

EINBECK

Standort- und Quartiers- gemeinschaft Innenstadt - Stagein-Quartier



Fachwerk-Straße



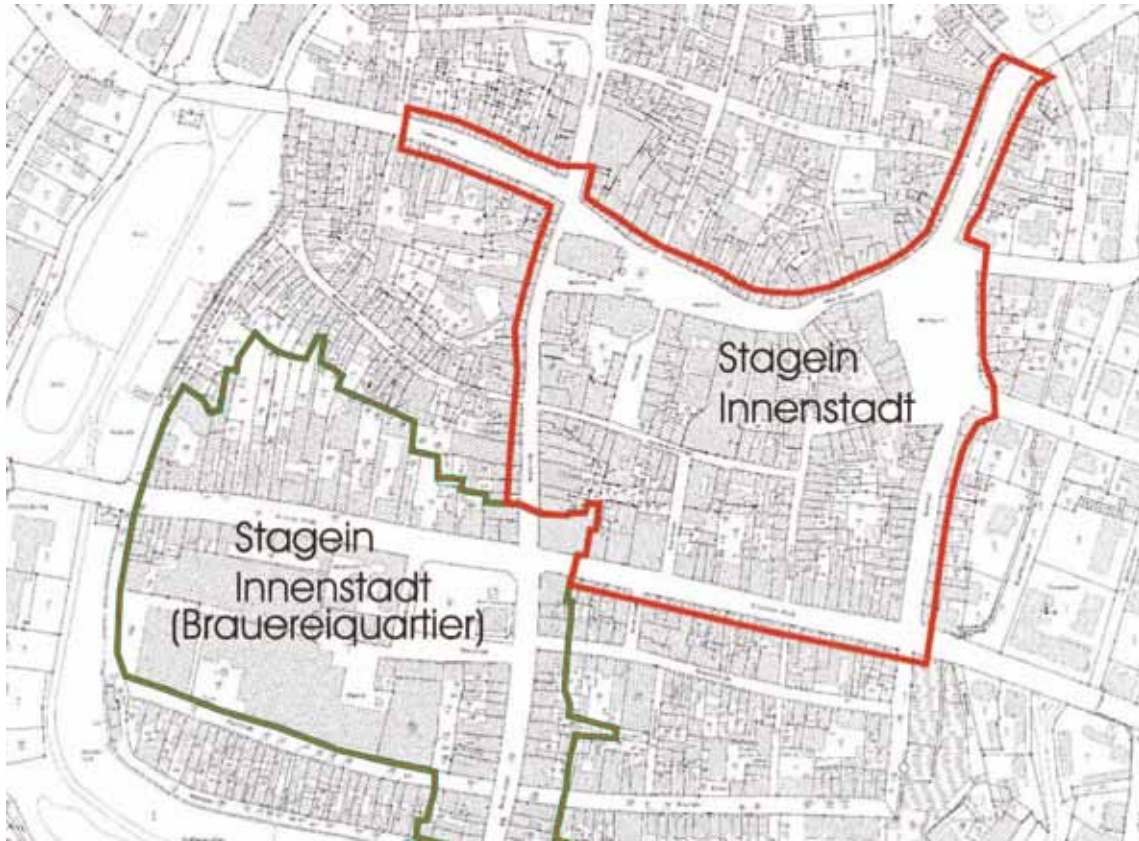
Marktplatz

PROJEKT

Ergänzend zum Einbecker „Brauerei-Quartier“ (QiN 2007) bestand das Hauptziel in der Schaffung einer ökonomisch und funktional stabilen Organisationsstruktur sowie einer harmonischen Innenstadtzone mit optimierter Aufenthaltsqualität für Einwohner und Touristen. Zwischen Tourismus-, Kultur- und Einkaufserlebnis sollte eine emotional geprägte, harmonische Verbindung entstehen.

Unter dem Titel „ProEinbeck“ startete eine Qualitäts- und Kompetenzoffensive des Einbecker Handels und der gastronomischen Betriebe. Als Kriterien dienen das Sortiment, die Warenpräsentation, die Architektur und Beleuchtung ebenso wie die Dienstleistungstiefe, die Kommunikation oder auch die Öffnungszeiten. Ziel war weiterhin die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie und die Ausprägung eines „Stadtbewusstseins“. Diese sollten sich klar auf die Stärken der Bier- und Fachwerkstadt gründen und alle ergänzenden innerstädtischen Bereiche einschließen.

Die in der Arbeitsgruppe gemeinsam definierten Zielvorgaben sind im Förderzeitraum August 2008 bis Juli 2009 erreicht worden. Die Ergebnisse der im März durchgeführten Mystery Checks wurden von den Mitgliedern der Standort- und Quartiersgemeinschaft ebenso positiv aufgenommen wie die im Rahmen der TMN-Seminare der „Tourismus Marketing Niedersachsen“ sowie durch die Unternehmensberatung „TeamScio“ vermittelten Impulse und konstruktiven Handlungsempfehlungen. Im April und im Mai 2009 nahmen insgesamt 39 Personen an den Service-Qualitäts-Seminaren erfolgreich teil.



Projektgebiet

QUARTIER

Das Einbecker Innenstadt-Quartier liegt inmitten der historischen Altstadt mit ihren zahlreichen prächtigen Fachwerkhäusern. Die große Mehrheit der Einzelhandelsgeschäfte wird durch Einzelinhaber geführt. Die Individualität dieser Geschäfte ließ in der Vergangenheit eine Konzeption und Umsetzung gemeinsamer Handlungsstrategien nur bedingt zu. Die Nutzung der öffentlichen Flächen vor den Geschäften ist willkürlich geprägt und besitzt wie die Stadtmöblierung großes Optimierungspotenzial. Wie beim Einzelhandel besteht auch bei der Gastronomie Handlungsbedarf in den Bereichen Öffnungszeiten, Außengestaltung, Servicequalität sowie Kommunikation.

AKTEURE

Das Projekt „ProEinbeck“ ist von einer Arbeitsgruppe entwickelt worden, deren Teilnehmerkreis sich aus Vertretern der Werbegemeinschaft Einbeck, der Initiative Einbeck, der Stadt Einbeck sowie des Einzelhandelsverbandes, der DEHOGA und des Einbecker Wochenmarktes zusammensetzt. Zu den privaten Unterstützern zählten unter anderem Einbecker Brauhaus AG, Sparkasse Einbeck, Stadtwerke Einbeck, Volksbank Einbeck sowie die Kommunikationsagentur connect. Weitere Einbecker Einzelpersonen und Geschäftsleute kamen hinzu.

Stadt

Stadttyp: Mittelzentrum

Landkreis: Northeim

27 700 EW

Gebiet

Größe [ha] 6,8

Bewohner: 1 407

Gewerbe: 245,

Eigentümer: 365

Finanzierung

Gesamtkosten: 61.511 €

bewilligte Förderung: 24.120 €

abgerufene Förderung: 24.120 €

Förderzeitraum

01.08.2008 - 31.07.2009

Rechtsform

keine

Der private Initiator und

Antragsteller ist der

eingetragene Verein

„Werbegemeinschaft

Einbeck e. V.“



Marke / Qualitätssiegel

HANDLUNGSFELDER

Nach dem Gewinn des Wettbewerbs hat sich die Arbeitsgruppe mit der konkreten Realisierung der zuvor erarbeiteten konzeptionellen Ansätze beschäftigt. Unter anderem wurde ein Corporate Design für die neue Kommunikationsoffensive entwickelt sowie der Claim „Unsere Stadt wird noch besser“ definiert. Die Sparkasse Einbeck hatte für die konkrete Umsetzung von Maßnahmen der Qualitätsoffensive ein Sonderkreditprogramm mit einem Gesamtvolumen von 2,5 Millionen Euro aufgelegt. Das ProEinbeck-Qualitätssiegel dokumentiert die Erzielung einer „Premium-Qualität“ als zertifiziertes „Platin-Mitglied“. Die Mitglieder der Standort- und Quartiersgemeinschaft entwickelten für die drei Bereiche „Handel“, „Gastronomie“ und „Verwaltung“ Leitbilder mit daraus abgeleiteten verbindlichen Handlungserklärungen. Diese neue Qualitätsstufe stellten die Akteure im Rahmen einer dreitägigen „City-Party“ in der Einbecker Innenstadt detailliert der Öffentlichkeit vor. In der Folge transportierten ProEinbeck-Gemeinschaftsanzeigen besondere Angebote des Handels. Eine von der Stadtjugendpflege initiierte Umfrage unter 100 Einbecker Jugendlichen mit Fokus auf den öffentlichen Raum ergab, dass für 55 Prozent das Thema „Sauberkeit in der Innenstadt“ besonders relevant war. Hier wurde von den Befragten auch eine zukünftige aktive Mitwirkung signalisiert, um die Aufenthaltsqualität für Besucher, Kunden und Einwohner nachhaltig zu erhöhen.

AUSBLICK

Nach Ablauf des Förderzeitraums wird das Projekt „ProEinbeck“ auch weiter mit Leben gefüllt werden. Im Rahmen der monatlich stattfindenden Treffen der teilnehmenden Unternehmen sind neue kreative Maßnahmen zu erarbeiten, die in die zu definierende Gesamtkommunikationsstrategie der Stadt Einbeck integriert werden.



Leitziele



Plakat „City-Party“

Kontakt

Heiko Jörns

1. Vorsitzender

Werbegemeinschaft

Einbeck e. V.

Tel.: 05561-2273

Fax: 05561-74562

info@weinhaus-bremeyer.de