Projekt / AG	249 Zentrenmanagement Stadt Gronau Leine
Gesprächspartner	Händler und Dienstleister der Gronauer Innenstadt
Datum / Uhrzeit / Ort	26.09.2019 / 19.00 - 21.15 / Grundschule am Wildfang
Betreff	2. Händlerworkshop
Info an	Teilnehmende
Anlage	Präsentation, Projektsteckbriefe

ERGEBNISPROTOKOLL

Dargestellt werden ausschließlich die Ergebnisse des Arbeitsblocks. Die Ablaufplanung und Aufgabenstellung sind der anhängenden Präsentation zu entnehmen.

Sachstand Bauphasenplanung Umbau Hauptstraße

Die Varianten der Ablaufplanung für die Umbauphasen der Hauptstraße werden vorab durch Herrn Götze (Stadt Gronau (Leine)) präsentiert. Da diese noch die politischen Gremien durchlaufen müssen, können diese derzeit nicht zur Verfügung gestellt werden. In Aussicht gestellt wird ein nächster Baustellendialog, welcher die Festlegung der Umbauphasen zum Inhalt hat.

Mit heutigem Stand wird von einem Baubeginn Anfang 2020 ausgegangen. Abhängig ist der genaue Starttermin von Witterungsverhältnissen und der Vergabe der Leistung an ein Bauunternehmen.

Als Meilensteine sind der Frühlingsmarkt im April und das Weinfest im August gesetzt. Die baulichen Aktivitäten werden hierfür entsprechend angepasst. Wesentlich ist jedoch, dass die fußläufige Durchquerung der Baustelle dauerhaft und in beiden Varianten gegeben sein wird.

Der Anlieferungsverkehr kann zudem bei besonderen Bedarfen mit der Stadt abgestimmt werden.

Nach Freigabe der Unterlagen zur Baustellenplanung der Hauptstraße finden Sie diese in Kürze auf der Homepage des Zentrenmanagements unter: www.gronau-leine-bewegt.de

Bereits verfügbar ist in der Rubrik „Stand der Planungen“ der Gestaltungsentwurf für den Umbau der Hauptstraße. Zur Entscheidungsfindung der Vorzugsvariante hat im April ein erster Baustellendialog unter Einbezug von Vertretern der Händlerschaft stattgefunden.

http://gronau-leine-bewegt.de/Planungsstand.html (Entwurfsplanung Hauptstraße)

Ideensammlung

Aufbauend auf den Ergebnissen des 1. Händlerworkshops werden Ideen für Aktionen, Maßnahmen und Events zur Frequenzsteigerung sowie Marketingmaßnahmen im Allgemeinen gesammelt. Diese Sammlung stellt zunächst ein loses Portfolio an möglichen Projekten dar. Die entwickelten Ideen ranken sich vorwiegend um die Themen Kundenbindung, Attraktivität, Anreize über Give-Aways, Erreichbarkeit und Parken, Transport von Waren und Mobilität. Nächste Schritte sind v.a. in der Entwicklung geeigneter Marketingmaterialien und Aktionen sowie die Einbettung dieser in einen Zeitplan entsprechend der Bauphasen zu sehen.

Die Ideensammlung ist als Anlage dem Protokoll beigefügt.

Projektsteckbriefe und Priorisierung

Einige der gesammelten Ideen werden anschließend in Projektsteckbriefen konkretisiert und für die Umsetzung vorbereitet. Die weitere Ausarbeitung soll in Kleingruppen stattfinden.

<u>Banner</u>

Bereits weit vor den Stadttoren soll zu erkennen sein, dass die Gronauer Händlerschaft auch während der Baustelle immer zu erreichen ist. Die Gestaltung eines Banners wird daher von den Teilnehmenden favorisiert. Geeignete Standorte sind noch zu identifizieren. Die Maßnahme kann dauerhaft während der Bauzeit eingesetzt werden.

Die Banner können bspw. über den Anbieter „dieDruckerei“ bezogen werden. Hier kann entweder auf stabiler LKW-Plane oder winddurchlässigen Meschgewebe gedruckt werden. Hier sind Banner bis zu einer Größe von 4 x 2 m druckbar.

https://www.diedruckerei.de/p/pvc-planen-4-0-farbig-400x200cm

Für das Projekt „Banner“ hat sich zunächst Herr Felgendreher bereit erklärt, die nächsten projektvorbereitenden Schritte einzuleiten, sofern das Interesse auf breiter Basis gegeben ist.

Abb. 1 Bsp. Banner Zentrenmanagement: Städtebauförderung privater Maßnahmen (1x2m)

Give Aways (Gummibärchentüten, Traubenzucker, etc.)

Eine niederschwellige Aktion für die Kundenbindung ist die Ausgabe von Give Aways in Form von Gummibärchentüten, oder Ähnlichem. Das Projekt ist kurzfristig umsetzbar.

Mögliche Anbieter sind bspw. https://www.vogels.de/# oder https://www.suesse-werbung.de/ (hier auch mit kompostierbaren Tütchen)

Die Preise pro Tütchen variieren entsprechend der Abnahmegröße. Vogels z.B. 5000 Stck. 15ct./Stück plus Drucknebenkosten und Einrichtung.

Für das Projekt „Give Aways" (Gummibärchentüten, Traubenzucker, etc.) hat sich zunächst Herr Strauch bereit erklärt, die nächsten projektvorbereitenden Schritte einzuleiten, sofern das Interesse auf breiter Basis gegeben ist.

Abb. 2 Give Aways Zentrenmanagement: Fruchtgummitütchen

Baustellenbroschüre

Das Projekt „Baustellenbroschüre" umfasst eine vierteljährlich erscheinende Zeitungsbeilage mit Raum für individuelle Werbebotschaften, vorwiegend aber Informationen zur Baustelle, Parkleitsystem und den Aktionen in der Innenstadt zur jeweiligen Bauphase.

Das Projekt kann ggf. durch das Zentrenmanagement übernommen werden.

Beschilderung und Verkehrsführung

Die Beschilderung der Innenstadt und die Information über die Verkehrsführung werden von der Stadt, bzw. durch das Zentrenmanagement übernommen. Hier sollen neben Verkehrumleitungen, v.a. die innenstadtnahen und während der gesamten Bauzeit verfügbaren

Parkplätze in ihrer Sichtbarkeit erhöht und die Beschilderung der Wege von den Parkplätzen in die Innenstadt aufgegriffen werden.

Die aktuellen Umleitungspläne werden in Form von Pressemitteilungen sowie über die Homepages der Samtgemeinde und des Zentrenmanagements kommuniziert.

Auch ist die Zusammenfassung der Informationen in Form einer „Baustellenbroschüre“ vorstellbar.

Organisation und Verstetigung

Der Workshop zum Aufbau eines Baustellenmarketings kann als Impuls und Motivation wirken. Die darin generierten Arbeits- und Ideenansätze gilt es eigenständig weiterzuführen.

Die Kleingruppen wollen sich daher erneut treffen, um die erarbeiteten Ansätze zur Umsetzungsreife zu bringen. Zur Ausarbeitung und Organisation weiterer Aktionen und Events sollen noch Mitstreiter gewonnen werden.

Als nächstes Treffen wird der 17.10. um 19 Uhr in der Gastronomie „Kaiser Franz Josef“ vereinbart. Hier sind noch einmal alle Innenstadthändler und Gewerbetreibenden eingeladen. Zum einen können die Ergebnisse des Workshops besprochen, aber auch die nächsten Arbeitsschritte und Verantwortlichkeiten abgestimmt werden.

Das Zentrenmanagement kann bei Bedarf unterstützend herangezogen werden. Weiterhin besteht das Angebot mögliche Arbeitsstände in der Lenkungsgruppe des Zentrenmanagements zu präsentieren, zu diskutieren oder eine Entscheidungshilfe einzuholen. Die Lenkungsgruppe trifft sich in regelmäßigen Abständen von 4-6 Wochen. Sofern die Teilnahme an der Lenkungsgruppe gewünscht ist, kontaktieren Sie das Zentrenmanagement, vertreten durch Frau Nora Buhl (planungsgruppe puche gmbh).

Abschluss

Die Teilnehmenden vereinbaren den 17.10. um 19 Uhr in der Gaststätte „Kaiser Franz Josef“ in Gronau als nächsten Treffpunkt, um die ersten Ergebnisse weiter auszuarbeiten.

Anmerkungen zum Protokoll bitte innerhalb von 14 Tagen an die
planungsgruppe puche gmbh, Nora Buhl, nora.buhl@pg-puche.de.

planungsgruppe
puche
stadtplanung umweltplanung consulting gmbh

Northeim, den 02.10.2019
Nora Buhl, M.Sc. Stadt- und Regionalplanung

GRONAU leine BEWEGT!

WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

2. Händlerworkshop

HÄNDLER UND DIENSTLEISTER WAPPNEN SICH FÜR DIE BAUSTELLE!

26.09.2019 Stadt Gronau (Leine)

Ablauf

- Begrüßung
- Sachstandsbericht: Umbau Hauptstraße
- Rückblick Arbeitsergebnisse 1. Händlerworkshop
- Arbeitsphase

Sachstandsbericht: Umbau Hauptstraße

Die Variantenplanung wird noch den politischen Gremien vorgestellt und steht in Kürze auf der Homepage des Zentrenmanagements zur Verfügung. Unter: http://gronau-leine-bewegt.de/Planungsstand.html

Sowie als Download unter: http://gronau-leine-bewegt.de/Downloads.html

Ziele Baustellenmarketing

- Verlässliche Informations- und Kommunikationsstruktur
- Erreichbarkeit / Sichtbarkeit des Angebots
- Verkehrslenkung / Parkraummanagement
- Akzeptanz und Toleranz

Wie?

Management

Marketing & Events

Presse / Kommunikation

Wie?

Management

-> Minimierung der Belastungen (Schmutz, Lärm, schlechte Erreichbarkeit von Geschäften, etc.), Ablaufplanung, Sicherstellung Anlieferung, Passantenströme, Baustellenverkehr, usw.

Marketing & Events

-> Besondere Aktionen, Veranstaltungen und Feste, Werbemaßnahmen

Presse / Kommunikation

-> Öffentlichkeitsarbeit, Beteiligung aller Betroffenen, schnelle Informationspolitik, Aufbereitung und zur Verfügung stellen von Informationen

Projektbausteine Baustellenmarketing

- Baustellen-Dialog
- Arbeitsgruppe zur Detailplanung, Begleitung der Projektumsetzung (=2. Händlerworkshop)
- Maßnahmenplanung
- Kosten und Finanzierung
- Marketing

Projektbaustein: Baustellen-Dialog

- Austausch über aktuellen Planungsstand
- Format: Interfraktionelle Sitzung mit Händlerschaft

wiederkehrendes Format

Ziel: Vorbereitung auf kommende Bauphase

- Baustellenmanagement = Optimierung Abläufe für Händlerschaft

Projektbaustein: allg. Öffentlichkeitsarbeit

- Dachmarke „Gronau (Leine) bewegt!“ / Städtebauförderung
- Information über Verkehrslenkung
- Pressearbeit Bauphasen

Rückblick 1. Händlerworkshop

- 4 Arbeitsgruppen

Angebotspräsentation, Hinweisschilder, Verkehrsführung

Kleiner Supermarkt

Umgang mit der Baustelle

Aktionen zur Frequenzsteigerung

Arbeitsgruppen

Drei Arbeitsfelder

1. Gemeinsames Marketing / Angebotspräsentation (während der Baustelle)
2. Aktionen, Events, Frequenzsteigerung
3. Organisation der Mitwirkung (Zeitplan, Aufgabenteilung, Finanzierung)

Arbeitsfeld 1: Marketing / Gemeinsame Angebotspräsentation

- Formate
- Beteiligte, erforderliche / mögliche Kooperationen
- Umsetzungsperspektiven (kurz-,mittel-,langfristig)
- Information der Öffentlichkeit über Tätigkeit, Aktionen Baustellenmarketing, etc.
- Öffnungszeiten
- Kosten / Aufwand / Finanzierung

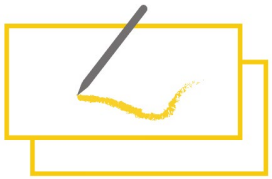
Arbeitsfeld 2:
Aktionen zur Frequenzsteigerung

- Ausarbeitung eines Portfolios / Katalog für Aktionen / Events
- Projektsteckbriefe (Was, Wie, Wo, Kurzbeschreibung, Aufwand, Kosten, Umsetzungshorizont, ggf. Ansprechpartner / Projektverantwortlicher)

Arbeitsfeld 3:
Organisation der Mitwirkung (Zeitplan, Aufgabenteilung, Finanzierung)

- Wie geht es weiter?
  - Organisation der Mitwirkung
  - Definition von Ansprechpartnern
  - Ausarbeitung von Aktionen / Maßnahmen
  - Verortung im Zeitplan
  - Sicherstellen der Finanzierung

1.

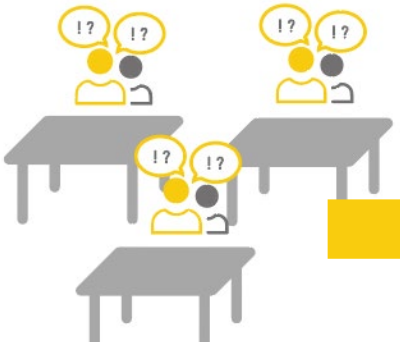


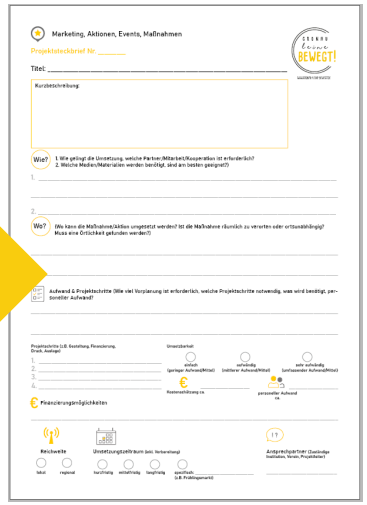
Ideensammlung
an den Stellwänden

10-15 Min.

2.

Kleingruppen zur Ausarbeitung
der Projektideen





Projektsteckbriefe

Teilnehmer dürfen zwischen den
Gruppen / Projekten wechseln

30 Min.

3.

Ergebnisse vorstellen / Projektideen priorisieren

Maßnahme / Veranstaltung im Zeitplan verorten

45 Min.

Ansprechpartner festlegen

Organisation / nächste Schritte

Arbeitsfeld 3: Organisation der Mitwirkung (Zeitplan, Aufgabenteilung, Finanzierung)

- Wie geht es weiter?
  - Organisation der Mitwirkung
  - Definition von Ansprechpartnern
  - Ausarbeitung von Aktionen / Maßnahmen
  - Verortung im Zeitplan
  - Sicherstellen der Finanzierung

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Haben Sie weitere Ideen oder Fragen? Lassen Sie es uns wissen!

Zentrenmanagement Gronau Innenstadt

planungsgruppe puche gmbh

Nora Buhl
05551-58 905 19
nora.buhl@pg-puche.de

Patrick Ronnenberg
05551-58 905 15
patrick.ronnenberg@pg-puche.de

Marketing, Aktionen, Events, Maßnahmen

GRONAU leine BEWEGT!
WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

Projektsteckbrief Nr. _____

Titel: Aktionen zur Kundenbindung

Kurzbeschreibung:
Schmutz(rabatte)
(Auto waschkarten)
Gummibärchen (Schokolade
Trauben zucker
Gehörschutzpfropfen
Baustellen-Zeitung
[wir sind für Sie da!]
(Trotz Baustelle erreichbar)
Aufreißen Bauhauptsaison
Plakate
siehe Kinderrückwand
Jäger Kreisrat

Wie? 1. Wie gelingt die Umsetzung, welche Partner/Mitarbeit/Kooperation ist erforderlich?
2. Welche Medien/Materialien werden benötigt, sind am besten geeignet?)

1. VHG → Sammelbesteller

2.

Wo? (Wo kann die Maßnahme/Aktion umgesetzt werden? Ist die Maßnahme räumlich zu verorten oder ortsunabhängig? Muss eine Örtlichkeit gefunden werden?)

– innerorts

Aufwand & Projektschritte (Wie viel Vorplanung ist erforderlich, welche Projektschritte notwendig, was wird benötigt, personeller Aufwand?

– f. Zeitung

Projektschritte (z.B. Gestaltung, Finanzierung, Druck, Auslage)

1.
2.
3.
4.

Umsetzbarkeit

Gummibärchen: [X] einfach (geringer Aufwand/Mittel)
Zeitung: [X] aufwändig (mittlerer Aufwand/Mittel) 500,–
[ ] sehr aufwändig (umfassender Aufwand/Mittel)

Kostenschätzung ca. 1.000,– €

personeller Aufwand ca.

Finanzierungsmöglichkeiten

Reichweite: [ ] lokal [ ] regional

Umsetzungszeitraum (inkl. Vorbereitung): [X] kurzfristig (Gummibär) [X] mittelfristig (Zeitung) [ ] langfristig [ ] spezifisch: (z.B. Frühlingsmarkt)

Ansprechpartner (Zuständige Institution, Verein, Projektleiter)
VHG
+ LDZ
+ Stadt

Marketing, Aktionen, Events, Maßnahmen

GRONAU leine BEWEGT!
WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

Projektsteckbrief Nr. _____

Titel: Banner

Kurzbeschreibung:

Große Banner an den Ortseingängen.
- gut erreichbar (immer)
- gute Parkmöglichkeiten

Wie? 1. Wie gelingt die Umsetzung, welche Partner/Mitarbeit/Kooperation ist erforderlich?
2. Welche Medien/Materialien werden benötigt, sind am besten geeignet?)

1. Logo einbinden
Design-Büro, Material prüfen

2

Wo? (Wo kann die Maßnahme/Aktion umgesetzt werden? Ist die Maßnahme räumlich zu verorten oder ortsunabhängig? Muss eine Örtlichkeit gefunden werden?)

An den Ortseingängen

Aufwand & Projektschritte (Wie viel Vorplanung ist erforderlich, welche Projektschritte notwendig, was wird benötigt, personeller Aufwand?

Entwurf bei Arbeitsgruppe vorstellen
dann Entscheidung treffen

Projektschritte (z.B. Gestaltung, Finanzierung, Druck, Auslage)

1.
2.
3.
4.

Umsetzbarkeit

- [x] einfach (geringer Aufwand/Mittel)
- [ ] aufwändig (mittlerer Aufwand/Mittel)
- [ ] sehr aufwändig (umfassender Aufwand/Mittel)

€ Kostenschätzung ca.

personeller Aufwand ca.

€ Finanzierungsmöglichkeiten

Reichweite
- [x] lokal
- [ ] regional

Umsetzungszeitraum (inkl. Vorbereitung) Baustellenzeit
- [ ] kurzfristig
- [ ] mittelfristig
- [x] langfristig
- [ ] spezifisch: (z.B. Frühlingsmarkt)

Ansprechpartner (Zuständige Institution, Verein, Projektleiter)

Marketing, Aktionen, Events, Maßnahmen

GRONAU leine BEWEGT!
WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

Projektsteckbrief Nr. _____

Titel: Parkplatz - Ausschilderung / Park-Leitsystem

Kurzbeschreibung:
alle Parkplätze gut ausschildern
(mit 5 Min. Gehweg) zur Innenstadt
& neuem Logo / Sitzgelegenheiten auf Weg zu Parkplatz
wir haben die kürzeren Wege! (zu Area)

Wie? 1. Wie gelingt die Umsetzung, welche Partner/Mitarbeit/Kooperation ist erforderlich?
2. Welche Medien/Materialien werden benötigt, sind am besten geeignet?)

1. Logo / Barstelle

2.

Wo? (Wo kann die Maßnahme/Aktion umgesetzt werden? Ist die Maßnahme räumlich zu verorten oder ortsunabhängig? Muss eine Örtlichkeit gefunden werden?)

Kuhmasch, Schule, Leine-Insel, JUZ

Aufwand & Projektschritte (Wie viel Vorplanung ist erforderlich, welche Projektschritte notwendig, was wird benötigt, personeller Aufwand?

Projektschritte (z.B. Gestaltung, Finanzierung, Druck, Auslage)

1.
2.
3.
4.

Umsetzbarkeit

○ einfach (geringer Aufwand/Mittel) ○ aufwändig (mittlerer Aufwand/Mittel) ○ sehr aufwändig (umfassender Aufwand/Mittel)

€ Kostenschätzung ca. _____

personeller Aufwand ca. _____

€ Finanzierungsmöglichkeiten

Reichweite

○ lokal ○ regional

Umsetzungszeitraum (inkl. Vorbereitung)

○ kurzfristig ○ mittelfristig ○ langfristig ○ spezifisch: _____ (z.B. Frühlingsmarkt)

!? Ansprechpartner (Zuständige Institution, Verein, Projektleiter)

Marketing, Aktionen, Events, Maßnahmen

GRONAU leine BEWEGT!
WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

Projektsteckbrief Nr. _____

Titel: dieles - sonntl

Kurzbeschreibung:

Wie? 1. Wie gelingt die Umsetzung, welche Partner/Mitarbeit/Kooperation ist erforderlich?
2. Welche Medien/Materialien werden benötigt, sind am besten geeignet?)

1. _____

2. _____

Wo? (Wo kann die Maßnahme/Aktion umgesetzt werden? Ist die Maßnahme räumlich zu verorten oder ortsunabhängig? Muss eine Örtlichkeit gefunden werden?)

Aufwand & Projektschritte (Wie viel Vorplanung ist erforderlich, welche Projektschritte notwendig, was wird benötigt, personeller Aufwand?

Projektschritte (z.B. Gestaltung, Finanzierung, Druck, Auslage)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Umsetzbarkeit

○ einfach (geringer Aufwand/Mittel)
○ aufwändig (mittlerer Aufwand/Mittel)
○ sehr aufwändig (umfassender Aufwand/Mittel)

€ Kostenschätzung ca. _____

personeller Aufwand ca. _____

€ Finanzierungsmöglichkeiten

Reichweite

○ lokal ○ regional

Umsetzungszeitraum (inkl. Vorbereitung)

○ kurzfristig ○ mittelfristig ○ langfristig ○ spezifisch: _____ (z.B. Frühlingsmarkt)

Ansprechpartner (Zuständige Institution, Verein, Projektleiter)

_____

Marketing, Aktionen, Events, Maßnahmen

GRONAU leine BEWEGT!
WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

Projektsteckbrief Nr. _____

Titel: Transfer v. d. außenliegenden Parkplätze.

Kurzbeschreibung:

- Bimmelbahn
- Golfcar
- Roller (e-scooter)
- Rikscha

Wie? 1. Wie gelingt die Umsetzung, welche Partner/Mitarbeit/Kooperation ist erforderlich?
2. Welche Medien/Materialien werden benötigt, sind am besten geeignet?)

1. _____

2. _____

Wo? (Wo kann die Maßnahme/Aktion umgesetzt werden? Ist die Maßnahme räumlich zu verorten oder ortsunabhängig? Muss eine Örtlichkeit gefunden werden?)

Aufwand & Projektschritte (Wie viel Vorplanung ist erforderlich, welche Projektschritte notwendig, was wird benötigt, personeller Aufwand?

Projektschritte (z.B. Gestaltung, Finanzierung, Druck, Auslage)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Umsetzbarkeit

○ einfach (geringer Aufwand/Mittel) ○ aufwändig (mittlerer Aufwand/Mittel) ○ sehr aufwändig (umfassender Aufwand/Mittel)

€ Kostenschätzung ca. _____

personeller Aufwand ca. _____

€ Finanzierungsmöglichkeiten

Reichweite

○ lokal ○ regional

Umsetzungszeitraum (inkl. Vorbereitung)

○ kurzfristig ○ mittelfristig ○ langfristig ○ spezifisch: _____ (z.B. Frühlingsmarkt)

Ansprechpartner (Zuständige Institution, Verein, Projektleiter)

_____

Marketing, Aktionen, Events, Maßnahmen

GRONAU leine BEWEGT!
WWW.GRONAU-LEINE-BEWEGT.DE

Projektsteckbrief Nr. _____

Titel: Bonusheft (geschäftsbeispielend)

Kurzbeschreibung:
Baustellen-Klebepunkte
LD Kino-Event verlosen

Wie? 1. Wie gelingt die Umsetzung, welche Partner/Mitarbeit/Kooperation ist erforderlich?
2. Welche Medien/Materialien werden benötigt, sind am besten geeignet?)

1. Kulturkreis?

2.

Wo? (Wo kann die Maßnahme/Aktion umgesetzt werden? Ist die Maßnahme räumlich zu verorten oder ortsunabhängig? Muss eine Örtlichkeit gefunden werden?)

Geschäfte / Kino

Aufwand & Projektschritte (Wie viel Vorplanung ist erforderlich, welche Projektschritte notwendig, was wird benötigt, personeller Aufwand?

Projektschritte (z.B. Gestaltung, Finanzierung, Druck, Auslage)

1.
2.
3.
4.

Umsetzbarkeit

○ einfach (geringer Aufwand/Mittel) ○ aufwändig (mittlerer Aufwand/Mittel) ○ sehr aufwändig (umfassender Aufwand/Mittel)

€ Kostenschätzung ca. _____

personeller Aufwand ca. _____

€ Finanzierungsmöglichkeiten

Reichweite

○ lokal ○ regional

Umsetzungszeitraum (inkl. Vorbereitung)

○ kurzfristig ○ mittelfristig ○ langfristig ○ spezifisch: _____ (z.B. Frühlingsmarkt)

!? Ansprechpartner (Zuständige Institution, Verein, Projektleiter)

Bauer –

immer

"wir sind erreichbar" !

Layout
auch für Anzeigen / Mailings verwenden.

BAUER –

"Wir sind erreichbar"

Baustellen / Klebepunkte - Bonusheft
(Geschäfte - übergreifend)

Bonusheft. Punkte Bauhelme sammeln

↳ Vorteile für Kunden durch das eigene Geschäft

↳ Liefer service

↳ wenn Heft voll ist, nimmt man an einer Verlosung statt.

Lochsteter / Gronauer Bier Pop Up Biergarten

monatlicher Werbeplan

Straßenmusikanten
Kinder + Jugendliche (Musikschule)

Preis: Wenn Sie Gronau in dieser Woche besuchen, kommen Sie 70 Tickets für Kino (Sondervorstellung)

~~Preis~~

Banner "Gronau ist erreichbar"

- Coupons auf den „äußeren Parkplätzen" verteilen
- nur noch 2 Minuten in die Innenstadt
- Parkplatztransfer (Golfcar)
- Lokomotive (zum Stadtfest)
- Grosssalling

Leuchtreklame

Ortseingänge

Gummibärchentütchen
mit Druck

Einweggehörschutzstöpsel mit
Aufdruck

Baustellen -

Broschüre Din A4

ganze Bauphase

Parkmöglichkeiten
an Zeitungsberichte
koppeln

Sitzgelegenheiten auf Weg zu Parkplätzen

Goel Cars j. ältere denk

Parkplatz → 5 Geh Min' zur Innenstadt

einfach sein!

Transport v Parkplatz

Graau wird' stoner!

Wir sind bestens erreichbar

Graau's Innenstadt erreichbar!

gute Parkmöglichkeiten

Wir freuen uns al Sie!

Smiley ☺

- Einkauf mit Bollerwagen
  (Einkäufe transportieren)

- Rikscha (Freitag
  Ferienjob
  (Transport z. Parkplatz)

- Bonus Card (Punkte
  sammeln
  + gewinnen!)

Events
- Pop up Biergarten
  (ABBO)

Do 17.10.19

Schmutz zuege

Leuchtreklame
Ortseingänge

Adventskalender

Baustelle - Broschüre (jede Bauphase)
↳ in Kombi mit Werbepeau
↳ 4 Beilage (Jahr)
↳ ausdrucken + auslegen
↳ Postwurf-Sendung
↳ in LDZ Bonitätsstellung
↳ mit Park-Leitsystem