

Standortmarketingkonzept der Stadt Mayen: Fortschreibung

Teil 1: Bewertung bisher durchgeführter/vorgeschlagener Maßnahmen



= Maßnahme wurde erfolgreich umgesetzt



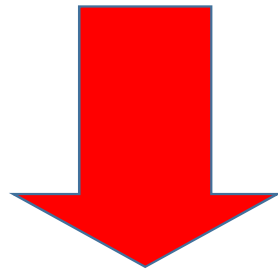
= Maßnahme wurde nur zum Teil erfolgreich umgesetzt



= Maßnahme wurde nicht erfolgreich umgesetzt

Business Lounge

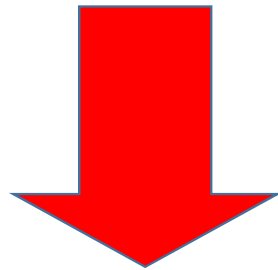
- Entstanden als Maßnahme „Kamingespräch“
- Zweimaliges Treffen der Wirtschaft per annum
- Wechselnde Location
- Wechselndes, jeweils aktuelles Schwerpunktthema mit Fach-Referenten



Erfolgreiche Maßnahme/Themenfindung muss interessant bleiben

Citymanager

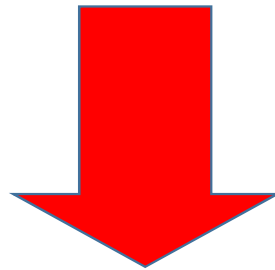
- Erfolgreiche Marketing- und Event-Maßnahmen
- Bindeglied-Funktion zwischen Handel und Verwaltung
- Digitalisierungs-Engagement stößt an Akzeptanz-Grenzen



Erfolgreiche Maßnahme/Weitere Zukunftsaufgaben stehen an

Freies WLAN

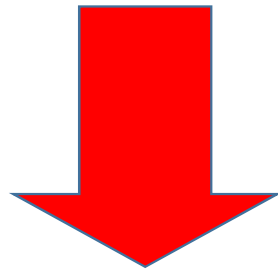
- Umsetzung mit dem Freifunk MYK
- Über 70 Verbindungspunkte in der Innenstadt
- Sinkende Verfügbarkeit
- Erhebliche Probleme beim technischen Support



Maßnahme mit Optimierungsbedarf/Dialog mit Freifunkern fortsetzen/Fördermittel erlangen

Expertenrat für Leerstandsmanagement

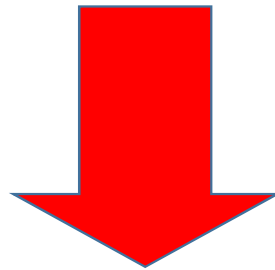
- Bisher drei Sitzungen
- Pop-up-Stores werden probiert
- Keine Einigung auf gemeinsame Vorgehensweise bei Leerstand
- Wenige Eigentümer für Teilnahme gewonnen



Maßnahme mit Optimierungsbedarf/Eigentümer mehr einbinden

Begrüßungskultur

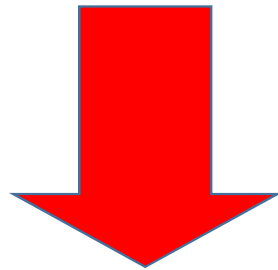
- Nach wie vor unübersichtlicher Schilderwald
- Standorte und Art der Beschilderung unklar
- Kein digitales Element



Bisher erfolglose Maßnahme/Längst verabschiedete Maßnahmen sollten umgehend umgesetzt werden

Standortmarketingfonds

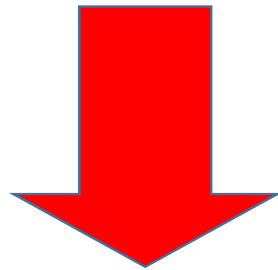
- Akquisition von Geldern stockt
- Verwendungszweck unklar
- Vorgesehene Maßnahmen doppelten sich mit LEAP-Bemühungen



Bisher erfolglose Maßnahme/Geplante Maßnahmen sollen umgesetzt und aus dem Fonds finanziert werden

Aufwertung des Hotel- und Gastronomieangebots in der Innenstadt

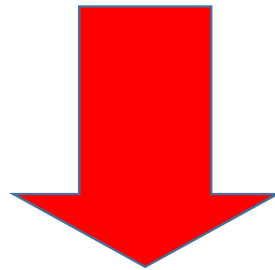
- Bemühungen um ein Hotel mit Bus-Beherbergungskapazität laufen
- Gastronomische Nutzung des Alten Rathauses in Planung
- Althergebrachte Nutzungskonzepte scheitern (siehe „Café Hartel“)



Erfolgreiche Maßnahme/Gastronomie wird als wertiger Frequenzbringer betrachtet

Gestaltungssatzung

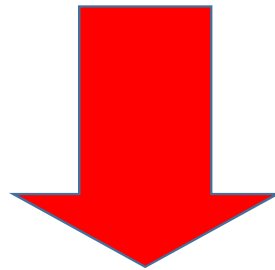
- Sollte spätestens bei LEAP-Gründungen kommen
- Bedarf ist größer denn je



Bisher erfolglose Maßnahme (wegen Nicht-Realisierung)/Sollte umgehend in Angriff genommen werden

Fairtrade-Stadt

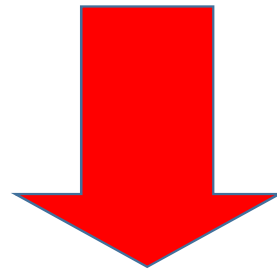
- Regelmäßige Aktion „Fairtrade-Frühstück“
- Zweimal durchgeführtes „Fairtrade-Dinner“



Erfolgreiche Maßnahme

Qualitätsstadt

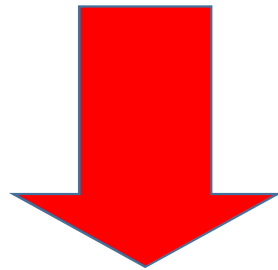
- Anzahl der teilnehmenden Betriebe ist gut
- Qualitäts-Engagement der Teilnehmer ist gut
- Nachhaltigkeit wird erzielt



Erfolgreiche Maßnahme

Bienenfreundliche Stadt

- Tatkräftige Grünarbeiten für Bienen werden wahrgenommen
- Storytelling ausbaufähig
- Pflanzen-Band in der Innenstadt umgesetzt



Maßnahme mit Optimierungsbedarf

Standortmarketingkonzept der Stadt Mayen: Fortschreibung

Teil 2: Entwicklung künftiger Schwerpunkte im Standortmarketing

Digital influencing: Das Web konsequent nutzen

- Storytelling
- Branchenspezifische Spielarten
- Steigerung der überregionalen Bekanntheit
- Mayen für junge Kunden/Gäste öffnen
- Events breiter bewerben

Verbindung zwischen „grüner Wiese“ und Innenstadt: Wahrnehmung und Kooperation

- Werbetafeln/Digitale Displays im jeweils anderen Gebiet anbringen
- Durchführung gemeinsamer Events mit bewusst integriertem Event-Hopping

Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten: Dringendes Tool zur Steigerung der Frequenz

- Händler müssen sich als Teil eines Centers begreifen
- Gewinnen von neuem Vertrauen beim Kunden
- Steigerung der Anzahl einheimischer Kunden
- Erhöhung der wahrnehmbaren Servicequalität

Bildung von zwei innerstädtischen LEAPS

- Stadt Mayen hat alle vorbereitenden Arbeiten vollzogen
- Landes-Gesetzgeber ist nun am Zuge