



Quelle: Stadt Lohr

Stadt Lohr a.Main Etablierung Citymanagement

Vorstellung des aktuellen Projektstandes und Maßnahmenübersicht 2021

Stand März 2021

Simone Neubauer (Citymanagement, Stadt Lohr a.Main)
Eva-Maria Jörg (imakomm AKADEMIE)

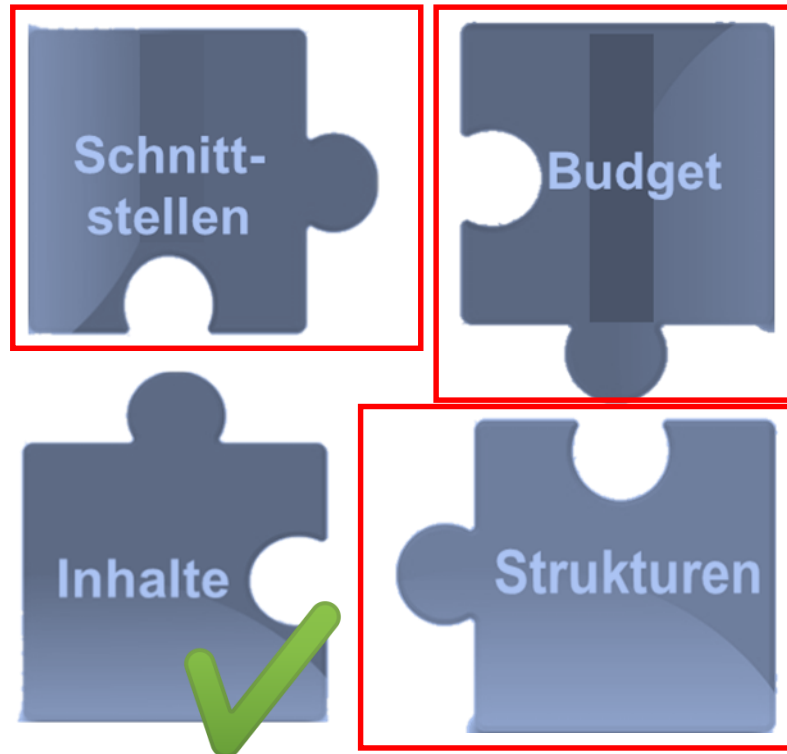
Agenda

1. Projektstand
2. Übersicht: Zukunftsaufgaben und Maßnahmenplan
3. Maßnahmen: In Umsetzung
4. Ausblick: Strukturen

Anhang: Weitere Maßnahmen (2021)

1. Vorstellung: Projektstand

Fokus 2021



2. Übersicht (1): Zukunftsaufgaben

| Vision | Eine unverwechselbare und lebendige (Innen-)Stadt Lohr a.Main für alle | | | |
|--|--|---|---|--|
| Zukunftsaufgaben | Netzwerkarbeit | | | |
| | A: Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt | B: Strategisches Leerstandsmanagement | C: Attraktive Besucherlenkung | D: Gemeinsame Vermarktung der Innenstadt |
| Zentrale Erkenntnisse aus der Analyse (Auswahl) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt mit vielen Potenzialen, die zu wenig genutzt werden ▪ fehlende Aufenthaltsqualität und Mangel an spürbaren Verbindungen ▪ Zielgruppenspezifischer Aufbau von Besuchsgründen notwendig ▪ breites Veranstaltungsangebot mit Angebotslücken für junge Erwachsene und Familien | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagenarbeit notwendig (ganzheitliche Erfassung, Aufbau Datenbanken und Verteiler) ▪ Zunahme von Leerständen v.a. in 1B-Lagen (v.a. kleinteiliger Gebäudebesatz) ▪ prominente Leerstände in 1A-Lagen ▪ drohende Verschärfung durch Corona-Pandemie | <ul style="list-style-type: none"> ▪ das bisherige Leitsystem ist uneinheitlich und stiftet Verwirrung ▪ positive Effekte durch die „kurzen Wege“ sind zu wenig wahrnehmbar ▪ die Stadteingänge und zentralen Ankunftsstellen (u.a. Mainländer) weisen Gestaltungsdefizite auf ▪ Parksuchverkehr entsteht durch ein unzureichendes Parkleitsystem | <ul style="list-style-type: none"> ▪ positive Ansätze vorhanden, jedoch fehlt Vermarktung „aus einem Guss“ ▪ bislang erfolgt keine klare Positionierung, unterschiedliche Slogans und Logos im Umlauf ▪ großes, noch nicht ausgeschöpftes Potenzial durch „Schneewittchen“ ▪ kaum sichtbare Wettbewerbsvorteile gegenüber Kommunen im Umland |

2. Übersicht (2): Maßnahmensystematik

Kernmaßnahmen:

- strategisch bedeutsame Maßnahmen zur Zielerreichung
- Umsetzungszeitraum eher mittel- bis langfristig
- meist größerer Koordinations- und Finanzaufwand

Sofortmaßnahmen:

- kurzfristig umsetzbare Maßnahmen
- mit sichtbarem, öffentlichkeitswirksamem Effekt
- meist geringer finanzieller Aufwand

Weitere wichtige Maßnahmen:

- dienen als „Ideenpool“
- können auch angepasst / durch andere Maßnahmen ausgetauscht werden

2. Übersicht (3): Maßnahmenplan

Fokus 2021*

| Vision | Eine unverwechselbare und lebendige (Innen-)Stadt Lohr a.Main für alle | | | |
|-----------------------------------|--|--|---|--|
| Zukunfts- aufgaben | Netzwerkarbeit | | | |
| | A: Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt | B: Strategisches Leerstands- management | C: Attraktive Besucherlenkung | D: Gemeinsame Vermarktung der Innenstadt |
| Kern- maßnahmen | A1 Schaffung eines verbindenden Elements in der Innenstadt | B1 Aufbau erster Kommunikations- maßnahmen | C1 Gestalterische Aufwertung von (Innen-) Stadeingängen und Wegeverbindungen | D1 Markenbildungsprozess |
| | A2 Familienfreundliche Innenstadt | B2 Aufbau gezielter Vertriebs- maßnahmen | C2 Besucherleitsysteme | D2 Einheitliche und aktive Kommunikation und Zielgruppenansprache |
| Sofort- maßnahmen | A3 Evaluation / Optimierung von Veranstaltungen | B3 Schneewittchen lesen | C3 Anbindung Brauereiareal | D3 Lohrladen |
| | A4 Lohrer-Liebblingsplätze (Pop-up-Plätze) | B4 Leerstands-Schaufenster- Offensive | C4 Digitale Wegeführung | D4 Preis für Jugendliteraturfestival |
| | A5 Verfügungsfond | B5 Pop-Up-Store | ... | D5 Mainlokalshop |
| | A6 Neuaufgabe Weihnachtsmarkt | B6 Lohrer Starthilfe (Arbeitstitel) | ... | ... |
| Weitere wichtige Maßnahmen | | | | |

3. Maßnahmen: In Umsetzung

24.03.21

Querschnittsthema Netzwerkarbeit N1. Etablierung Netzwerkfrühstück

Beschreibung:

- In lockerer Atmosphäre und bei einer Tasse Kaffee/Tee werden die Unternehmen vor Ort über die **aktuellen Entwicklungen informiert, Beteiligungsmöglichkeiten werden dargestellt** und geplante Aktionen diskutiert.
- Die **Vernetzung** der Unternehmen vor Ort wird weiter angeregt.
- Aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie findet das **erste Lohrer Business-Frühstück digital** statt.

Erhoffte Effekte:

- **Aktivierung von Akteur:innen** u.a. durch Information über Beteiligungsmöglichkeiten
- **Aufnahme und Diskussion** von Anliegen, Wünschen, Anregungen und Kritik
- Ausbau der **Vernetzung** vor Ort

Unternehmer-Frühstück



Beispiel: Weil der Stadt
ca. 19.100 EW
Quelle: www.weil-der-stadt.de



Beispiel: Bregenz
ca. 29.500 EW
Quelle: www.bregenz.de

3. Maßnahmen: In Umsetzung

In
Planung

Querschnittsthema Netzwerkarbeit N3. Gutscheinheft für (junge) Fachkräfte

Beschreibung:

- In Kooperation mit der Firma Bosch Rexroth wird ein **Gutscheinheft für (junge) Fachkräfte** entwickelt, das Vorteile und Rabatte für verschiedene Angebote und Einrichtungen in Lohr a. Main bereithält
- Das Gutscheinheft wird in einem **neutralen Layout** erstellt
- Alle **Lohrer Unternehmen können sich beteiligen**: jedes Unternehmen kann die eigenen Angebote (soweit passend) präsentieren und das Gutscheinheft an die eigenen (jungen) Fachkräfte verteilen

Erhoffte Effekte:

- **Vielfältiges Freizeitangebot in Lohr** kompakt präsentieren und damit die Stadt für (junge) Fachkräfte **attraktiver machen**
- Instrument zur **Fachkräftegewinnung und -bindung**
- Ausbau der **Vernetzung** vor Ort
- **Kaufkraft** in Lohr binden



Beispiel: Eberswalde

ca. 41.331 EW

Quelle: www.bernau-live.de / Foto: Stadt Eberswalde

3. Maßnahmen: In Umsetzung

In Planung

Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt A4. „Lohrer Lieblingsplätze“ (Pop-Up-Plätze)

Beschreibung:

- **Aufbau von temporären Besuchsründen** (z.B. durch Stadtmobiliar, Spielmöglichkeiten, kleine Konzerte, Bewirtung,...) an unterschiedlichen, wechselnden Plätzen in der Stadt.
- Flexible Planung, kurzfristige Umsetzung (abhängig von der Pandemieentwicklung)

Erhoffte Effekte:

- Angebot für **verschiedene Zielgruppen** (jung bis alt)
- **Sichtbarmachen der „Vorzüge“** von Lohr a. Main
- Erhöhung der **Aufenthaltsqualität in der Innenstadt**
- Gemeinsame Aktion, Einbeziehung von privaten Akteuren



Beispiel: Peine
ca. 49.200 EW
Quelle: www.goslar.de



Beispiel: Weil der Stadt
ca. 19.000 Einwohner
Quelle: Leonberger Kreiszeitung

3. Maßnahmen: In Umsetzung

Landing
-page
03/21

Strategisches Leerstandsmanagement B1. Aufbau erster Kommunikationsmaßnahmen

Beschreibung:

- **Einheitliche Aufnahme** von Leerständen / Ziel: eine gepflegte Datenbank
- **Direktes Zugehen** der Stadt auf die Eigentümer (telefonisch oder per Brief)
- Erstellung einer zentralen **Landingpage** „**Leerstandsmanagement**“ mit Leerstandsbörse
- Erstellung einer kurzen und prägnanten **Standortbroschüre** (print, digital / ggf. nach Zielgruppen)

Erhoffte Effekte:

- **Aktivierung der Immobilieneigentümer:innen** durch Informationen und aktive Einbindung
- **Zusammenbringen** von Eigentümer:innen und potenziellen Nachnutzer:innen
- **Aktive Unterstützung** von Flächenanbieter:innen und Nachfrager:innen

OBERNDORFER POTENTIAL

Immobilienangebote **Kernbereiche**

Verfügbare Immobilien und Ladenflächen

Hier finden Sie aktuell verfügbare Laden- und Geschäftsräume sowie gewerbliche Immobilienangebote. Anbieter haben für Sie umfangreiche Informationen, Daten, Bilder und Unterlagen ihrer Objekte zu einem passenden Objekt für Sie dabei ist. Bei weiteren Fragen rund um Firmengründung, Mietverträge stehen Ihnen die Experten der Stadt Oberndorf gerne zur Verfügung.

Sortieren nach



Beispiel: Oberndorf
ca. 14.600 EW

Quelle: www.oberndorfer-potential.de

Innenstadtleben: Leerstandsmanager in Helmbrechts braucht Geduld

Beispiel: Helmbrechts
(ca. 8.400 EW)

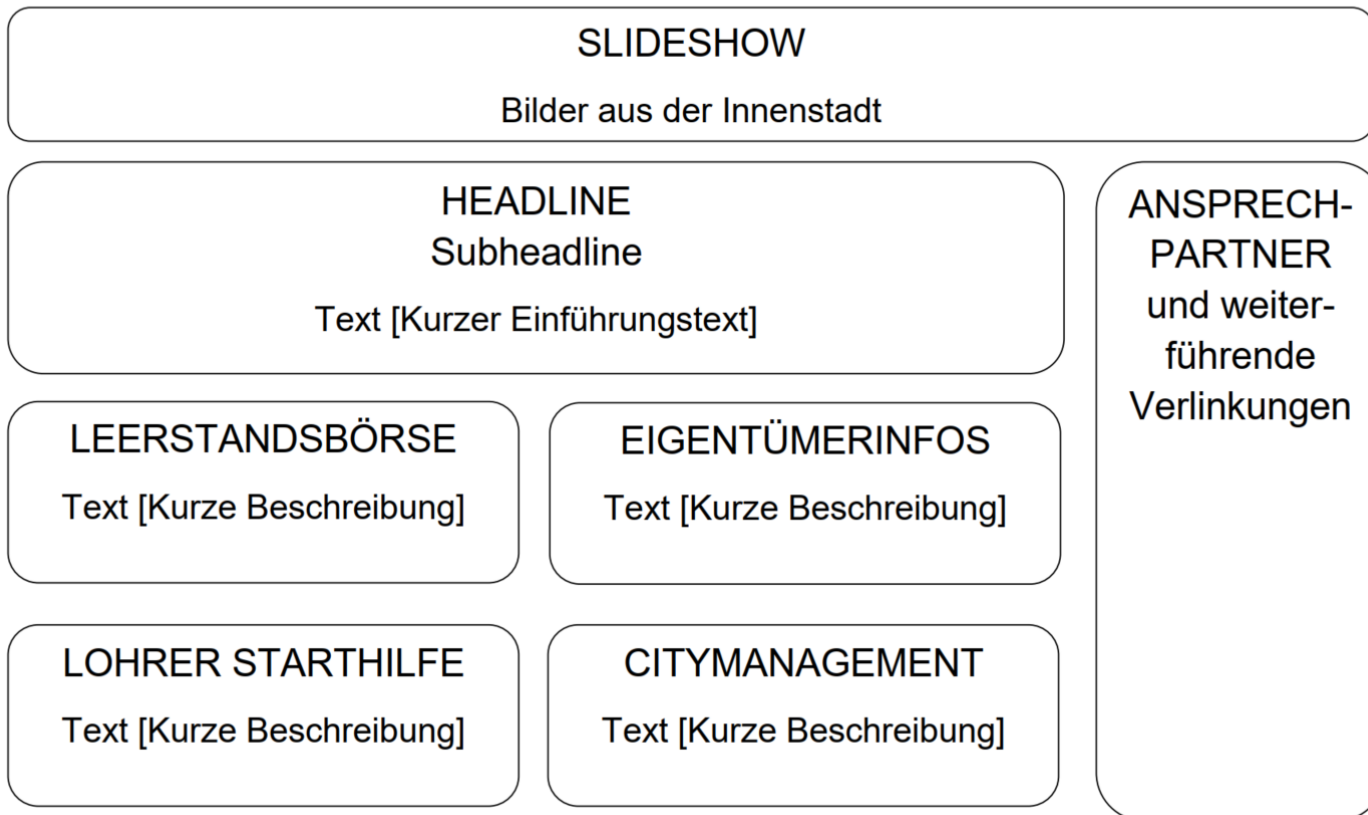
Quelle: www.br.de

3. Maßnahmen: In Umsetzung

B1. Entwurf: Landingpage Leerstand

Lohr: Etablierung Citymanagement – Maßnahmenübersicht (Fokus 2021)

B1 Aufbau erster Kommunikationsmaßnahmen



3. Maßnahmen: In Umsetzung

Strategisches Leerstandsmanagement B4. Leerstands-Schaufenster-Offensive

Beschreibung:

- Eine einheitliche Kennzeichnung von Leerständen wird durch die „**Leerstands-Schaufenster-Offensive**“ angeregt. In einem einheitlichen Design und versehen mit einem Spruch, der im Gedächtnis bleibt, werden die leerstehenden Gewerbeflächen in der Lohrer Innenstadt zukünftig vermarktet. Hierbei wird das Schneewittchen-Thema aufgegriffen und modern interpretiert.

Erhoffte Effekte:

- **Einheitliche Kennzeichnung** von Leerständen
- **Optische Aufwertung** von Leerständen
- **Interesse** an Ladenflächen wecken
- **Unkomplizierte Kontaktaufnahme** mit den Eigentümer:innen/Makler:innen und dem Citymanagement ermöglichen
- **Reduzierung der Leerstände** in der Innenstadt

In
den
Start-
löchern



Beispiel: Marburg
ca. 81.200 EW
Quelle: www.publicmarketing.eu

3. Maßnahmen: In Umsetzung

B4. Erster Entwurf: „Leerstands-Schaufenster-Offensive“



Foto: Adobe Stock

3. Maßnahmen: In Umsetzung

B4. Erster Entwurf: „Leerstands-Schaufenster-Offensive“



3. Maßnahmen: In Umsetzung

B4. Erster Entwurf: „Leerstands-Schaufenster-Offensive“


Lohr a.Main
...einfach märchenhaft!

Es war einmal ...

EINE FREIE GEWERBEIMMOBILIE!

Interesse am Objekt?
 Nimm Kontakt
 zum Vermieter auf:
Telefon: 09352 12 34 56
E-Mail: muster@muster.de


 Noch Fragen? Melde Dich beim
 Citymanagement der Stadt Lohr a.Main!
 Telefon: 09352 848 321
 E-Mail: citymanagement@lohr.de

4. Ausblick: Strukturen



Eine umfassende Analyse bestehender Strukturen ist größtenteils bereits erfolgt, in einem nächsten Schritt soll gemeinsam mit allen relevanten Akteur:innen ein Modell erarbeitet werden. Strukturworkshops sind bereits geplant.

Ziele:

- **Entwicklung** eines Strukturmodells zur Umsetzung der Zukunftsaufgaben des „Citymanagement+“ in Lohr
- **Verabschiedung eines** Grundmodells: Unsere Lösung für ein effektives und effizientes künftiges Citymanagement+
- **Verabschiedung:** Leitlinien der Zusammenarbeit: Expertise der imakomm und gemeinsame Weiterentwicklung

Danach:

- Erarbeitung Details des Grundmodells bis zur Umsetzungsreife, ebenfalls durch Wechsel aus Expertise und Beteiligungsformaten

Anhang

Weitere Maßnahmen (2021)

Weitere Maßnahmen (2021)

Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt

A1. Schaffung eines verbindenden Elements in der Innenstadt

Beschreibung:

- Ein häufiger Fehler vieler (Innen-)Stadtkonzepte: Auf Basis von Stärken-Schwächen-Analysen werden Handlungsprogramme abgearbeitet. Viele Städte sind „erreichbar“, haben „tolle Events“ und „bieten Service“. **Deshalb gilt es, schwer imitierbare Themen, die Lohr einzigartig machen, herauszustellen**

Erhoffte Effekte:

- **Attraktivierung der Lohrer Innenstadt durch Erhöhung der Aufenthaltsqualität** und Aufbau eines individuellen „Erlebnisfaktors“ für Jung und Alt („mehr als nur Einkaufen“)
- **Verstärkung der Wahrnehmung** Lohrs als „Schneewittchenstadt“
- Beitrag zu einer **intelligenten Besucherlenkung**



Beispiel: Breslau
ca. 642.900 EW
Quelle: www.wanowski.de

Weitere Maßnahmen (2021)

Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt A2. Familienfreundliche Innenstadt

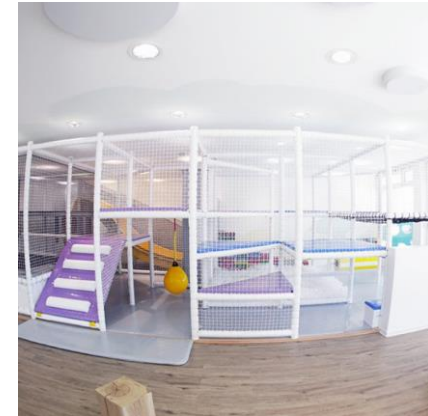
Beschreibung:

Die **Erhöhung der Familienfreundlichkeit** der Innenstadt ist von großer Bedeutung für die zukünftige Steigerung der Attraktivität der Stadt, insbesondere für Familien mit Kindern. Dabei sind unter anderem **folgende Aspekte zu prüfen:**

- Wasser als Element auf den öffentlichen Plätzen
- Punktuelle Installation von Spielgeräten im gesamten Innenstadtbereich, insbesondere an bisher wenig frequentierten Standorten
- Ausbau der Angebote im Rahmen des Leerstandsmanagements (z.B. Indoorspielplatz,...)

Erhoffte Effekte:

- **Attraktivierung der Lohrer Innenstadt** durch Erhöhung der Aufenthaltsqualität insbesondere für (junge) Familien
- **Steigerung der Frequenz**



Beispiel: Leinfelden-Echterdingen
ca. 37.000 EW

Quelle: www.bambillicious.de



Beispiel: Göppingen
ca. 250.000 EW

Quelle: www.stuttgarter-zeitung.de

Weitere Maßnahmen (2021)

Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt A5. Verfügungsfond

In Prüfung

Beschreibung:

- Im Rahmen des Bund-Länder-Städtebauförderungsprogramms „Aktive Zentren“ ist ein Verfügungsfonds einzurichten/fortzuführen. Der Fonds hat zum Ziel eine stärkere Beteiligung der privaten Akteure zu fördern. Deshalb werden die von privaten Akteuren zur Verfügung gestellten Mittel durch die öffentliche Hand jeweils verdoppelt.

Erhoffte Effekte:

- **Stärkung des Altstadtbereichs**
- **Aktivierung von privatem Kapital**
- **Motivation** für eigenverantwortliches Handeln



Beispiel: Bamberg
ca. 77.600 EW
Quelle: www.staedtebaufoerderung.info



Beispiel: Heppenheim
ca. 26.100 EW
Quelle: www.nachhaltige-stadtentwicklung-hessen.de

Weitere Maßnahmen (2021)

Aufwertung Gesamterlebnis Innenstadt A6. Neuauflage Weihnachtsmarkt 2021

Beschreibung:

- Der Lohrer Weihnachtsmarkt ist ein beliebtes Event, das jedoch noch zu wenig die Potenziale der Innenstadt sowie die Wünsche der Bevölkerung aufgreift. Ebenfalls kommt das Ehrenamt, welches bei der Organisation und Durchführung des Marktes stark eingebunden ist, an seine Grenzen. Entsprechend ist das Konzept des Weihnachtsmarktes so zu entwickeln, dass sowohl die Inhalte als auch die Strukturen die vorhandenen Potenziale stärker in Wert setzen können.

Erhoffte Effekte:

- Entlastung der privaten Akteur:innen
- Stärkung des Einzelhandels und der Gastronomie
- Lohrer Weihnachtsmarkt als **imageprägendes Event** weiterentwickeln



Lohrer Weihnachtsmarkt 2019
Foto: Ernst Huber



Beispiel: Weifenfels, 40.000 Einwohner
Quelle: <https://www.mz-web.de>

Weitere Maßnahmen (2021)

In
Planung,
z.T. in
Umsetzung

Strategisches Leerstandsmanagement B2. Aufbau gezielter Vertriebsmaßnahmen

Beschreibung:

- **Aufbau Vertriebsdatei** (Adressen potenzieller Folgenutzer / bereits erarbeitet durch imakomm)
- **Gespräche mit Multiplikatoren** inklusive Überlassen von Werbematerialien (Gründerberatung, Handelsreferent, Tourismusbeauftragter etc.)
- **Interviews** in Tageszeitungen und IHK-Zeitschriften, ebenso weitere regionale Magazine

Erhoffte Effekte:

- **Aktivierung** potenzieller Gründer:innen durch Informationen
- Den Weg in die Selbstständigkeit erleichtern durch **aktive Unterstützung**
- **Rahmenbedingungen** schaffen für „gründerfreundliches Lohr“

WAS WIR BIETEN

- Hilfe bei der Standortwahl
- Hilfestellung bei der Umsetzung der Geschäftsidee
- Hilfestellung bei der Erstellung eines Businessplans
- Kontakt zu starken Partnern vor Ort
- Einen zweijährigen Zuschuss zur Ladenmiete in der Schrobenhausener Innenstadt
- Einen Ansprechpartner vor Ort
- Auch bei Umbaumaßnahmen helfen wir Ihnen gerne weiter:
 - Förderung privater Baumaßnahmen im Rahmen der Stadtsanierung

Beispiel: Schrobenhausen
ca. 16.100 EW

Quelle: www.stadtmarketing-schrobenhausen.de

Weitere Maßnahmen (2021)

In
Umsetzung

Strategisches Leerstandsmanagement B3. Schneewittchen lesen

Beschreibung:

- Im Rahmen der Rambour-Tage wurden **Geschichtstafeln** (Gemeinschaftsprojekt Citymanagement, Werbegemeinschaft, Arbeitskreis Schneewittchen und Kulturinitiative Lohr) **von Schneewittchen in leere Schaufenster gehängt**. Flankiert werden diese von gemalten Äpfeln der örtlichen Kindergartenkinder.

Erhoffte Effekte:

- **Optische Aufwertung** der leerstehenden Schaufensterflächen
- **Vermarktung** bestehender **Leerstände**
- **Bespielung des Themas Schneewittchen**



Quelle: www.instagram.de/lohrmachtlaune



Quelle: imakomm AKADEMIE (2020)

Weitere Maßnahmen (2021)

Strategisches Leerstandsmanagement B5. Pop-Up-Store

In
Planung

Beschreibung:

- In vielen Kommunen sind Pop-Up-Stores zur Belebung temporärer Leerstände bereits seit langem ein Thema und auch ein wichtiger Bestandteil im Angebotsmix. Nun soll im Rahmen des aktiven Leerstandsmanagements ein kommunales Pop-up-Store Konzept in der Innenstadt entwickelt und umgesetzt werden.

Erhoffte Effekte:

- Kurz- und mittelfristig **Attraktivierung** der gefühlten und tatsächlichen Situation der Innenstadt
- **Interesse wecken**, immer wieder aufs Neue zum Stöbern und Entdecken in die Lohrer Innenstadt zu kommen
- **Risiko** einer Geschäftseröffnung **minimieren**
- **Signal an andere Eigentümer**, neue Wege zu gehen, um dem Leerstand proaktiv entgegen zu wirken



Beispiel: Wittlich
ca. 18.800 EW
Quelle: www.wittlich.de



Beispiel: Kitzingen
ca. 90.909 EW
Quelle: www.mainpost.de

Weitere Maßnahmen (2021)

In
Prüfung

Strategisches Leerstandsmanagement B6. Lohrer Starthilfe (Arbeitstitel)

Beschreibung:

- Um den Angebotsmix in der Lohrer Innenstadt aktiv steuern zu können und für den Einzelhandel attraktiver zu machen, werden auf Basis von **Förderkriterien Existenzgründer im Einzelhandel und Gastronomie unterstützt**. Zusätzlich dazu wird ein Coaching-Programm für neue Geschäftsinhaber:innen und Gastronom:innen entwickelt.

Erhoffte Effekte:

- Anreize** für Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben und Existenzgründungen im Bereich des Einzelhandels und der Gastronomie schaffen
- Die **Innenstadt** zu einem noch attraktiveren **Gründungsstandort** machen
- Längerfristige **Leerstände** von Verkaufsflächen im Fördergebiet **vermeiden**
- Ein Instrument zur **gezielten Steuerung eines individuellen Angebotsmix** schaffen

Schorndorfer Starthilfe für Gründer im Bereich Einzelhandel

Beispiel: Schorndorf
ca. 39.300 EW
Quelle: www.schorndorf.de

WIR SUCHEN GRÜNDER

WAS WIR BIETEN

WIE BEWERBEN SIE SICH?



Beispiel: Schrobenhausen
ca. 16.100 EW
Quelle: www.stadtmaking-schrobenhausen.de

Weitere Maßnahmen (2021)

Attraktive Besucherlenkung C2. Besucherleitsysteme

Beschreibung:

- Ein **lückenhafter, uneinheitlicher** und zum Teil etwas in die Jahre **gekommener „kunterbunter“ Schilderwald** in der Lohrer Innenstadt stiftet Verwirrung bei den Besucher:innen. Dies gilt insbesondere für die Lenkung von Fußgänger:innen und Radfahrer:innen.

Erste Ideen für Maßnahmen:

- Altstadt Rundgang erweitern bis Mainländer und visualisieren
- Aktualisierung der bestehenden Leitsysteme (Qualitätsaufwertung)

Erhoffte Effekte:

- Besucher und Kunden von außerhalb können sich leicht in der Innenstadt **orientieren**
- Bisher **benachteiligte Bereiche** der Innenstadt werden durch intelligente Maßnahmen zur Besucherlenkung wieder **stärker frequentiert und damit nachhaltig aufgewertet**

Lohr - Status-Quo:



Beispiel: Waldkirch
ca. 20.600 EW
Quelle: www.ries-cis.de

Weitere Maßnahmen (2021)

In Planung

Gemeinsame Vermarktung der Innenstadt D2. Einheitliche und aktive Kommunikation und Zielgruppenansprache

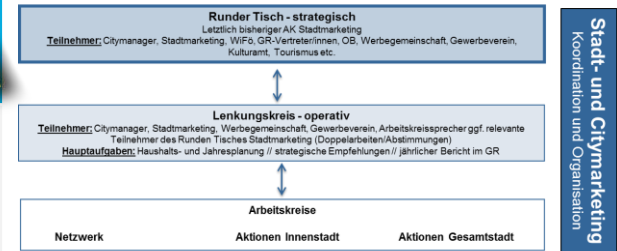
Beschreibung:

- Verschiedene Zielgruppen werden über unterschiedliche Medien und Kommunikationswege angesprochen. Für eine zielführende Werbung ist somit zunächst ein gemeinsames Konzept zu erstellen. Inhalte: Festlegung der gewünschten Zielgruppen, Medien zur Ansprache dieser Zielgruppen. Auf Basis dessen ggfs. Einrichtung und Betreuung neuer Kommunikationskanäle, z.B. im Bereich der sozialen Medien.

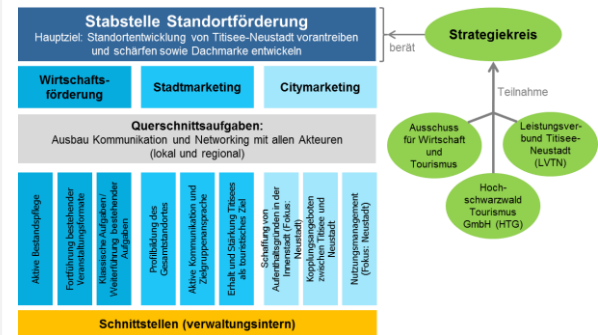
Erhoffte Effekte:

- **Schlagkräftige Innenstadtvermarktung** aus einem Guss
- **Ressourcen und Kompetenzbündelung** für die Umsetzung bestehender Maßnahmen sowie bei der Weiter- und Neuentwicklung von künftigen Maßnahmen
- **Abgestimmte Zusammenarbeit** sicherstellen

Das „Ettlinger-Modell“



Beispiel: Ettlingen
ca. 20.600 EW
Quelle: imakomm AKADEMIE



Beispiel: Titisee-Neustadt
ca. 11.800 EW
Quelle: imakomm AKADEMIE

Weitere Maßnahmen (2021)

Gemeinsame Vermarktung der Innenstadt D5. MainLokalShop

In
Umsetzung

Beschreibung:

- Gemeinsamer Online-Auftritt mit Shop-Funktion. Gestartet als Corona-Sofortmaßnahme der Stadt Lohr und der Werbegemeinschaft Lohr.

Erhoffte Effekte:

- **Erhöhte Sichtbarkeit** der Unternehmen im Netz
- **Bewusstsein** für die Wichtigkeit des „lokalen Kaufens“ schaffen
- **Aktive Unterstützung** der Unternehmen während der Pandemie
- **Kaufkraftbindung**
- **Zusammenarbeit** über Stadt- und Landkreisgrenzen hinweg
- Positiver **Image-Effekt**



Quelle: www.mainlokalshop.de