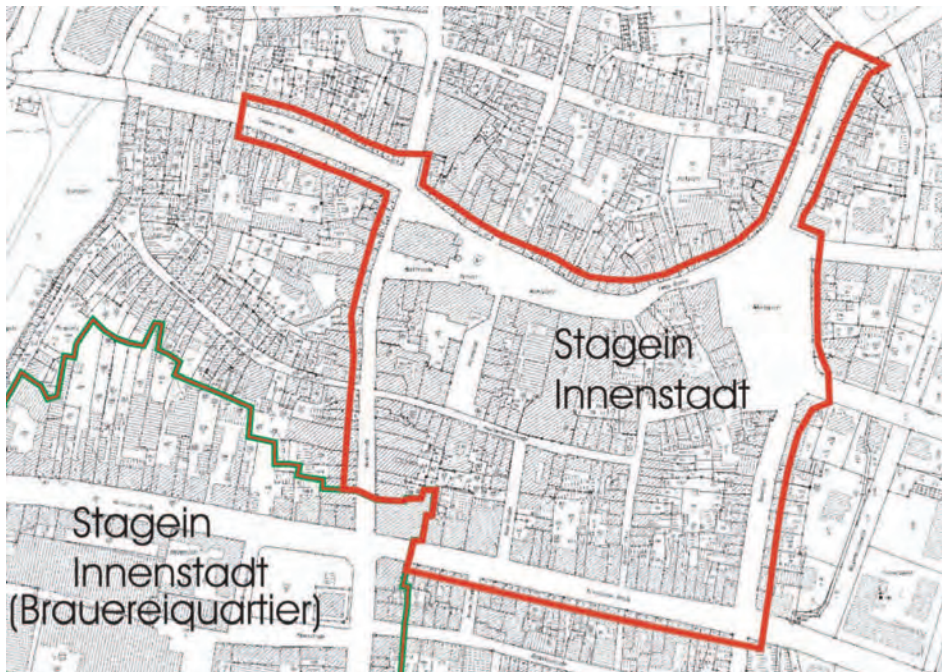


Standort- und Quartiersgemeinschaft Innenstadt (Stagein)

Modellprojekt: Einbeck

Stand: März 2009



Zentralörtliche
 Einordnung: Mittelzentrum
 Landkreis: Northeim
 Einwohnerzahl: 27.700

Gebietsgröße: 6,8 ha
 Bewohner: 1.407
 Gewerbe: 245, davon 134 Einzelhändler
 Eigentümer: 365
 Leerstände: 23

Projektbeschreibung

In Ergänzung zum bestehenden Einbecker Brauerei-Quartier ist das Hauptziel die Schaffung einer ökonomisch und funktional stabilen Organisationsstruktur sowie einer harmonischen Innenstadtzone mit optimierter Aufenthaltsqualität für Einwohner und Touristen. Zwischen Tourismus-, Kultur- und Einkaufserlebnis soll eine emotional geprägte, harmonische Verbindung entstehen. Unter dem Titel „ProEinbeck“ startet eine Qualitäts- und Kompetenz-offensive 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 ist darüber hinaus die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie und die Ausprägung eines „Stadt-bewusstseins“. Diese sollen sich klar auf die Stärken der Bier- und Fachwerkstadt gründen und alle ergänzenden innerstädtischen Bereiche einschließen.

Akteure

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

Charakteristik des Quartiers

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.



Vorgehensweise

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. Zwei Qualitätssiegel dokumentieren die aktive Teilnahme an dem QiN-Projekt bzw. die Erzielung einer „Premium-Qualität“ als zertifiziertes „Platin-Mitglied“. Für diese Zertifizierung durchlaufen die Teilnehmer Seminare, stellen sich Mystery-Checks und werden unternehmensberaterisch begleitet. Für die Durchführung hat die Arbeitsgruppe die Unternehmensberatung TEAMSCIO sowie die TMN Tourismus Marketing Niedersachsen beauftragt.



Mit der Zusendung eines Aktionsprospektes wurden die potenziellen Teilnehmer der Qualitätsoffensive zu einer

Kick-off-Veranstaltung in das historische Einbecker Rathaus eingeladen. Ziel war es, unter anderem mit einer multimedialen Video-Präsentation die Stärken der Stadt vor Augen zu führen und für die Teilnahme an „ProEinbeck“ zu motivieren. Als Referenten konnten Unternehmensberater Daniel Schnödt und Hochschullehrer Prof. Dr. Claudius A. Schmitz sowie Hartmut Schormann (Servicequalität Niedersachsen) gewonnen werden.

In den Monaten März, April und Mai 2009 werden die Maßnahmen umgesetzt. Darüber hinaus erfolgt eine Weiterentwicklung der Kommunikationsstrategie.



Rechtsform der Quartiersinitiative

Für die Privatinitiative wird keine eigene Rechtsform angestrebt. Der private Initiator und Antragsteller ist der eingetragene Verein „Werbegemeinschaft Einbeck“.

Finanzierung

Gesamtkosten des Projekts:	60.300 €
Stadt:	9.045 €
Private:	27.135 €
Land:	24.120 €

Kontakt

Siegfried Kappey, 1. Vorsitzender,
Werbegemeinschaft Einbeck e. V.
info@pro-einbeck.de