

Maßnahmenplan Handel in Innenstadt und Stadtteilzentren

1. Medien, Kampagnen, Umfragen

Einkaufsportale www.einkaufen-in-magdeburg.de

Dieses Portal in Verantwortung der Mediengruppe Magdeburg / Media Marketing Magdeburg GmbH wurde Mitte 2016 im Hinblick auf die im September unter Federführung von IHK und der Stadt gestarteten Marketingaktion zur Unterstützung des Weihnachtsgeschäfts und der Weihnachtsmärkte in Magdeburg eingerichtet. Die Mediengruppe will es mit Unterstützung der damaligen Partner fortführen. Die Unterstützungsleistungen der Stadt bestehen in folgendem:

Koordinierung mit vergleichbaren neu entstandenen Portalen wie www.geheimtipp-magdeburg.de, WWW.RABATZZ.DE, Kampagnen (aktuelle Kampagne der IGI im Ergebnis eines Wettbewerbes) udgl.

Gewinnung von Einzelhändlern zur Beteiligung an der Website

Finanzierung eines Basiseintrages

2017 und 2018: 20.000 €

Marketing für die Website

2017 und 2018: 20.000 €

Gesamtstädtisch angelegte Kampagne der IG Innenstadt (IGI) im Rahmen einer neuen Kommunikationsstrategie für das Stadterlebnis Magdeburg

gemäß "Konzept zur Marketingkampagne" vom 29.03.2017 (bis zum Abschluss der Baumaßnahmen der EÜ ERA) unter Einbeziehung von IGI, Stadt und Deutscher Bahn;
Gesamtumfang: 190.000 Euro in 2017 und jeweils 170.000 Euro in 2018 und 2019 bei Drittelung der Kosten zwischen IGI, DB (Kostenbeteiligung über Info-Point vor Hbf) und Stadt

2017: 65.000 €

2018 und 2019: 56.000 €

u.a. folgende Maßnahmen: Entwicklung eines Key Visuals / CD, Entwicklung Anzeigenmotive für Printwerbung, Radiospots, Großflächen, Internet und Social Media im Rahmen des Einkaufsportals "Einkaufen in Magdeburg", spezielle Kampagne zur Erreichbarkeit der Innenstadt (Baustellensituation)

Einkaufsführer www.geheimtipp-magdeburg.de

operative Einbeziehung des Online-Portals und eines Printmediums (Broschüre), das an Hotels, die Tourist-Information und vergleichbare Einrichtungen gestreut wird: bisherige
Zuwendung € 5.500

keine weitere Zuwendung
geplant

2. „Inszenierte Innenstadt“ (Infrastruktur, Stadtmöbilierung, Kunst, Veranstaltungen, Einkaufserlebnis, Management)

Steigerung der Aufenthaltsqualität durch attraktive Gestaltung von Plätzen, Räumen und Straßen

Grundlage ist ein vom Kulturbeirat für Stadtentwicklung im Rahmen der Kulturhauptstadtwerbung erarbeiteter Raumnetzplan für die Innenstadt; bevorzugte Plätze mit folgender Priorität:
Alter Markt, Fußgängerzone vom Ulrichsplatz über Goldschmiedebrücke bis Freiraum östlich Alleecenter und Regierungsstraße, Domplatz, Friedensplatz; Planungen und erste
Maßnahmen in 2018 für die beiden erstgenannten Bereiche und Breiter Weg vom Alten Markt bis zum Domplatz
Verdichtung und Beziehung zu den Hauptachsen

räumliche Prioritäten und
Platzgestaltungen insbes. im
Hinblick auf die
Kulturhauptstadtwerbung
sind in Arbeitsgruppen noch
zu erarbeiten

Schaffung von kulturellen, städtebauliche und umweltrelevanten kreativen "Highlights" mit anziehender Wirkung auf Käufer und Touristen, Stadtmöbel, Kunstobjekte nach Maßgabe der
Inhalte für die Kulturhauptstadtwerbung

Beseitigung akuter Schäden und Mängel, z.B. Alter Markt (Pflasterung uneinheitlich und defekt, Blumenkästen), Verbesserung der Infrastruktur für kleine Events (Strom, Wasser etc.)

Gesamtstädtisches Magdeburger Beleuchtungskonzept

Ausgehend von Plänen der Weihnachtsmarkt GmbH für eine Erweiterung der Weihnachtsmarktbeleuchtung umfassendes Beleuchtungskonzept, ganzjährige Beleuchtungsprojekte im
Hinblick auf die Kulturhauptstadtwerbung

dazu gesonderte

Weitergehende Licht- und Wasserinstallationen

Beschlussvorlage

Leerstandsmanagement für die Innenstadt und die Stadtteilzentren und Geschäftsstraßen

In Anlehnung an ein vergleichbares Projekt in Hannover soll ein zentrales Management für die Erfassung und Vermittlung von leerstehenden Geschäften geschaffen werden. Einzubeziehende sind die Vermieter für die Innenstadt, also im Wesentlichen Wobau und die Wohnungsbaugenossenschaften. Verfolgt werden zwei Ziele: einerseits eine Zwischenraumnutzung für kulturelle und insgesamt kreative Aktivitäten, Gründungen und Start ups, andererseits dauerhafte Vermietung für Einzelhandelsgeschäfte. Grundlage ist ein fortzuschreibendes Leerstandsmonitoring, derzeitiger Arbeitsstand Mai 2017.

½ Personalstelle (ab 2018)

Besondere Bedeutung der Grünen Zitadelle

Einbeziehung des Kulturmanagements der Grünen Zitadelle mit gesteigerter Bedeutung für die Innenstadt: erstmals vollständige Belegung des Hauses, vor allem der Geschäfte, erhöhte Qualität von Sortiment, Ausstattung und Atmosphäre, Gastronomie, kulturelle Events, insgesamt stärkere Anziehungskraft für Einheimische und Touristen, besonders aus dem Ausland.

Unterstützung der Aktion "otto bricht Rekorde" Längste Vogelhäuschen-Kette "

Beteiligung in Höhe von 25.000 Euro, aus Mitteln der Ottostadt-Kampagne 2018 geplant

Hochwertiger Spielplatz im Citybereich

Ziel: Verbindung von Shoppen und Spielen mit Kinderbetreuung
Indoorspielplatz unter Nutzung von Leerständen oder später IBA-Shop

Neue Ost-West-Achse als Bestandteil der Magdeburger City

Entwicklungsplanung und erste Maßnahmen vom Tunneleingang Damaschkeplatz bis Heumarkt auf der Grundlage des Konzepts BG VI zur Klausursitzung im Februar 2016
Zusammenarbeit mit Studenten des Studiengangs cultural engineering der OvGU und dem Geschäftsstraßenmanagement Stadtfeld

Erhebliche Aufwertung des Wochenmarktes

Zielstellung: grüner Markt, Bioartikel, keine Nebenprodukte, Außengastronomie
Beschränkung auf den Kernbereich des Alten Marktes

Maßnahmen wie Fertigstellung eines einheitlichen Erscheinungsbildes von Ständen, Förderung und Erweiterung von Thementagen, Woche der Produkte der Händler aus Partnerstädten, Vorzeige-Marktstände für Tageshändler, Einheitliche Kabelabdeckungen, Veranstaltungen zur Förderung der Grünanteile wie Kochduelle, Spargelfest udgl.

Erarbeitung eines neuen Wochenmarktkonzeptes in einer AG unter Leitung der Weißen Flotte GmbH und des Tiefbauamtes

3. Einzelhandel, Gewerbe, Shopping 4.0

Höherer Standard und besserer Mix im Warensortiment insgesamt, vor allem im Bekleidungssektor

Ausgangspunkt ist ein cursorischer, nicht repräsentativer Vergleich der Zusammensetzung des Warensortiments von Shops in Braunschweig und Magdeburg und das vielfach geäußerte Empfinden, dass der Sortimentsstandard in Magdeburg erkennbar niedriger liegt als in Braunschweig oder gar Leipzig.

Verbindung von stationärem Handel und e-commerce sowie e-commerce bei Dienstleistern und Handwerkern

In Abstimmung mit einer aktuellen Händlerbefragung der IHK Magdeburg: Umfrage zum Stand der Digitalisierung / Nutzung von e-commerce im Magdeburger Einzelhandel, durch Magdeburger Studierende (Kooperation mit den Studiengängen cultural engineering der OvGU und der Medienstudiengänge an der Hochschule Magdeburg-Stendal)	2018 und 2019: 5.000 Euro
Unterstützung durch individuelle Betreuung und Informationsveranstaltungen, inhouse workshop	2018 und 2019: 8.000 Euro 1/4 Personalstelle (ab 2018)

Senioren als besondere Zielgruppe des klassischen stationären Handels, spezifische Kriterien für das Einkaufsverhalten ggf. unter Nutzung von Serviceleistungen des e-commerce

Allgemeine Maßnahmen zur zusätzlichen Kundengewinnung

Unterstützung einzelner Maßnahmen und Initiativen von Einzelhändlern der Innenstadt und der Geschäftsstraßen, Befragung von Händlern und Kunden zu neuen Trends im Hinblick auf "Service-Kultur", daraus folgend abgestimmtes Serviceverhalten wie einheitliche und verlässliche Öffnungszeiten	2018 und 2019: 20.000 Euro
---	----------------------------

4. Monitoring

Antrag Fraktion Bündnis 90/Die Grünen A0097/17: Quartalsweise Information über die Entwicklung der Innenstadt und des Innenstadthandels zu Leerständen, Gewerbe-Ab- und Zugängen, Fußgängerfrequenzen, Quell- und Zielverkehre, Kennzahlen zu Nutzergruppen, Aktionen	1/4 Personalstelle (ab 2018)
---	------------------------------