

## Innenstadtmanagement Grevenbroich



Dipl.- Geographin Carina Rupp

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

### Dr. Wolfgang Haensch

- Partner und Büroleiter CIMA Köln
- Projektleiter Innenstadtmanagement Grevenbroich

### Dipl. Geographin Carina Rupp

- Beraterin bei der CIMA Köln
- Innenstadtmanagerin (Ansprechpartnerin vor Ort)

### Aktuelle CIMA Referenzen (Büro Köln):

- Altstadtmanagement Viersen-Dülken
- Standortmarketingkonzept Severinstraße Köln
- Citymanagement Billerbeck
- Kernbereichsmanagement Aktive Alt- und Neustadt Frankenberg (Eder)









## Kerninnenstadt

(Stand: 30.10.2015)

- 21.460 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, davon Kölner Straße/ Breite Straße: 6.910 m<sup>2</sup>\*
- 83,9 Mio. Umsatz, davon Kölner Straße/ Breite Straße: 26,5 Mio. €\*
- Entwicklung der Verkaufsflächen (2009 – 2015): - 1,6 %
- Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (2009 – 2015): - 3,3 %



\* ohne Coens-Galerie



## Kerninnenstadt

(Stand: 30.10.2015)

- Kölner Straße mit hohem Anteil des filialisierten Einzelhandels (74 % der Verkaufsfläche)
- Dominanz des inhabergeführten Einzelhandels in der Breite Straße (21 %)



cima-Warengruppe	Umsatz Kerninnenstadt (in Mio. €)	Kaufkraftvolumen Stadt Grevenbroich (in Mio. €)	Markt- Abschöpfung
<b>Täglicher Bedarf insgesamt</b>	<b>34,5</b>	<b>200,6</b>	<b>17</b>
Lebensmittel, Reformwaren	22,0	140,9	16
Gesundheit, Körperpflege	12,0	53,5	22
Schnittblumen, Zeitschriften	0,5	6,2	8
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>28,9</b>	<b>58,5</b>	<b>49</b>
Bekleidung, Wäsche	18,6	32,5	57
Schuhe, Lederwaren	5,9	10,8	55
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopäd. Bedarf	4,4	15,3	29
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>12,2</b>	<b>40,1</b>	<b>30</b>
Bücher, Schreibwaren	4,4	7,9	56
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	7,8	32,2	24
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>1,8</b>	<b>19,0</b>	<b>9</b>
Sportartikel, Fahrräder	1,4	10,9	13
Spielwaren	0,2	3,8	5
Hobbybedarf, Zooartikel	0,2	4,3	5
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>6,1</b>	<b>6,0</b>	<b>102</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,3</b>	<b>26,3</b>	<b>1</b>
Möbel, Antiquitäten	0,0	21,4	0
Heimtextilien	0,3	4,9	6
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>0,1</b>	<b>32,1</b>	<b>0</b>
<b>Kerninnenstadt insgesamt</b>	<b>83,9</b>	<b>382,6</b>	<b>22</b>













## Ursachenforschung

- Zoohandlung Schläger: altersbedingte Schließung eines Traditionsbetriebes
- Strauss Innovation: Insolvenz eines bundesweiten Filialisten
- Tchibo u. Takko: Entscheidung der Konzernzentralen, u.a. Neustrukturierung Filialnetz





## Mehrfache Mobilisierungshemmnisse

- Mietpreisvorstellungen einzelner Vermieter
- Objektmerkmale (z.B. Stufen, umfangreiche Nebenflächen)

## Positive Faktoren

- vielfach ausreichende Ladengrößen
- räumliche Lage (Haupteinkaufslage)
- ausreichende Schaufensterfront







## Montanushof und Coens-Galerie

- Schlüsselfunktionen für die Grevenbroicher Innenstadt
- unterschiedliche Strukturen und Funktionen
- fortlaufende Aktivitäten zur Positionierung am Markt erforderlich
- Kooperationsbereitschaft mit Innenstadtmanagement vorhanden

- **Die Innenstadt ist besser als ihr derzeitiger Ruf** – Der innerstädtische Einzelhandel ist stärker als in den anderen Mittelzentren der Region.
- **Die Leerstands-beseitigung wird nicht kurzfristig gelingen** – Der Wettbewerb der Städte um attraktive Handelsunternehmen hält an; der Online-Handel verschärft die Situation des stationären Einzelhandels.
- **Die Innenstadt bedarf der ständigen Pflege** – Attraktive Innenstädte sind „Wohlfühlstädte“ mit nachgefragten Angeboten.
- **Das Integrierte Handlungskonzept zeigt die langfristigen Perspektiven der Innenstadt auf.** – Die Innenstadt ist als vielfältiger Mittelpunkt von Grevenbroich zu definieren.
- **Das Innenstadtmanagement versteht sich als Impulsgeber, Moderator und Fachberater.** - Politik, Verwaltung und örtliche Unternehmen müssen gemeinsam handeln.
- **„Die Ampel steht auf gelb“.** – Heute Handeln, um Veränderungen in Gang zu bringen!



### Immobilienentwicklung



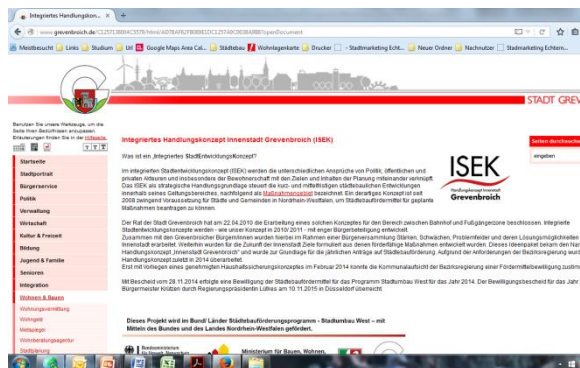
### Aktivierung Einzelhandel



### Image / Marke Innenstadt



### Standortmarketing Kommunikation



### Controlling

CIMA Warengruppen	Verkaufsfläche (in m²) 2009	Verkaufsfläche (in m²) 2015
Lebensmittel, Reformwaren	5.265	5.770
Bekleidung, Wasche	6.650	6.405
Schuhe, Lederwaren	1.150	1.685
Bücher, Schreibwaren	960	1.240
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.120	2.015
- - -	- - -	- - -
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26.145</b>	<b>25.850</b>

### Immobilienentwicklung



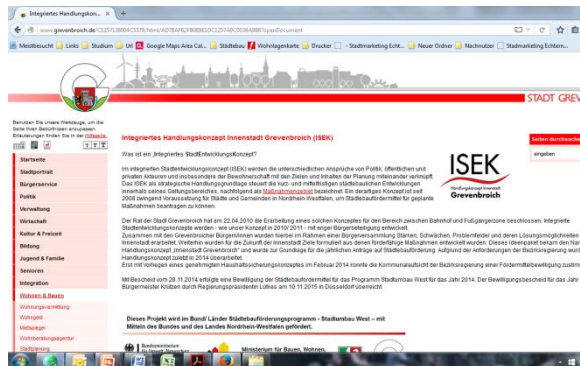
### Aktivierung Einzelhandel



### Image / Marke Innenstadt



### Standortmarketing Kommunikation



### Controlling

CIMA Warengruppen	Verkaufsfläche (in m²) 2009	Verkaufsfläche (in m²) 2015
Lebensmittel, Reformwaren	5.265	5.770
Bekleidung, Wasche	6.650	6.405
Schuhe, Lederwaren	1.150	1.685
Bücher, Schreibwaren	960	1.240
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.120	2.015
...	...	...
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26.145</b>	<b>25.850</b>



## Immobilienentwicklung

### Kernaufgaben

- Branchenmixverbesserung
- Eigentümerberatung
- Reduzierung der Leerstände (Randlagen, Schlüsselimmobilien)



### 1. und 2. Quartal 2016

- Erstaktivierung Immobilieneigentümer
- Aufbau eines Flächeninformationssystems
- mind. 10 von 20 Immobilienchecks
- mind. 4 von 10 Intensivberatungen

### Flächeninformationssystem

**LEER-STAND**

**NST 23**

Adresse: Heusselstr. 27

Nutzung:

Warengruppe:

Eigentümer:

A:

T:

M:

Ansprechpartner:

Hauptkriterien:

Miete:

Objekt:

Verkaufsfähig:

Nebenkosten:

Gesamtfläche:

Verfügbar ab:

Qualität der Ausstattung:

Straßenverkehrsamt:

Bodenbelag:

Außenterrasse:

Küche:

Miete pro Monat:

Nebenkosten:

Kaution:

Provision für Mieter:

Bausubstanz / Energie:

Baujahr:

Objektzustand:

Historie:

Energetische Energieeffizienz:

Energieausweis:

**Kompletter Einzelhandel, Ladenlokale, Leerstand**  
**Banken, Versicherungen, Gastronomie, Vergnügungstätten, Sonstige Dienstleister,**  
**Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Übriger period. Bedarf,**  
**Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck, Optik,**  
**Bücher, Schreibwaren, Elektroartikel, Unterhaltungselektronik,**  
**Spiel, Sport, Hobby Geschenke, Glas, Porezellan, Keramik, Hausrat**  
**Einrichtungbedarf Baumarktspezifische Sortimente**

### Bürger- und Eigentümergegesprächsrunden

**Grevenbroich: Bürgerforum: „Zukunftsentwicklung Kerninnenstadt Grevenbroich“**

Grevenbroich – Die Stadt Grevenbroich und das Innenstadtmanagement laden zum ersten öffentlichen Bürgerforum am Dienstag, 15. März 2016, um 18 Uhr in den Bernardsaal, Am Markt 3, Grevenbroich-Stadtmittelpunkt, ein.

Der Handlungsbedarf wird aktuell vor allem durch die Leerstandentwicklungen in der Kölner Straße sowie die wiederkehrenden Diskussionen rund um die Nutzung und Belegung des Marktplatzes ersichtlich. Auf der Grundlage einer von cima durchgeführten Stärken- und Schwächenanalyse soll gemeinsam mit Einzelhändlern, Gastronomen, Hauseigentümern und weiteren lokalen Akteuren über die Entwicklungspotentiale, Strategien und Maßnahmen für einzelne Schwerpunktbereiche in der Kerninnenstadt beraten und diskutiert werden.

Um eine kurze Teilnahmebestätigung bei Frau Carina Rupp (Innenstadtmanagerin) bis zum 8.3.16 wird gebeten. Frau Rupp erreichen Sie telefonisch unter 0211/93729620 oder per mail [rupp@cima.de](mailto:rupp@cima.de).

Dieses Forum ist das erste von zwei geplanten Veranstaltungen. Darüber hinaus sind zwei weitere Veranstaltungen für das „Montzviertel/Bahnhofsquartier“ geplant.

Die Entwicklung der Innenstadt und die Umsetzung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) leben von den Ideen der Bürgerinnen und Bürger. Mit Ihrer Teilnahme erhalten Sie die Gelegenheit sich aktiv in diesen Prozess einzubringen und die Zukunft der Grevenbroicher Kerninnenstadt mitzugestalten!

Nachzulesen sind diese Informationen auch auf der Startseite der städt. Homepage [www.grevenbroich.de](http://www.grevenbroich.de) Stichwort „ISEK“.

Innenstadtmanagement  
**Grevenbroich**

**FÜR SIE DA**  
individuell\_persönlich\_direkt

**InnenstadtmanagementBüro**  
Neues Rathaus | Zimmer 234  
Ostwall 6 | 41515 Grevenbroich  
persönliche Gesprächstermine nach Vereinbarung

**Carina Rupp**  
Innenstadtmanagerin  
im Auftrag der Stadt Grevenbroich  
CIMA Beratung + Management GmbH

[rupp@cima.de](mailto:rupp@cima.de)  
02181 608-416

**Dr. Wolfgang Haensch**  
Projektleiter  
CIMA Beratung + Management GmbH

[haensch@cima.de](mailto:haensch@cima.de)  
0221 937296-20

**ÄHNLICHE BEITRÄGE**

<p>Grevenbroich: Erste Hilfe am Kind 29. April 2014 In "Grevenbroich-linkal.de"</p>	<p>Grevenbroich: Seminar Erste Hilfe am Kind 10. März 2016 In "Grevenbroich-linkal.de"</p>	<p>Grevenbroich: „Aschenputtel“ City-Second-Hand-Modemarkt</p>
---	--	--

Durchführung





### Immobilienchecks



**Projektskizze LU/Anwesen**

**Der Standort**

- Mittlere Luhegasse
- mehrere benachbarte Leerstände – sofort besetzbar und geeignete Größe
- gutes Umfeld für ein derartiges Projekt

**Projektskizze LU/Anwesen**

**Naherispektrum**

- Feinkosthandel/ Spezialitätenanbieter (Essig/Öl, Weinhandel, Kaffeebörse...)
- BASF-Waagegeschäft
- ausländische Lebensmittelspecialitäten
- Espresso-Bar
- Kochstudio
- Einzelhandel rund um das Thema „Der gedeckte Tisch“
- Weinfabrik VCP Pfalz mit regionalem Weinkeller (z.B. Winzergut Georg Meibacher)

### Standortexposé

## Einzelhandelsobjekt Lange Straße 36 - 38 Stadtteilzentrum Dülken (Stadt Viersen)



Visualisierung: Heinz Jahn Pflüger (2015)

- Stadtentwicklung
- Marketing
- Regionalwirtschaft
- Einzelhandel
- Wirtschaftsförderung
- Citymanagement
- Immobilien
- Organisationsberatung
- Kultur
- Tourismus

### Immobilienberatung (in Zusammenarbeit mit Architekten bzw. Modernisierungsmanager)



### Leerstandsgestaltung





### Immobilienentwicklung



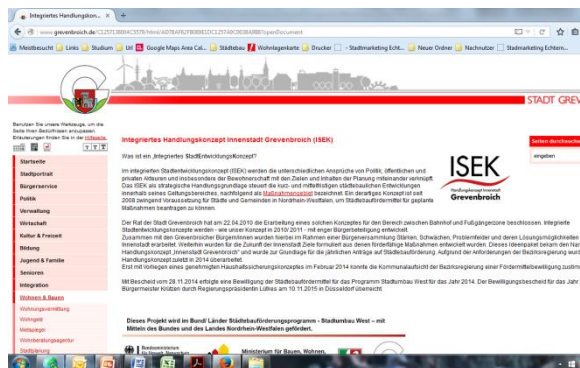
### Aktivierung Einzelhandel



### Image / Marke Innenstadt



### Standortmarketing Kommunikation



### Controlling

CIMA Warengruppen	Verkaufsfläche (in m²) 2009	Verkaufsfläche (in m²) 2015
Lebensmittel, Reformwaren	5.265	5.770
Bekleidung, Wasche	6.650	6.405
Schuhe, Lederwaren	1.150	1.685
Bücher, Schreibwaren	960	1.240
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.120	2.015
- - -	- - -	- - -
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26.145</b>	<b>25.850</b>

## Aktivierung der Einzelhändler

### Kernaufgaben

- Einzelbetriebliche Beratung
- Branchenmixoptimierung
- Lagenprofilierung durch Gemeinschaftsaktionen (in Abstimmung mit vorhandenen Vereinigungen)

### 1. und 2. Quartal 2016

- persönliche Ansprache der Geschäftsinhaber
- Beratung von ansiedlungsinteressierten Unternehmen
- Begleitung von Geschäftsanpassungen
- Initiierung von Gemeinschaftsaktionen





## Einzelbetriebliche Beratungen (Meckenheim und Forchheim)

Kostenfreie  
Beratung für Ihr  
Geschäft

www.meckenheim.de

**Ihre Ansprechpartner**

Für Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte an das CIMA-Projektteam oder die Wirtschaftsförderung der Stadt Meckenheim.

CIMA Beratung + Management GmbH  
Dr. Wolfgang Haensch  
Lilian Lengwenat

Eupener Straße 150  
50933 Köln  
Tel.: 0221/ 937 296 20  
Mail: haensch@cima.de/ lengwenat@cima.de

Wirtschaftsförderung der Stadt Meckenheim  
Dirk Schwindenhammer

Bahnhofstraße 22  
53340 Meckenheim  
Tel.: 02225/ 917 216  
Mail: dirk.schwindenhammer@meckenheim.de

**Geschäftcheck  
Hauptstraße**



Ein kostenloser Service der Initiative Lebendige Altstadt

  
Lebendige Meiers Synagoge

**Cima-Geschäftcheck**

Die Stadt Meckenheim hat im Frühjahr 2014 die Entscheidung zur Durchführung des Baustellenmarketings getroffen und die CIMA Köln mit der externen Begleitung beauftragt. Das Projekt umfasst auch eine Analyse der aktuellen Einzelhandelsituation sowie die Durchführung eines Qualitätschecks der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe.

Es geht dabei insbesondere um folgende Aspekte:

- » identifizieren von Nischen und nutzen vorhandener Potenziale
- » Branchenmix- und Kaufkraftanalyse sowie eine qualitative Überprüfung des Marktauftritts der Betriebe.

Die CIMA bietet in einem persönlichen Beratungsgespräch einen Qualitätscheck an und vermittelt Ihnen Verbesserungsmöglichkeiten des Marktauftritts. Die Ergebnisse können Sie anschließend für Ihren Betrieb nutzen.



Quelle: cima

**Unser Angebot**

Liebe Gewerbetreibende in Meckenheim!

Im Rahmen der Initiative Lebendige Altstadt bieten wir Ihnen ein kostenloses Beratungsgespräch an, um eventuelle Verbesserungsmöglichkeiten Ihres Marktauftritts zu ermitteln.

Gegenstand der einzelbetrieblichen Beratung können u.a. die folgenden Themenfelder sein:

- » Klarere Zielgruppenorientierung
- » Verbesserungen in der Warenpräsentation (Schaufenstergestaltung, Gestaltung und Strukturierung des Verkaufsrums)
- » Optimierung der Sortimentsstruktur (Weglassen von unattraktiven Randsortimenten, Steigerung der Kompetenz in den Kernangeboten)
- » Entwicklung von gezielten Marketingmaßnahmen
- » Gestaltung des Verkaufsrums (Einsatz von Licht, Schaffung Erlebnisqualitäten)
- » Möglichkeiten der Kooperation mit anderen ansässigen Betrieben

Das persönliche Gespräch wird etwa ein bis zwei Stunden dauern; wir besuchen Sie dazu gerne in Ihren Geschäftsräumen.

**Für eine Terminvereinbarung schicken Sie uns diese Karte bitte ausgefüllt zurück oder senden uns eine Mail**  
(lengwenat@cima.de)

Sie können Ihre Antwort auch per Fax senden an: 0221 93 72 96 21  
Wir richten Sie dann gerne zur Terminvereinbarung zurück.

Name: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

CIMA  
Beratung + Management  
GmbH  
Eupener Straße 150  
50933 Köln

Empfang  
Ergebnisse



### Lagenprofilierung durch Gemeinschaftsaktionen



#### Der Senfaden

Nürnberg lockt Sie mit dem ersten und einzigen Senf(t)laden dieser Art in Süddeutschland. Was Sie hier...

#### evers florales design

Bei evers florales design werden Blumen und Pflanzen jahreszeitlich arrangiert, auch Kleinigkeiten wie ein...

#### fenestra Glasgestaltung

Auch ein Fachgeschäft für hochwertiges Glas wie Schalen, Leuchten, Bilder, Schmuck und architekturbezogene...

### DIE MEISTERROUTE

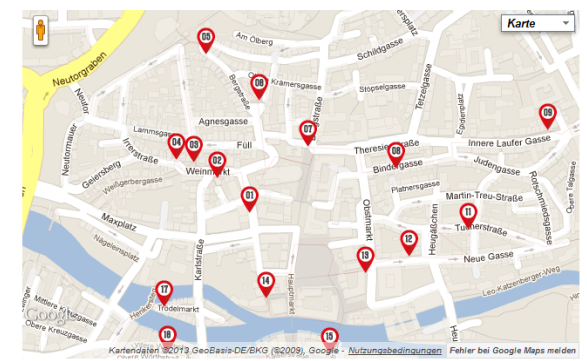
#### MEISTERHAFTHE ROUTE

Verwöhnen Sie Körper, Gaumen und Geist bei Ihrem Spaziergang entlang der Nürnberger Meisterroute. Die Geschäfte sind dabei so vielfältig und einzigartig wie deren Sortiment: Von süß bis herzhaft, von hochwertigem Schmuck bis zur Do-it-Yourself-Perlenkette oder vom weltberühmten Pop-Art-Kunstwerk bis zum handgefertigten Hut. Der Weg steckt voller „Sehenswürdigkeiten“.

#### / Ansprechpartner

Erlebnis Nürnberg e.V.  
 info@erlebnisnuernberg.de  
 T 0911 801942-61 F 0911 801942-63

### UNSER VORSCHLAG FÜR EINEN EREIGNISREICHEN TAG

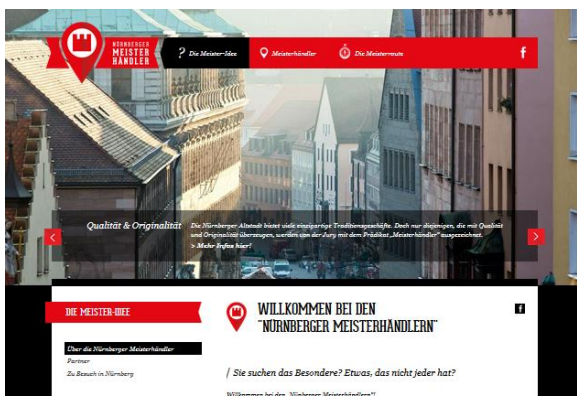


### MEISTERHÄNDLER DES MONATS



#### / neef Confitserie Café

Seit mehr als 40 Jahren verführt die Nürnberger Confitserie neef ihre Kunden mit





### Immobilienentwicklung



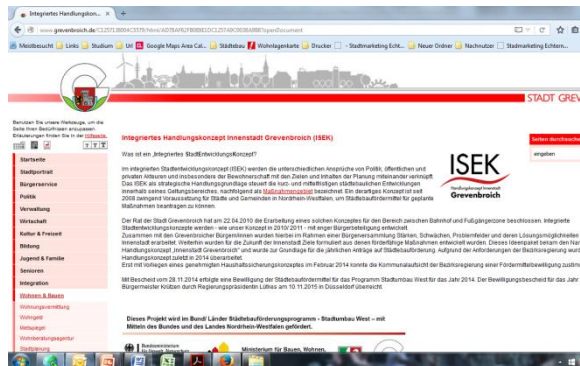
### Aktivierung Einzelhandel



### Image / Marke Innenstadt



### Standortmarketing Kommunikation



### Controlling

CIMA Warengruppen	Verkaufsfläche (in m²) 2009	Verkaufsfläche (in m²) 2015
Lebensmittel, Reformwaren	5.265	5.770
Bekleidung, Wasche	6.650	6.405
Schuhe, Lederwaren	1.150	1.685
Bücher, Schreibwaren	960	1.240
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.120	2.015
...	...	...
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26.145</b>	<b>25.850</b>

## Image / Marke Innenstadt



## Kernaufgaben

- Definition des Markenkerns für die Innenstadt bzw. die Quartiere
- Kommunikationsstrategie
- Entwicklung geeigneter Marketinginstrumente („online + offline“)

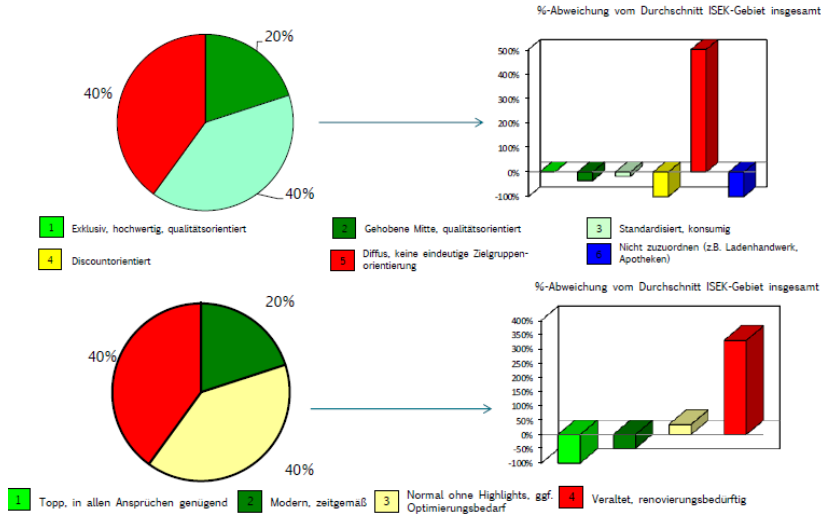
## 1. und 2. Quartal 2016

- abschließende Verständigung über Lagenprofile und Markenkern (u. a. Durchführung von Workshops)
- Prüfung der vorhandenen Marketinginstrumente
- Erarbeitung Marketingstrategie



### Lageprofile ISEK-Gebiet Grevenbroich

Lageabschnitt Bahnstraße (Bahnhofsquartier): Qualitäts-Check



### Lageprofile ISEK-Gebiet Grevenbroich

Lageabschnitt Bahnstraße (Bahnhofsquartier): Stärken / Schwächen



#### Stärken/ Schwächen

##### Städtebau / Ambiente

- ➔ Durchmischung von gründerzeitlicher Bausubstanz und Nachkriegsbebauung; überwiegend guter gepflegter Zustand der Fassaden
- Direkte verkehrliche Verbindung Bahnhof - KernInnenstadt
- Gut genutzter Bahnhofsvorplatz mit Außengastronomie
- Platz der deutschen Einheit mit Gestaltungspotenzial als „Eingangstor“ in das Quartier insgesamt
- Kleinflächige Leerstände, z. T. mit Renovierungsbedarf und nur begrenzter Eignung für Einzelhandelsnutzungen

##### Profilierungsansätze

- Ggf. weitere Angebote im Segment „Vergleichsbedarfs“ für Pendler
- Quartier für Existenzgründer mit niederschweligen Ansprüchen an Büro-, Kanzlei- und Ateliernutzungen
- Z.T. sehr kleine Flächen zu aktivierender Immobilien
- Weiteres Einsickern unerwünschter Nutzungen

##### Ergänzende Nutzungen

- Eiscafé, Café, Bistro zum Ausbau der Aufenthaltsqualität
- Ausbau medizinischer Angebote in Nähe zum MVZ



# Innenstadtmanagement Grevenbroich

Image / Marke Innenstadt

**cima.**



Beispiele für  
Lagenprofile

Bahnhofsviertel -  
Innovatives Quartier  
der Zukunft

Montzviertel -  
Genuss internatio-  
naler Vielfalt

Kerninnenstadt:  
Breite Straße -  
Modern meets  
Classic: begehrte  
Einkaufslage für  
gehobene und  
traditionelle Angebot



### Immobilienentwicklung



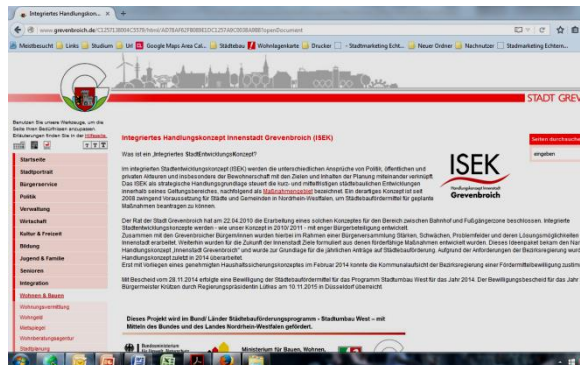
### Aktivierung Einzelhandel



### Image / Marke Innenstadt



### Standortmarketing Kommunikation



### Controlling

CIMA Warengruppen	Verkaufsfläche (in m²) 2009	Verkaufsfläche (in m²) 2015
Lebensmittel, Reformwaren	5.265	5.770
Bekleidung, Wasche	6.650	6.405
Schuhe, Lederwaren	1.150	1.685
Bücher, Schreibwaren	960	1.240
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.120	2.015
...	...	...
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26.145</b>	<b>25.850</b>

## Standortmarketing Kommunikation

### Kernaufgaben

- Imageverbesserung der Grevenbroicher Innenstadt
- Förderung der Identifikation mit dem Viertel
- Förderung von lokalen Netzwerken

### FÜR SIE DA

individuell\_persönlich\_direkt

**InnenstadtmanagementBüro**

**Neues Rathaus | Zimmer 234**

**Ostwall 6 | 41515 Grevenbroich**

persönliche Gesprächstermine nach Vereinbarung

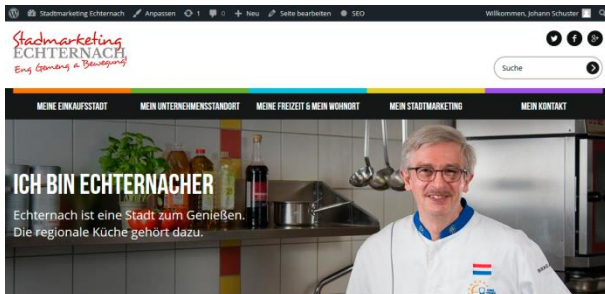
### 1. und 2. Quartal 2016

- Bürgerforen/ Workshops zur Profilierung Innenstadt, Bahnhofsviertel und Montzviertel
- Sprechstunden vor Ort
- Kommunikationskonzept





## Förderung der Identität mit der eigenen Stadt (Stadt Echternach)



### WILLKOMMEN IN ECHTERNACH

„Ich bin Echternacher“ – Eine Liebeserklärung an die eigene Stadt und ein Stadtporträt der anderen Art.

Sie kennen Echternach bislang nur als Stadt der Springprozedur? Sie planen einen Kurzurlaub im Müllertal? Sie haben ein interessantes Stellenangebot in unserer Stadt vorliegen? Sie sind neugierig auf die eigene Stadt?

Lernen Sie Echternach auf eine ganz spezielle Art kennen. Wir lassen die zu Wort kommen, die Echternach am besten kennen: Die Bürger der eigenen Stadt. Wir laden Sie ein, uns zu besuchen und uns kennenzulernen. Wie wir leben, was wir schätzen und an welchen neuen Projekten wir arbeiten.

„Ich bin Echternacher“ – ein Stadtporträt der Initiative Stadmarketing Echternach. Hier engagieren sich die Stadt Echternach, Unternehmer, Kulturschaffende und Bürger aus Echternach für ihre eigene Stadt. Wir freuen uns auf Sie!





Förderung der Identität mit der eigenen Stadt (Viersen-Dülken und Meckenheim)





# Innenstadtmanagement Grevenbroich

Image / Marke Innenstadt

**CIMA.**

## Treffpunkt Marktplatz





### Immobilienentwicklung



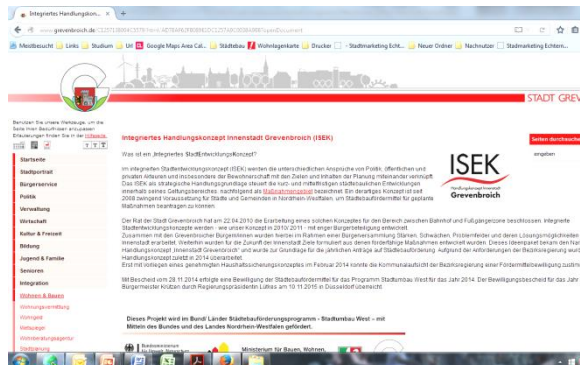
### Aktivierung Einzelhandel



### Image / Marke Innenstadt



### Standortmarketing Kommunikation



### Controlling

CIMA Warengruppen	Verkaufsfläche (in m²) 2009	Verkaufsfläche (in m²) 2015
Lebensmittel, Reformwaren	5.265	5.770
Bekleidung, Wasche	6.650	6.405
Schuhe, Lederwaren	1.150	1.685
Bücher, Schreibwaren	960	1.240
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2.120	2.015
- - -	- - -	- - -
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26.145</b>	<b>25.850</b>

### Controlling

Dienstleistungen / Gastronomie / Leerstand	Anzahl
Geldinstitute	5
Versicherungsagenturen	1
Reisebüros, Reiseagenturen	2
Reinigung, Änderungsschneiderei	1
Friseur, Kosmetik	2
Sonstige kundenorientierte Dienstleister (andersweitig nicht genannt)	1
Gastronomie, Beherbergung	10
Spielhallen, Wettbüros	2
Öffentliche Einrichtungen, Sozialversicherung, Kammern, Verbände	0
Bildungseinrichtungen	2
Unternehmensorientierte Dienstleistungen (Rechtsanwälte, Steuerberater, etc.)	3
Medizinische Dienstleistungen, Gesundheitswirtschaft	3
Freizeit und Kultur	
Kirchliche und soziale Einrichtungen, Parteien, Bürgerinitiativen	1
Gewerbe und Handwerk	1
<b>LEERSTAND</b>	<b>2</b>

## Kernaufgaben

- Information und Abstimmung mit der Lenkungsgruppe ISEK und Arbeitskreis Innenstadt
- Berichterstattung im Planungsausschuss
- Projektmanagement
- Projektevaluation

## 1. und 2. Quartal 2016

- Aktualisierung der Erdgeschossnutzungen (April 2016)
- laufende Abstimmung mit Fachbereich Stadtplanung/ Bauordnung
- mindestens 2 Sitzungen mit der Lenkungsgruppe ISEK und dem Arbeitskreis Innenstadt





Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!