Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Ausschuss für Bau, Vergabe, Wirtschaftsförderung und Tourismus am 10.2.2015

Ziele

- Ziel des Projektes ist es zum einen,
  - Anwohner, Besucher und Gewerbetreibende kontinuierlich **über den Baufortschritt zu informieren**,
  - eventuelle **Beeinträchtigungen** für Anwohner und Gewerbetreibende **so gering wie möglich zu halten**,
  - durch baubegleitende Veranstaltungen und **Marketingaktionen** einen Beitrag zum positiven Image der Altstadt zu leisten.
- Gleichzeitig sollen auch Grundlagen zur professionellen **Gesamtvermarktung der Altstadt** geschaffen werden.

In den ersten sechs Monaten haben sich folgende Organisationsstrukturen herausgebildet und bewährt:

- Die praktische Abstimmung einzelner Maßnahmen und die Klärung organisatorischer Fragen erfolgte auf der Arbeitsebene durch eine intensive persönliche **Zusammenarbeit der Stadt Meckenheim, dem Meckenheimer Verbund und der CIMA**.

- Zur Einbeziehung der betroffenen Hauseigentümer und Gewerbetreibenden wurde eine **Projektgruppe** gebildet, die bislang in **zwei Arbeitssitzungen** und in **einem Workshop** das Projekt inhaltlich begleitet und unterstützt hat.

- Mit dem Baubüro (Herr Daube) besteht eine **ständige personelle Präsenz vor Ort**; sie wird ergänzt durch die Vor-Ort-Arbeit der Wirtschaftsförderung und der CIMA.

Aktivitäten 2014

Die Kernaufgaben für das Projektjahr 2014 lauteten:

- Schaffung der erforderlichen **organisatorischen Grundlagen**
- **Information** der Anwohner und Gewerbetreibenden über die Baumaßnahme (insbesondere die Betroffenen im 1. und 2. BA)
- Begleitung der Baumaßnahme durch **Veranstaltungen**
- erste inhaltliche Auseinandersetzung mit den **Grundlagen für ein dauerhaftes Standortmarketing**

Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Initiative lebendige Altstadt
Handlungsfelder

cima.
Initiative lebendige Altstadt

Für die Laufzeit von zwei Jahren sieht die CIMA folgende vier Handlungsfelder vor.

Baustellenmarketing

Geschäftsflächenmanagement

Einzelbetriebliche Beratung

Standortmarketing

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Initiative lebendige Altstadt

Durchgeführte Maßnahmen Baustellenmarketing

cima.
Initiative lebendige Altstadt

22.05.2014 - Spatenstich:

Festlicher Auftakt der Baumaßnahme am Marktplatz. Die Lokalpresse berichtet ausführlich. Mehr als 100 Bürger und Interessierte sind bei der Eröffnung dabei.

21.06. + 5.09.2014 - Baustellen-Führungen:

Erstmals fand ein Public-Viewing zur Fußball WM auf dem Kirchplatz auf Initiative mehrerer Händler und Gastronomen mit Unterstützung der Stadt statt. Interessierte Bürger nutzen spezielle Baustellenführungen durch Herrn Daube, um sich über technische Besonderheiten und den Baufortschritt zu informieren.

06. + 07.09.2014 – Kinderbaustelle zum Altstadtfest:

Zum diesjährigen Altstadtfest wird von der CIMA und der Wirtschaftsförderung eine Kinderbaustelle eingerichtet. Die jüngsten Bürger der Stadt erobern die Baustelle. Ein Malwettbewerb findet großen Anklang.

Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Initiative lebendige Altstadt

Durchgeführte Maßnahmen Baustellenmarketing

cima.
Initiative lebendige Altstadt

25.10.2014 – Einweihung 1. Bauabschnitt:

Die erste Etappe ist geschafft! Die Meckenheimer Hauptstraße zwischen Niedertorkreisel und Merler Straße ist fertiggestellt und wird feierlich mit ca. 100 Besuchern eröffnet. Die im Rahmen des Altstadtfestes von Kindern bemalten Gehwegplatten werden prämiert.

Initiative lebendige Altstadt

Durchgeführte Maßnahmen Baustellenmarketing

cima.
Initiative lebendige Altstadt

Kundeninformationsflyer und Banner:

Begleitend zu allen Aktionen und zu den jeweiligen Bauabschnitten werden Anwohner und Gewerbetreibende mit Flyern informiert. Insbesondere dienen die Flyer auch den Kunden der Hauptstraße. Auf Postern und Bannern wird zusätzlich für den Einkauf in der Altstadt geworben.

Einzelgespräche mit Anwohnern und Gewerbetreibenden:

Herr Daube (Bauamt) wird für die Baumaßnahme zum kompetenten Ansprechpartner vor Ort; Wirtschaftsförderung und CIMA stehen zusätzlich zur Verfügung, wenn persönliche Auskünfte und Hilfen notwendig sind.

Einrichtung Baustellen-Infopoint und Baustellenbüro:

Zusätzlich zum Baustellenbüro wird mit Beginn des zweiten Bauabschnitts ein leer stehendes Ladenlokal in der Hauptstraße 98 als Baustellen-Infopoint genutzt. Im Schaufenster kann man sich schnell und zu jeder Zeit über den Baufortschritt informieren.

Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Initiative lebendige Altstadt

Durchgeführte Maßnahmen Geschäftslagenmanagement

cima.
Stadtmarketing Echternach

Erfassung der bestehenden Leerstände:

Über die Wirtschaftsförderung liegen zum Teil detaillierte Kenntnisse über einzelne Leerstände vor. Aufgrund eigener Planungen der Eigentümer bzw. anstehender Nachnutzungen kommen nur einzelne Objekte für Zwischennutzungen etc. in Betracht.

Kontaktaufnahme zu Eigentümern und Ansiedlungsberatung:

Die Beratung der Hauseigentümer zur Wahl der neuen Mieter und Nutzung ihres Leerstandes erfolgt durch die Wirtschaftsförderung. Zum Jahresende 2014 bestehen sechs Leerstände entlang der Hauptstraße.

Neubelegungen fanden in 2014 in der Hauptstraße statt:

Nr. 01: Haustechnik Reiff	Nr. 10: ASB Tagespflege
Nr. 25: Bedarfshilfe e.V.	Nr. 59: Buchhandlung
Nr. 61: Evor style frisör	Nr. 68: Der Schuhmacher
Nr. 67: CopyShop	Nr. 80: Tapas Bar Los Gemelos

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Entwicklung eines Markenkerns für die Altstadt

Die Altstadt Meckenheim verfügt nicht über ein einheitliches und von allen Akteuren getragenes Corporate Identity bzw. ein daraus abgeleitetes Corporate Design.

Die Aktivitäten der einzelnen Vereine, Unternehmen und Initiativen werden daher nur bedingt als Altstadt-Aktivitäten wahrgenommen. Die Vorzüge der Altstadt kommen nur bedingt zum Tragen.

Die cima hat im August 2014 einen mehrstündigen Markenworkshop mit Vertretern der Projektgruppe und geladenen Gästen durchgeführt; der gemeinsam diskutierte Markenkern-Vorschlag der cima bildet den zentralen Grundbaustein für die zukünftige einheitliche Vermarktung der Altstadt.

Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Für das Jahr 2015 wird eine **einheitliche Vermarktung der Altstadt** angestrebt.

Zur Steigerung der öffentlichen Wahrnehmung der verschiedenen Altstadt-Angebote soll 2015 eine Initiative zur **einheitliche Gestaltung aller Kommunikationsmittel und Produkte** gestartet werden.

Ziel ist es, die Identität mit der Altstadt und ihr Image zu steigern.

Initiative lebendige Altstadt

Geplante Maßnahmen Einzelbetriebliche Beratung

cima.
Initiative lebendige Altstadt

Vorher:

Nachher:

Cima-Geschäftscheck

Im Rahmen der Initiative lebendige Altstadt wird 2015 ein kostenloser Geschäftscheck von der CIMA angeboten, mit dem Ziel, die Qualitäten der inhabergeführten Fachgeschäfte zu fördern. Es geht dabei insbesondere um folgende Aspekte

- identifizieren von Nischen und nutzen vorhandener Potenziale
- der externe Blick schafft Distanz vom Alltag
- auf dem Prüfstand stehen die Ausrichtung des Betriebes auf bestimmte Zielgruppen, die Warenpräsentation, die angebotene Sortimentsstruktur und das einzelbetriebliche Marketing

In einem persönlichen Beratungsgespräch werden Verbesserungsmöglichkeiten des Marktauftritts vermittelt:

- klarere Zielgruppenorientierung
- Schaufenstergestaltung, Gestaltung des Verkaufsraums
- Entwicklung von gezielten Marketingmaßnahmen
- Möglichkeiten der Kooperation mit anderen ansässigen Betrieben

Bilanz 2014

Die Begleitung der Baumaßnahme durch ein aktives Baustellenmarketing hat sich bewährt:

- Es hat sich eine intensive und gute **Zusammenarbeit** zwischen den zuständigen Fachstellen der Stadt Meckenheim, dem Meckenheimer Verbund und der CIMA entwickelt.

- Die eingesetzten **Marketinginstrumente** (Flyer, Banner etc.) haben sich bewährt und werden von Bürgern und auswärtigen Besuchern positiv wahrgenommen.

- Die **baustellenbegleitenden Feste** fanden sehr guten Anklang bei der Bevölkerung.

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Bilanz 2014

- Die **persönliche Ansprache** der Anwohner und der Geschäftsinhaber wird auch 2015 eine wichtige Grundlage der Arbeit vor Ort darstellen. Sie muss von der CIMA und der Wirtschaftsförderung optimiert werden.

- Eine **aktive Pressearbeit** muss weiterhin die einzelnen Maßnahmen begleiten; die bisherige Berichterstattung hat zu einem positiven Image der Altstadt auch außerhalb der Stadt Meckenheim beigetragen. Mit der richtigen Reaktion auf Negativberichterstattung, initiiert durch wenige Einzelne, konnte eine nachteilige Außendarstellung vermieden werden.

Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

CIMA-Schwerpunkte 2015

Die wesentlichen Aufgaben der externen Beratung werden 2015

- zum einen in der weiteren fachlichen und organisatorischen Begleitung der Umbaumaßnahme liegen;
- zum anderen soll durch gezielte Einzelmaßnahmen die Wettbewerbsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels gefördert
- und eine Professionalisierung des Standortmarketings für die Altstadt erreicht werden.

Initiative Lebendige Altstadt
Projektstatusbericht der CIMA vom 1. Dezember 2014

Meckenheim
Lebendig. Modern. Sympathisch.

Ausschuss für Bau, Vergabe, Wirtschaftsförderung und Tourismus am 10.2.2015