

Landesförderprogramm Innenstadt Impulse

Maßnahme: Generation Y & Z – Was ändert sich?

Zielsetzung:

Ziel des Konzeptes ist es ein vertieftes Verständnis zu erlangen, wie junge Menschen Innenstädte erleben und Maßnahmen für die Stadt Mayen zu entwickeln, um diese, für die Zukunft wichtigen Zielgruppen, an die Innenstadt zu binden.

Projektbeschreibung:

Vor allem mittelgroße und kleine Städte kennen die Probleme zunehmender Leerstände in Innenstädten. Die Liste disruptiver Veränderungen der städtischen Handelslandschaft ist lang: Gewerbegebiete, Shopping-Malls, Verbreitung E-Commerce, Globalisierung, Pandemie-Lockdowns. Händler, Dienstleister, Gastronomen und andere Anbieter müssen sich verändern.

Aber wie?

Mit vertiefenden und weiterführenden Interviews soll konkret in und für Mayen die Erwartungen der Generationen Y und Z an die Innenstadt untersucht werden. Aus diesen Erkenntnissen sollen Maßnahmen abgeleitet werden, die in Mayen umgesetzt werden können und müssen. Anschließend werden in verschiedenen Arbeitsgruppen Maßnahmen mit den genannten Gruppen erörtert. Junge Menschen wünschen sich die Integration von Digitalisierung im Erleben von Innenstädten, aber dies steht für keine der beiden Generationen im Vordergrund. Anforderungen an Nutzungserlebnisse, Nachhaltigkeit und Mobilität prägen die Erwartungen der jungen Menschen.

Merkmale Generation Y:

- Geboren zwischen 1981 und 1996, somit aufgewachsen in Begleitung des Internets
- Charaktereigenschaften: hohe technische Affinität, soziale Vernetzung, Drang zur Selbstverwirklichung, Flexibilität und Mobilität
- Bekannte Erwartungen: Recherchieren Produkte mit Smartphone online während Besuch im stationären Handel. Mehr als zwei Drittel der Konsumenten erwarten nahtloses Omnichannel-Angebot. Digitale Lösungen und physische Verfügbarkeit sind von großer Bedeutung.

Merkmale Generation Z:

- Geboren zwischen 1997 und 2012, somit aufgewachsen in Begleitung von Smartphones und Social Media
- Charaktereigenschaften: Weltoffenheit, Streben nach Individualität, Fokus auf Familie, Freunde und Wohlergehen
- Bekannte Erwartungen: Bevorzugtes Nutzen von digitalen Einkaufsmöglichkeiten. Tätigen viele Einkäufe über Apps. Soziale Netzwerke beeinflussen Kaufentscheidungen.

Was motiviert die Generation Y & Z zum Kauf und welche Anforderungen haben sie an den Handel? Welche Rolle spielen Smartphones und soziale Netzwerke bei ihren Kaufentscheidungen?

Welche Bedeutung hat der stationäre Handel? Im Rahmen des Konzeptes soll der Status Quo und die Anforderungen an die Innenstadt Mayen erarbeitet werden.

Teil-/Einzelkonzepte:

Im Mittelpunkt des Konzeptes sollen u.a. die nachfolgenden Themen näher betrachtet werden: • Wie erleben und nutzen junge Menschen der Generation Y und Z die Innenstädte?

- Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung?
- Welche Erwartungen haben die Generationen Y und Z an zukünftige Innenstädte und innerstädtische Anbieter?
- Wie unterscheiden sich die Bedürfnisse und Erwartungen der Generationen Y und Z?

Es ist wichtig die Bedürfnisse und Erwartungen diese Generationen zu verstehen, um entsprechende Angebote und Maßnahmen daraus abzuleiten. Je attraktiver die Angebote der Innenstadt für die Generationen sind, desto häufiger werden sie diese nutzen und die Besucherfrequenz in der Innenstadt erhöhen.