

Landesförderprogramm Innenstadt Impulse

Maßnahme: Innenstadtmarketing & Kommunikation

Beim Innenstadtmarketing geht es darum, die innerstädtischen Akteure an einen Tisch zu bringen, um gemeinsam für die Belebung des Stadtkerns zu sorgen und mehr Kaufkraft zu generieren. Dafür soll(en):

- Die Attraktivität der Innenstadt erhöht werden
- Kerne und Viertel belebt werden
- Neue Kundenströme in die (Innen-) Stadt gelockt werden
- Das Profil geschärft und nach außen hin kommuniziert werden
- Alle Akteure an einen Tisch gebracht werden
- Synergien hergestellt und Kooperationen initiiert werden
- Ein attraktiver Branchenmix entwickelt werden

Dabei geht es u. a. um folgende konkrete Maßnahmen:

- Straßenfeste
- kulturelle Events
- Verbesserung des örtlichen Einkaufsangebots
- Schaffung eines breiten Branchenmixes
- Steigerung der Besucherfrequenz
- Unterstützung für wirtschaftlich angeschlagene Unternehmen im Viertel
- Initiierung der Zusammenarbeit z. B. mit den politischen Gremien der Stadt
- Organisation des Verkehrs (z. B. des Lieferverkehrs)
- Gestaltung des öffentlichen Raumes (z. B. Bänke, Parkanlagen)
- gemeinsame Aktionen (z. B. einheitliche Weihnachtsbeleuchtung im Viertel)
- PR-Arbeit
- Schulung des Personals (z. B. in Richtung Kundenorientierung)
- Was können Akzeptanz- und Bürgerkommunikation flankierend leisten?

Im Mittelpunkt des Konzeptes sollen u.a. die nachfolgenden Themen näher betrachtet werden:

- Stadtgestaltung & Gestaltungsrichtlinien
- Corporate Design & Identity
- Marketingstrategie
- Kommunikationsstrategie und Bürgerbeteiligung
- Event & Kulturstrategie
- Kooperationen & Bürgerbeteiligung

Ziel dieses Konzeptes ist letztlich die Aufwertung der gesamten Innenstadt.