

# Maßnahmenplan zum Leitbildprozess für das Stadtmarketing und den Tourismus der Stadt Springe

Name des Arbeitskreises: **AK2 Wirtschaft/Handel/Dienstleistungen/Handwerk**

Der Maßnahmenplan stellt die von Ihnen in der Auftaktveranstaltung ausgewählten Themenaspekte zum Leitbildprozess dar. Jeweils die drei höchst bepunkteten Themen aus der Auftaktveranstaltung sind in jedem Fall zu behandeln, davon sollte mindestens eine Maßnahme rasch und einfach realisierbar sein. Die weiteren Themen/Maßnahmen können Sie in Ihrem jeweiligen Arbeitskreis bestimmen und ausarbeiten. Nach Vorstellung Ihrer Maßnahmen vor allen Prozessbeteiligten findet mit Hilfe eines Abstimmungsverfahrens eine Auswahl der Maßnahmen für die unmittelbare Umsetzung statt.

Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C <sup>1</sup>	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung ( $\Sigma$ 78 Pkte)
<b>1 Austauschplattform für Unternehmer und Politik bieten</b>	Unternehmerstammtisch einrichten	wechselseitige Einladungen der Unternehmen, der Politik, evtl. der Verwaltung?	Herr Baxmann würde ein erstes Treffen organisieren	Ä	Jeweils ausrichtende Firma/Politik/Verwaltung übernimmt Bewirtung, ansonsten keine Kosten	<b>6</b>
<b>2 Halbierung der Leerstände bis 2011</b>	Informationsdefizite über Leerstände abbauen  Optik verbessern	Anforderungsprofile von potentiellen Mietern erkunden und erfüllen Defizite im Geschäftsbesatz erkunden und abbauen Sortimentsdefizite aufzeigen und Sortimentslücken schließen Dekoration der Schaufenster leer stehender Läden Fassadenanstrich verwarloster Immobilien	Verwaltung/2009/2009  Schulprojekt (OHG, BZE?)/2009 Schulprojekt (OHG, BZE?)/2009 WIR, Werbegemeinschaft Eigentümer (mindestens Duldung)	B  B A C	Verwaltung  Privat mit Zuschuss Stadt Privat	<b>18</b>
<b>3 Angebotsvielfalt bekannter machen</b>	Informationsmöglichkeiten schaffen	Internetbörse  Infoheft  Gutscheinheft Kultur als Werbeträger	Verwaltung, TCH, 2010  Werbegemeinschaften Verwaltung/2010 Werbegemeinschaften	B A B B	Stadt, Inserenten Werbegemeinschaften, Inserenten Stadt; Inserenten Werbegemeinschaften	<b>13</b>
<b>4 Ansiedlung von Unternehmen</b>	KMU (<250 MA) aus den Bereichen Kälte-	Fachmessen der Zielbranchen besuchen	Verwaltung/2009	B	Stadt	<b>10</b>

<sup>1</sup> **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.  
**B = mittelfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.  
**C = langfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

	/Klimatechnik, Weiterbildung, Licht und Pharmazie ansprechen Anwerben von Bürgern und Unternehmern als Botschafter für den Wirtschaftsstandort Springe  Broschüre zur attraktiven Kurzdarstellung des Gewerbestandortes entwickeln Vorhaltung eines in seiner Nutzung sehr anpassungsfähigen und flexiblen Gebäude für Existenzgründer oder ansiedlungswillige Unternehmen	„Botschafter-Auftaktveranstaltung“  Ehrung ehrenamtlicher Wirtschaftsförderer (z.B. Herrn Mund wg. Reaktivierung Bison-Gelände) Mobilisierung des Wir-Gefühls, Identifikation mit dem (Gewerbe-)Standort stärken	Unternehmerstammtisch, Verwaltung/2009  Rat auf Vorschlag Werbegemeinschaften, Bürger, Unternehmen, Verwaltung/2009  Verwaltung/2009  Immobilienwirtschaft/201x	B  B  C  B  C	Stadt  Stadt (am Rande einer Veranstaltung)  keine  Stadt  PPP, Fördermittel	
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C <sup>2</sup>	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung (Σ 78 Pkte)
<b>5 Stärkung ansässiger Unternehmen</b>	Abfrage bei den ansässigen Unternehmen: „Wo drückt der Schuh“, Gesprächsbereitschaft anbieten Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung aktiv bewerben, sei es durch Anzeigen oder durch Plakate etc.	Steuerberater als Multiplikatoren einsetzen  Sachbearbeiter, Abteilungen, Ämter mit ihrem Dienstleistungsangebot (für Unternehmen) z.B. im Sonntagsblatt vorstellen Liste der Unternehmen auf der Website der Stadt durch	Unternehmerstammtisch, Verwaltung/2009  Verwaltung/2009  Verwaltung/2008	B  A  A	keine  keine  keine, Personalkosten Stadt	<b>21</b>

<sup>2</sup> **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.  
**B = mittelfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.  
**C = langfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.

	Wahrnehmung der Qualitäten örtlicher Unternehmen stärken	Suchmaschine ergänzen (Stichwortsuche) Gemeinsame Aktion von Stadt und Unternehmen, z.B. die Auszeichnung familienfreundlicher Unternehmen	Verwaltung/2009	B	Stadt, Fördermittel?	
Ziel der Maßnahme (Was wollen wir erreichen?)	Maßnahme (Was ist zu tun?)	Umsetzung (Wie wird die Maßnahme umgesetzt?)	Verantwortung/Termin (Wer? / Wann? / Beginn?)	Umsetzungsdauer A B C <sup>3</sup>	Finanzierung (Wer bezahlt was?)	Bepunktung ( $\Sigma$ 78 Pkte)
<b>6 einheitliche, bessere Öffnungszeiten</b>	Für die Einzelhandelsstandorte Springe und Eldagsen wird derzeit kein Handlungsbedarf gesehen Der Nutzen einheitlicher (und längerer) Öffnungszeiten wird überschätzt Die Begriffe „individuelle, inhabergeführte Fachgeschäfte“ und „einheitliche Öffnungszeiten“ passen schon nicht zusammen Einheitliche Öffnungszeiten können nur dann beworben werden, wenn wirklich alle und ohne Ausnahme auch einheitliche Öffnungszeiten haben – ein Ausreißer wirkt schnell als Negativwerbung für den Gesamtstandort	-	langfristig	keine	einheitliche, bessere Öffnungszeiten	<b>4 pro 6 contra</b>

<sup>3</sup> **A = kurzfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung rasch und einfach realisierbar: Schon kurzfristig hoher Nutzen mit geringem Investitionsaufwand.  
**B = mittelfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung vorbereiten: Mittelfristig hoher Nutzen mit mittlerem Investitionsaufwand.  
**C = langfristige Umsetzungsdauer** Umsetzung und Finanzierung planen: Langfristig hoher Nutzen mit größerem Investitionsaufwand.