Objekt
Kosten für Werksverträge pro Jahr:	5.000,00 €
Kosten insgesamt:	18.900,00 €

3.2 Maßnahme: Allgemeine Maßnahmen zur zusätzlichen Kundengewinnung

Ziel: Unterstützung des stationären Handels in Innenstadt und den Geschäftsstraßen bei zusätzlicher Kundengewinnung

Inhalt: Die Besonderheit dieser Maßnahme liegt darin, dass auf die konkreten Bedingungen vor Ort gezielt eingegangen werden kann. Es geht also nicht um allgemeines Marketing. Auf unterschiedliche Art und Weise initiiert und inhaltlich ausgerichtet tragen Gestaltungselemente, Flyer, kleinere Veranstaltungen und ähnliches zur Imagesteigerung und damit zur Kundenbindung bei. Zugleich machen sie das Leistungsspektrum der stationären Händler und deren positive Ausstrahlung auf das Umfeld sichtbar. Schließlich werden Kooperationen und Netzwerke vor Ort gefördert.

Kosten: Zur Durchführung o.g. Maßnahmen anfallende Kosten sind zu decken.

Geschäftsstraßenmanagement „Halber. biz“:	5.000,00 €
Geschäftsstraßenmanagement „Neustadt Aktiv Büro“:	5.000,00 €
Geschäftsstraßenmanagement „IM Stadtfeld“:	5.000,00 €
IG Innenstadt:	5.000,00 €
Kosten insgesamt:	20.000,00 €

3.3 Maßnahme: **Maßnahmen gerichtet auf besondere Zielgruppen**

Ziel:

- Unterstützung von Händlern bei der Ansprache und Bewerbung von Käufer-Zielgruppen, die gerade für den stationären Einzelhandel besonders relevant sind
- Moderation zwischen Zielgruppen und Einzelhändlern, Dienstleistern und Handwerkern mit dem Ziel, die gegenseitigen Erwartungen besser aufeinander abzustimmen, um die Attraktivität der Geschäfte für die jeweilige Zielgruppe zu erhöhen.

Inhalt:

Die Ansprache besonderer Zielgruppen durch Medien (Fernsehen, Printmedien, Internet, Sozial Media) muss deren Spezifika gerecht werden. Zum Beispiel zeigen dies die unterschiedlichen Bedürfnisse und Erwartungen in Abhängigkeit von Alter und Lebensform (junge Leute bis 30 Jahre, Kunden bis 60 Jahre, Kunden über 60 oder etwa Alleinerziehende). Die jeweiligen Kundengruppen haben auch unterschiedliche Erwartungen beim Shoppen, Erleben, Erholen usw. in der City und den Geschäftsstraßen. Deshalb muss sich der Blick auf das Einkaufsverhalten der Zielgruppen und das Angebot bzw. die Serviceleistungen von Einzelhändlern, Dienstleistern und Handwerkern richten. Hierzu sind unter anderem z.B. individuelle Betreuung, Informationsveranstaltungen oder inhouse Workshops sowie Aktionen wie „Heimat Shoppen“ geeignet.

Kosten:

Zur Durchführung o.g. Maßnahmen anfallende Kosten sind zu decken:

Kosten zielgruppenorientiert:	8.000,00 €
Kosten Aktion „Heimat Shoppen“:	5.000,00 €
Kosten insgesamt:	13.000,00 €