



Land Mecklenburg-Vorpommern
 Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit
 Mecklenburg-Vorpommern
 Geschäftsstelle Regionalbeirat
 Westmecklenburg
 Johannes-Stelling-Str. 14
 19053 Schwerin

Projektidee für die "Richtlinie zur Förderung von Strukturentwicklungsmaßnahmen"

Kurzbezeichnung/ Maßnahmetitel:

Citymanagement Hagenow - Maßnahmen zur Umsetzung des EHK und gegen die Folgen der Corona Pandemie

1. Projektträger

Firma / Name:

Stadt Hagenow

PLZ:

19230

Ort:

Hagenow

Straße, Hausnummer:

Lange Straße 28 - 32

Telefonnummer:

03883 623 157

Fax-Nummer:

E-Mail-Adresse:

r.masche@hagenow.de

Im Rahmen des Projektes sind zeichnungsberechtigt:

Gesetzliche/r Vertreter:

Name:

Möller

Hochgesandt

Vorname:

Thomas

Roland

Titel:

Bürgermeister

Kämmerer

Anrede:

Herr

Herr

Herr

Zeichnungsberechtigte/r

Name:

Möller

Hochgesandt

Vorname:

Thomas

Roland

Titel:

Bürgermeister

Kämmerer

Anrede:

Herr

Herr

Ansprechpartner:

Name:	Vorname:	Titel:	Anrede:
<input type="text" value="Masche"/>	<input type="text" value="Roland"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="Herr"/>

Telefonnummer:	Fax-Nummer:
<input type="text" value="03883623-157"/>	<input type="text"/>

Mobiltelefon:	E-Mail-Adresse:
<input type="text" value="015117957157"/>	<input type="text" value="r.masche@hagenow.de"/>

Rechtsform:	<input type="text" value="Körperschaft des öffentlichen Rechts"/>
-------------	---

2. Projektgegenstand

Anzahl der geplanten Mitarbeitenden:	davon in Vollzeit:	davon in Teilzeit:
<input type="text" value="1"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="1"/>

Anzahl der geplanten Mitarbeitenden, die zuvor beim Projektträger beschäftigt waren:	<input type="text" value="0"/>
--	--------------------------------

Beabsichtigter Verwendungszweck:

Aufbau eines Citymanagements zur Umsetzung von Maßnahmen aus dem in 2021 verabschiedeten Einzelhandelskonzept zu Belebung der Innenstadt und zur Abmilderung der Folgen aus der Corona Pandemie in Verbindung mit der Realisierung unserer Smart City Strategie.

Durchführungsort (e):

PLZ:	Ort:	Straße:
<input type="text" value="19230"/>	<input type="text" value="Hagenow"/>	<input type="text" value="Lange Straße"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Geplanter Maßnahmenzeitraum:	bis:	in Monaten
von:		
<input type="text" value="9/2021"/>	<input type="text" value="9/2022"/>	<input type="text" value="12"/>

3. Finanzierungsplan für Personalausgaben (Arbeitgeberbrutto)

	Betrag in Euro	v. H.-Satz
Gesamtfinanzierungsbedarf	29.981,25 €	
geplante Zuwendung	18.750,00 €	62,54%
Eigenmittel	11.231,25 €	37,46%
beantragte/bewilligte öffentliche Förderung (z.B. andere Bundes-, Landes- oder kommunale Mittel, Stiftung des öff. Rechts)	0,00 €	0,00%
Leistungen Dritter ohne öffentliche Förderung (z.B. Leistungen von Unternehmen, Stiftungen des privaten Rechts)	0,00 €	0,00%
Gesamtfinanzierung	29.981,25 €	100,00%

4. Fachliche Eignung des Projektträgers

Stellen Sie sich als Unternehmen/Projektträger kurz vor. Beschreiben Sie Ihre besonderen Kompetenzen/ Erfahrungen bezogen auf den Projektinhalt. Wodurch sind Sie befähigt, das Projekt zielführend umzusetzen?

Die Stelle wird bei der Wirtschaftsförderung angesiedelt, welche auch für die Umsetzung des Marketinkonzeptes der Stadt verantwortlich ist. Darin ist bereits als Leitprojekt die Schaffung einer Citymanagerstelle vorgesehen, welche nunmehr durch Corona eine besondere Dringlichkeit erfährt. Die Wirtschaftsförderung umfasst auch die Tourismusförderung und die Umsetzung der Smart City Strategie, so dass hier in Bezug auf das Citymanagement sinnvolle Synergien genutzt und Überschneidungen vermieden werden können. Ziel ist es, die Stelle nach einer 2. Förderung nachhaltig bei der Hagenow Information zu integrieren.

5. Weitere Unterlagen

5.1 Folgende Unterlagen sind der Projektidee beigefügt:

- Projektbeschreibung (Formblatt in Anlage 1)
- Personalausgabenberechnung (Formblatt in Anlage 2)
- Aufgabenbeschreibung/en mit Qualifikationsprofil/en (Formblatt in Anlage 3)
- Fachliche Stellungnahme/n zur Bescheinigung der Nachhaltigkeit der beabsichtigten Strukturentwicklungsmaßnahme
- ggf. Kooperationserklärung/en
- ggf. Drittmittelnachweis(e)
- Satzung bzw. Gesellschaftsvertrag
- Vereins- bzw. Handelsregisterauszug (nicht älter als 12 Monate)
- Arbeits- und Zeitplan (Formblatt in Anlage 4)

Ort, Datum

Firmenstempel und rechtsverbindliche Unterschrift/en
des Projektträgers, Name/n

Anlage 1

Projektbeschreibung

Stellen Sie Ihr Projekt anhand der folgenden Gliederungspunkte dar.

1. Situationsbeschreibung/Handlungsbedarf

Erläutern Sie nachvollziehbar die konkrete Ausgangssituation unter Berücksichtigung der Querschnittsziele „Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung“ sowie „Gleichstellung von Frauen und Männern“ und „Nachhaltige Entwicklung“. Belegen Sie dies mit qualitativen und quantitativen Angaben. Leiten Sie folgerichtig den Handlungsbedarf ab.

Hagenow als Mittelzentrum mit 12.500 Einwohnern nimmt eine überörtliche Funktion in der Versorgung des ländlichen Raumes ein. Das Nachfragepotential von Hagenow im Gebiet zwischen Zarrentin, Boizenburg und Lübtheen umfasst ca. 40.000 Einwohner mit einer leicht rückläufigen Bevölkerung bei steigendem Nachfragepotential von aktuell 206 € Mio. p.a. Obwohl sich die sozioökonomischen Strukturdaten für Hagenow insgesamt verbessert haben (Bevölkerungszuwachs seit 2011 + 6 %, Beschäftigtenzahl + 18 %, Einpendlerüberschuss 1.040 Personen), liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, das was der Bürger von seinem Einkommen im Einzelhandel ausgeben kann, mit 87,5 für die Stadt Hagenow unterhalb des Kreis- und Landesdurchschnittes. Eine Ursache ist der hohe Migrationsanteil in den Geschossbauten. Unter dem Ansatz der Wahrung gleicher Lebensverhältnisse muss das Einzelhandelsangebot Hagenows diese Einkommenschichten berücksichtigen. Im Stadtgebiet sind 100 Einzelhandelsbetriebe ansässig mit 31.120 m² Verkaufsfläche. Für diese wurde eine unterdurchschnittliche Flächenproduktivität von 2.358 €/m² und ein gesamtes Umsatzvolumen von 73,4 Mio.€ errechnet, was eine Abnahme von 5 Mio.€ gegenüber dem EHK von 2011 bedeutet.

Die Einzelhandelszentralität sank von 158 % auf 125 % innerhalb der letzten 10 Jahre. Dies ist Ausdruck eines Attraktivitätsverlustes des Einzelhandels aber auch des Verlustes von zentralen Einrichtungen mit überörtlichen Funktionen durch die Kreisgebietsreform. Hauptwettbewerbsstandorte sind Schwerin und Ludwigslust. Die größte Zentralität (Sogwirkung) im täglichen Bedarf hat der Lebensmitteleinzelhandel mit 154 %. Beim aperiodischen Bedarf sind es Baumarktartikel und Gartenbedarf mit 219 %. Diese Branchen müssen als "Ankerbetriebe" gepflegt werden. Schlusslichter im aperiodisch Bedarf sind Sportartikel, Fahrräder mit 31 %, Einrichtungsbedarf mit 46 %. Hier liegen Ansiedlungschancen. 75 % aller Einzelhandelsbetriebe sind max. 100 m² groß. Es fehlen große Einzelhändler mit Magnetfunktion. Auf diese fragile Struktur traf die Corona Pandemie mit ganzer Härte. Was zu einer deutlich erhöhten Kurzarbeit insbesondere unter Frauen und vereinzelt schon zu Geschäftsaufgaben führte. Eine Trendumkehr nach Abebben der Pandemie kann nur gelingen, wenn die Hagenower Innenstadt, als " Kleinod zwischen den Metropolen" für Gäste und Einwohner attraktiver wird.

2. Ziel des Projekts

Formulieren Sie, abgeleitet aus den o. g. Aussagen, das konkret erreichbare Ziel Ihres Projektes. Die Zielformulierung sollte sowohl Aussagen zu den angestrebten Projektergebnissen als auch zur räumlichen Ausrichtung und zu den mitwirkenden Partnern/-innen enthalten.

Das Projekt verfolgt vier Hauptziele denen eine Reihe von Unterzielen als Meilensteine und Maßnahmen zugeordnet sind.

1. Aufbau einer nachhaltigen Citymanagementstruktur, dessen Funktionalität unabhängig von einem hauptamtlichen Citymanagement gegeben ist. Das bedeutet Weiter - und Neuentwicklung von digitalen Managementtools vom Adressverteiler bis zum Flächen- und Leerstandsmanagement.
2. Sicherung des Einzelhandelbestandes durch Pflege der "Ankerbetriebe", Sichtbarmachung der Servicequalität der Inhaber geführten Geschäfte und Hilfestellung bei der Digitalisierung von deren Geschäften.
3. Erhöhung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes durch Nutzung der Ansiedlungspotentiale, Harmonisierung der Einkaufszeiten und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche.
4. Touristische Inwertsetzung der Innenstadt durch Fahrrad freundliche Gestaltung, Verbesserung der Gastronomie.

3. Umsetzung des Konzepts

Beschreiben Sie die grundlegende Projektstruktur, vorgesehenen Methoden und Instrumente. Wie ordnet sich das Projekt ggf. in einen Gesamtprozess ein? Planen Sie Kooperationen und Netzwerkaktivitäten? Nennen Sie die beteiligten Akteure. Erarbeiten Sie eine inhaltliche und zeitliche Projektstruktur zur Konkretisierung des Konzepts. Setzen Sie überprüfbare Meilensteine. Ein Muster des Arbeits- und Zeitplanes finden Sie unter Anlage 4. Erläutern Sie, in welcher Form eines oder mehrere Querschnittsziele des operationellen Programms im Projekt umgesetzt werden. Querschnittsziele des operationellen Programms sind: Gleichstellung von Frauen und Männern, Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung und die nachhaltige Entwicklung.

Das Projekt ist konzeptionell und strukturell eingebettet in das EHK, das Marketingkonzept der Stadt, Entwicklung Hagenows zu einem kulturellen Kleinord, dem interkommunalen Tourismuskonzept S³, Entwicklung der Region für Gäste der Zielgruppen Familien und Genießer; mit dem Management der TAG ist eine Kooperationsvereinbarung geschlossen und der Smart City Strategie der Stadt in Form der digitalen Serviceoffensive. Alle diese Konzepte und Strategien tragen den Querschnittszielen des operationellen Programms Rechnung einschließlich Lösungsansätze zur Barrierefreiheit.

Die grundsätzliche Projektstruktur besteht aus Maßnahmeblöcken, welche den Hauptzielen zugeordnet sind.

1. Zur nachhaltigen Entwicklung von Citymanagementstrukturen gehören neben den unter den Zielen bereits genannten Maßnahmen der Aufbau eines Monitoringsystems, als Querschnittsthema aus dem Tourismus, eine Gäste/Innstadtbesucherbefragung und die Wiederbelebung des City -vereins der Gewerbetreibenden.

2. Die Bestandssicherung beginnt mit einem Dialog mit den Händlern und Gastronomen über die Ergebnisse des neuen Einzelhandelskonzepts der Umsetzungsfähigkeit und Priorisierung der abgeleiteten Maßnahmen mit dem Ziel einer beständigen Vernetzung mit den positiven "Treibern" am Standort.

3. Die Erhöhung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes ist neben einer Erweiterung des Angebotes auch auf die Verbesserung der Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen ausgerichtet. Hier treffen sich modernes Stadtmobiliar, Energieeffizienz (Beleuchtung) und digitale Infrastruktur (W-Lan) als Querschnittsthema aus der Smart City Strategie. Generationsübergreifender und barrierefreier Zugang sind wichtige Teilaspekte.

4. Die Touristische Inwertsetzung aus Sicht des Citymanagements beinhaltet auch die Kreation von zumindest regional wahrnehmbaren Veranstaltungsvormaten bis hin zu städtebaulichen Maßnahmen zur Verbesserung des Stadtbildes, wie zum Beispiel der Umgang mit Sondernutzungen und Schrottimmobilien.

Der*ie Citymanager*in wird Gästestatus im Wirtschaftsförderausschuss, im Bau- und Stadtentwicklungsausschuss sowie in der AG Digitalisierung erhalten, um Querschnittsthemen adressieren zu können.

Wobei die Blöcke 3 und 4 in einem Folgeantrag 9/22 bis 9/23 abgearbeitet werden sollen.

4. Struktureffekte

Beschreiben Sie, inwieweit das Projekt zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft sowie zur Schaffung und Sicherung von dauerhaften Arbeitsplätzen auf dem ersten Arbeitsmarkt beiträgt. Führen Sie aus, mit welchen Indikatoren sich die Struktureffekte messen lassen.

Die Struktureffekte werden vielfältig sein. Neben dem Erhalt und der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen insb. für Frauen im Einzelhandel soll der Rückgang der Einzelhandelszentralität von Hagenow gestoppt und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes mindestens erhalten werden.

Durch eine bewusste Digitalisierung von Geschäftsmodellen soll die Resilienz des Standortes gegen zukünftige Pandemien erhöht werden.

Durch Neuansiedlung und Zwischennutzung von leerstehenden Läden soll das Stadtbild verbessert und dadurch die Verweildauer von Besuchern erhöht werden. Durch eine stärkere Einbeziehung der Werksverkäufe soll das wirtschaftliche Leistungspotential des Standortes besser sichtbar gemacht und Besuchern Impulse für mögliche Berufs- und Karrierechancen in Hagenow gegeben werden.

Hagenow verfügt mit der Wildverarbeitung Spingler über hervorragende Rohprodukte für eine höherklassige Gastronomie. Eine Verbreiterung des gastronomischen Angebotes auf dieser Basis brächte strukturelle Effekte bzgl. Besucheranzahl und Ausgabeverhalten in der Innenstadt.

5. Finanzierung

Stellen Sie kurz das Finanzierungskonzept dar. Wie hoch ist die Eigenbeteiligung und aus welchen Mitteln wird sie aufgebracht? Ist die Einbindung von Drittmitteln vorgesehen? Benennen Sie die Höhe der Sachausgaben, untersetzen Sie diese und stellen Sie die Finanzierungsquellen dar. Geben Sie die Höhe des monatlichen Arbeitnehmerbruttos an.

Finanziert werden sollen anteilig die Personalkosten. Die Sachkosten des Arbeitsplatzes einschließlich für Netzwerkarbeit werden durch die Stadt getragen. Der 37,5%-ige Eigenanteil der Stadt an den Personalkosten soll anteilig noch durch Eigenbeiträge der Händler idealer Weise hälftig reduziert werden. Ziel ist es, durch das finanzielle Engagement der Händler die Ergebniswirksamkeit des Projektes zu erhöhen.

Anlage 2

Personalausgabenberechnung

Bitte pro geplantem Projektmitarbeitenden eine Anlage ausfüllen.

Name Projektmitarbeitender (sofern bekannt):	n.n
Stellenbezeichnung:	Citymanager*in
beim Projektträger beschäftigt seit:	n.n
geplante Beschäftigung (Stunden pro Woche):	30
AN-Brutto/Jahr:	22.500 €
Sonderzahlungen/Jahr:	1.875,00 €
23%-Pauschale AG-Anteil SV/BG/Umlagen:	5.606,25 €
AG-Brutto / Jahr:	29.981,25 €

Personalausgabenberechnung für weiteren Mitarbeiter hinzufügen

Anlage 3

Aufgabenbeschreibung

Stellenbezeichnung:	Monatliches AN-Brutto bezogen auf Vollzeittätigkeit:
Citymanager*in	2.500,00

Aufgaben:

Aufgaben:	Zeitanteile in %
Aufbau eines Partnernetzwerkes	20
Vervollkommnung des Flächen- und Leerstandsmanagements	5
Unterstützung der Händler und Innenstadtakteure bei der Digitalisierung ihres Geschäftes	20
Erarbeitung und Umsetzung einer Serviceoffensive für den Handel	20
Entwicklung und Umsetzung von Veranstaltungsformaten	20
Tätigkeiten zur Sicherung des Standortes	15

Qualifikationsanforderungen

Projektmitarbeiter vorhanden: ja nein

Berufliche Qualifikationen:

(Machen Sie Angaben zu den erforderlichen Qualifikationen - erforderliche Qualifikationsebene, erforderliche Branchenkenntnisse, Berufserfahrungen im Projektfeld, soziale und sonstige Kompetenzen)

fundierte Kenntnisse/Erfahrungen im Stadtmarketing und in der Standortentwicklung idealer Weise mit regionalem Bezug oder Teilerfahrungen im Tourismusmanagement und im Marketing mit digitalen Medien

- praxisorientiertes, überwiegend selbstständiges Arbeiten
- Erfahrungen im Projektmanagement
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten
- ganzheitliches Denken horizontaler und vertikaler Art
- Ideenreichtum und Kreativität
- Begeisterungsfähigkeit und Motivationstalent
- Talent zum Organisieren und Netzwerken
- Integrations- und Teamfähigkeit
- kaufmännisches Denken und Handeln
- ausgeprägte Affinität zu digitalen Anwendungen im Stadtmarketing
- Belastbar, flexibel, Bereitschaft Termine, Veranstaltungen abends und am Wochenende zu begleiten
- Englischkenntnisse sind erwünscht

Aufgabenbeschreibung für weiteren Mitarbeiter hinzufügen

Anlage 4

Arbeits- und Zeitplan

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Einstellung eines*r Citymanager*in	Ausschreibung der Stelle	Juni 2021
	Bewerbungsverfahren	Juli/August 2021
	Anstellung	September 2021
	Präzisierung des Arbeits- und Zeitplanes	September 2021
Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe		Datum
Präzisiertes mit Wirtschaftsförderung und Fördermittelgeber abgestimmter Arbeits- und Zeitplan		30.9.2021

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Aufbau eines Partnernetzwerkes	Gewinnung von Projektpartnern (LOI Unterzeichner) und weiterer Innenstadtakteure	10/21 bis 9/22
	Durchführung einer Auftaktveranstaltung mit Vertretern aller wichtigen Akteursgruppen, Vorstellung des EHK und der Handlungsfelder des Projektes, Präzisierung und Identifizierung von Maßnahmen	bis spätestens 12/21
	Bildung von Themengruppen unter Hinzuziehung weiterer Erfahrungsträger (IHK; Tourismusverband)	bis 1/22
	interkommunaler Erfahrungsaustausch	vierteljährlich
Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe		Datum
Gewinnung von 10 aktiven Projektunterstützern		1/21
Bildung von 2 Arbeitsgruppen zu den Themen Digitalisierung und Serviceoffensive		1/21
Gewinnung von mind. weiteren 10 Projektpartnern		3/21

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Vervollkommnung des Flächen- und Leerstandsmanagements	Datenübernahme aus Wifö, Aufbau eines geeigneten EDV gestützten Monitoringsystems	12/21

	Leerstandsmonitoring	lfd.
	Austausch mit Eigentümern/Vermietern über Nutzungsalternativen	lfd.
	Ansiedlungsakquisition und Unterstützung der neuen Marktteilnehmer	lfd.
Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe		Datum
Vorlage aktueller Zahlen zur Leerstandsquote		3. und 9. 2022

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Unterstützung der Händler und Innenstadtakteure bei der Digitalisierung ihres Geschäftes	Bestandsaufnahme der Hagenower onlineshops und der digitalen Auffindbarkeit der Gewerbetreibenden	bis 1/2022
	Unterstützung der Gewerbetreibenden beim Aufbau von Onlineshops und des digitalen Marketings	lfd.
	zielgerichtete Suche nach digitalen Potentialen und Anwendungsfeldern, wie. z.B. Card Modelle, Gutscheinsysteme und Auswahl in der AG	bis 5/2022
	Diskussion der ausgewählten Maßnahmen mit den Händlern und einzubeziehenden Akteuren, Suche und Bestimmung von digitalen "Vorreitern"	bis 9/ 2022
Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe		Datum
Berichterstattung vor Wirtschaftsförderausschuss zum Stand Digitalisierung der Innenstadtakteure		1/2022
Maßnahmeplan zur weiteren digitalen Anwendungen zur Erhöhung der Resillienz der Händler und Gewerbetreibenden und zur Stabilisierung von deren Geschäftsmodellen		8/2022

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Erarbeitung und Umsetzung einer Serviceoffensive für den Handel	Bestandserfassung von Serviceangeboten insb. der inhabergeführten Ladenlokale	bis 1/22
	zielgerichtete Suche nach weiteren Potentialen , Erarbeitung einer Marketingstrategie für den Kundenservice im Rahmen der AG	bis 5/22
	Abstimmung von gemeinsamen Kernöffnungszeiten und Samstagsshopping	lfd.
	Umsetzung des Servicemarketings	bis 9 /2022

Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe	Datum
Berichterstattung vor Wirtschaftsförderausschuss zum Stand der Serviceangebote der Innenstadtakteure, insb. der Händler	1/2022
Vorstellung Marketingstrategie "Serviceoffensive" Innenstadt vor dem Wirtschaftsförderausschuss	5/2022
Berichterstattung vor Wirtschaftsförderausschuss zum Stand der Umsetzung des Servicemarketings	9/2022

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Entwicklung und Umsetzung von Veranstaltungsformaten	Marktrecherche zu erfolgreichen regionalen Innenstadtevents von Städten vergleichbarer Größenordnung	bis 12/21
	Aufbau einer Akteurslandschaft aus Händlern, Gastronomen, Schaustellern und Künstlern für innerstädtische Veransaltungsformate	lfd.
	Konzeption von mind. zwei zusätzlichen Veranstaltungen neben Weihnachtsmarkt und Altstadtfest	bis 6 /2022.
	Durchführung mind.eines Innenstadtevents	9/2022

Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe	Datum
Vorstellung der Ergebnisse der Marktrecherche vor Wirtschaftsförderausschuss zu Innenstadtevents	1/2022
Vorstellung der Veranstaltungskonzeptionen bei den verantw. Verwaltungsmitarbeitern	6/2022
verantw. Durchführung einer Veranstaltung	9/2022

Arbeitsetappe / Teilziel	Geplante Aktivitäten zur Zielerreichung	Zeitplan
Tätigkeiten zur Sicherung des Standortes	Pflege des Wochenmarktes, Verbreiterung des Angebotes, verbessertes Marketing	lfd.
	Einbeziehung der Fabrikverkäufe in die innerstädtischen Vermarktungsaktivitäten	lfd.
	Fortführung der Kampagne "Raum für Ideen" zur Zwischennutzung von leerstehenden Ladenlokalen	lfd.
	Verbesserung des gastronomischen Angebotes	lfd.

Meilenstein / Indikator zur Arbeitsetappe	Datum
Dokumentation der Ergebnisse zum Projektabschluss Stufe 1	9/2022