

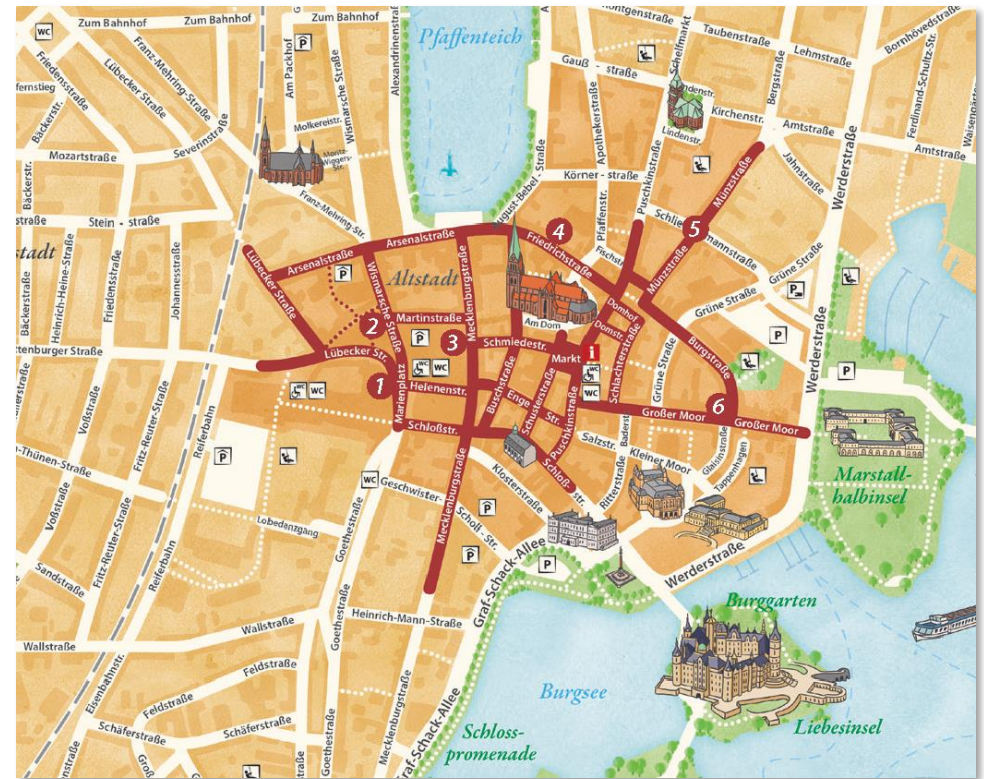
Citymanagement der Landeshauptstadt Schwerin

**27. Sitzung des Ausschusses für Wirtschaft,
Tourismus und Liegenschaften**

27. Mai 2021

Warum Citymanagement als Teil der Wirtschaftsförderung?

- Große Anzahl von Unternehmen aus Handel, Gewerbe und Gastronomie
- Innenstadt als Schwerpunkt des Schweriner Einzelhandels
- Touristische Bedeutung des historischen Stadtkerns
- Zusammenspiel von zahlreichen Akteuren braucht Koordination



Was sind Ziele des Citymanagements?

- Belebung der Schweriner Altstadt
- Ausgewogenheit, Erlebnis- und Aufenthaltsqualität
- Kooperatives Miteinander und Vernetzung aller Partner
- Ansprechpartner für Einzelhandel, Gewerbe und Gastronomie



Arbeitsschwerpunkte Citymanagement

- 1 Kommunikation, Austausch & Vernetzung
- 2 Wirtschaftsförderung, Unterstützung & Informierung
- 3 Standortvermarktung & Leerstandsmanagement
- 4 Innenstadtbelebung
- 5 Kreativwirtschaft & Innovation
- 6 Stadtbild & Aufenthaltsqualität



1 Kommunikation, Austausch & Vernetzung

- AG Innenstadt
- AG Baumaßnahme Wallstraßenbrücke /
IG Lebendige Innenstadt
- Schwerin kann #stadtfinden
- Handelsausschuss der IHK zu Schwerin
- CMVO e.V.
- Initiative – Die Stadtreter;
Best-Practice-Plattform: www.unsere-stadtimpulse.de u.a.
- Pressearbeit

2 Wirtschaftsförderung, Unterstützung & Informierung



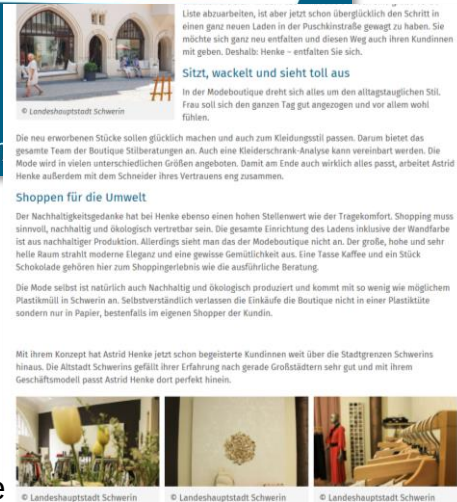
**Zu Hause bleiben
& lokal einkaufen**

schwerin.de/lokalkauf

#schwerinhältzusammen

www.schwerin.de/lokalkauf

www.altstadtblog-schwerin.de



Liste abarbeiten, ist aber jetzt schon überglücklich den Schritt in einen ganz neuen Laden in der Puschkinstraße gewagt zu haben. Sie möchte sich ganz neu entfalten und diesen Weg auch ihren Kundinnen mitgeben. Deshalb: Henke - entfalten Sie sich.

Sitzt, wackelt und sieht toll aus

In der Modeboutique dreht sich alles um den alltagtauglichen Stil. Frau soll sich den ganzen Tag gut anziehen und vor allem wohl fühlen.

Die neu erworbenen Stücke sollen glücklich machen und auch zum Kleidungsstil passen. Darum bietet das gesamte Team der Boutique Stilberatungen an. Auch eine Kleiderschrank-Analyse kann vereinbart werden. Die Mode wird in vielen unterschiedlichen Größen angeboten. Damit am Ende auch wirklich alles passt, arbeitet Astrid Henke außerdem mit dem Schneider ihres Vertrauens eng zusammen.

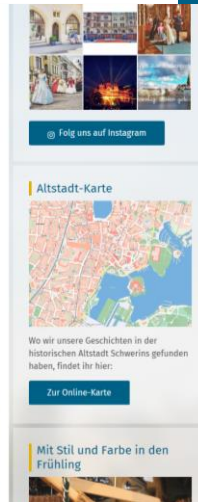
Shoppen für die Umwelt

Der Nachhaltigkeitsgedanke hat bei Henke ebenso einen hohen Stellenwert wie der Tragekomfort. Shopping muss sinnvoll, nachhaltig und ökologisch vertretbar sein. Die gesamte Einrichtung des Ladens inklusive der Wandfarbe ist aus nachhaltiger Produktion. Allerdings sieht man das der Modeboutique nicht an. Der große, hohe und sehr helle Raum strahlt moderne Eleganz und eine gewisse Gemütlichkeit aus. Eine Tasse Kaffee und ein Stück Schokolade gehören hier zum Shopperlebnis wie die ausführliche Beratung.

Die Mode selbst ist natürlich auch Nachhaltig und ökologisch produziert und kommt mit so wenig wie möglichem Plastikmüll in Schwerin an. Selbstverständlich verlassen die Einkäufe die Boutique nicht in einer Plastiktüte sondern nur in Papier, bestenfalls in eigenen Shopper der Kundin.

Mit ihrem Konzept hat Astrid Henke jetzt schon begeisterte Kundinnen weit über die Stadtgrenzen Schwerins hinaus. Die Altstadt Schwerins gefällt ihrer Erfahrung nach gerade Großstädtern sehr gut und mit ihrem Geschäftsmodell passt Astrid Henke dort perfekt hinein.

© Landeshauptstadt Schwerin © Landeshauptstadt Schwerin © Landeshauptstadt Schwerin



Altstadt-Karte

Wo wir unsere Geschichten in der historischen Altstadt Schwerins gefunden haben, findet ihr hier:

Zur Online-Karte

Mit Stil und Farbe in den Frühling

Folg uns auf Instagram

© Landeshauptstadt Schwerin



**CHECK DICH EIN,
DANN KANNST DU REIN.**

**SEI
DABEI!
MIT LUCA.**

LUCA
QR-CODE
EINSETZEN

**JETZT APP
DOWNLOADEN.**

© Landeshauptstadt Schwerin

Newsletter
Citymanagement



**Newsletter des Citymanagements der
Landeshauptstadt Schwerin**

Sehr geehrte/r Herr/Frau subscriber,

das Citymanagement informiert Sie regelmäßig etwa 1x im Monat überschaubar und exklusiv zu Themen des Wirtschaftsstandortes Innenstadt.

Wenn Sie ebenfalls Neuigkeiten zu berichten haben, lassen Sie mich es wissen. Ich baue die Informationen gern in die folgende Ausgabe mit ein.

Ausgabe 1 | 2021

Webseite Lokalkauf Schwerin

Die Landeshauptstadt unterstützt Geschäfte, Restaurants, Cafés und Dienstleister fortlaufend mit einer übersichtlichen Listung von Onlineshops, lokalen Lieferdiensten oder Abholmöglichkeiten auf der reichweitenstarken Webseite "Lokalkauf Schwerin" und wirbt ergänzend dazu u.a. über die digitalen Werbeflächen im Stadtgebiet für das lokale Einkaufen und Konsumieren.

Sollten Ihre aktuellen Angebote noch nicht unter "Lokalkauf Schwerin" zu finden sein, können Sie das Kontaktformular auf der Webseite nutzen oder sich direkt bei mir melden. Zudem sucht ein Werbekannaler auf der Webseite zum Herunterladen bereit, um in den Schaufenstern in einem einheitlichen Look auf Ihre Angebote aufmerksam zu machen.

Umfrage zur aktuellen Situation in Schwerin

Um eine Einschätzung der konkreten Lage in Schwerin in Sachen Auswirkungen der Corona-Pandemie vornehmen und damit aktiv an einer zukunftsorientierten Strategie mitarbeiten zu können, hat die Stadtmarketinggesellschaft Schwerin eine entsprechende Umfrage online gestellt.

Die Teilnahme an der Befragung ist noch bis zum 23.02. möglich. Die Auswertung erfolgt selbstverständlich anonym.

Nehmen Sie sich gern ca. 5 Minuten Zeit. Zur Umfrage geht es hier entlang.

Leerstandsinszenierung im Rahmen des Wettbewerbs "Erfolgsraum Altstadt"

**Wettbewerb Westmecklenburg 2021
ERFOLGSRAUM
Altstadt**

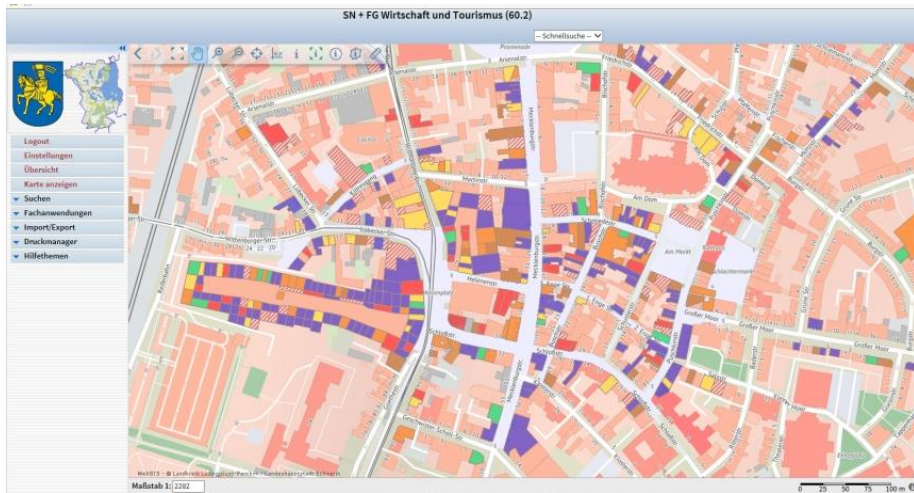
Im Vorfeld des alle zwei Jahre stattfindenden IHK-Wettbewerbs "Erfolgsraum Altstadt", bei welchem ab April 2021 spannende Geschäftsideen, interessante Neugründungen und gelungene Geschäftsentwicklungen eingereicht und prämiert werden, findet auch in der Landeshauptstadt, als einer der Partnerinnen des Wettbewerbs, die Inszenierung eines Leerstands statt. Die Buschstr. 24 wird dementsprechend in den kommenden drei

2 Wirtschaftsförderung, Unterstützung & Informierung - Aktuelle Situation -

- Öffnungen EZH ab 20.05. (AV LHS)
- Öffnungen Gastronomie ab 23.05. & weitere Öffnungen (Corona-LVO M-V)
- Offene Fragen u.a.: Kontaktnachverfolgung, Korbpflicht, Gastronomie in Centern



3 Standortvermarktung & Leerstandsmanagement



Einzelhandelsatlas
(Geodatenportal)



3 Standortvermarktung & Leerstandsmanagement - Baustellenmarketing -



Baustelle Gr. Moor

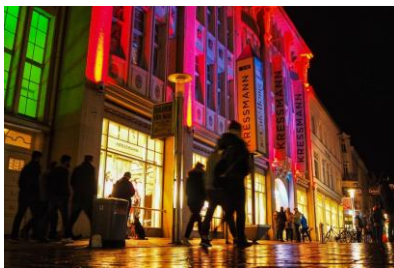


Alle Geschäfte am Großer Moor freuen sich auf Sie!



Baustelle Wallstraßenbrücke

4 Innenstadtbelebung



Verkaufsoffene Sonntage, Late-Night-Shoppings

4 Innenstadtbelebung - Restart-Kampagne „Schwerin kann #stadtfinden“ -



Kunst im Vorbeigehen



KunstErwachen

4 Innenstadtbelebung - Restart-Kampagne „Schwerin kann #stadtfinden“ -

Social Media, Banner, Roadsidescreens, Schaufenster TV, Flyer, Aufkleber, Landingpage, Plakate, Medienberichte, Postkarten, Videos, Fahnen, Giveaways, Element für Wiedererkennung

Erlebnis kann #Stadtfinden

Kunst im Vorbeigehen

- Regionale Künstlerinnen stellen in Geschäften bzw. Schaufenstern Kunstwerke unterschiedlicher Couleur aus (Gemälde, Handwerk, Lyrik, Grafiken, Skulpturen, Fotos, Collagen etc.)

Ziel:

- Zusammenbringen von regionaler Kunstszene und Einzelhandel
- Aufmerksamkeit für die Branchen
- Gäste und Einwohner:innen zum Bummeln animieren

Kultur kann #Stadtfinden

Konzerte / Auftritte

- kleine, dezentrale Konzerte und Kleinkunst im öffentlichen Raum und auf den Terrassenbereichen der Gastronomie oder im Einzelhandel

Ziel:

- Den öffentlichen Raum beleben
- Schaffung von Auftrittsmöglichkeiten für Künstler:innen
- Schaffung einer angenehmen Atmosphäre mit musikalischer Untermalung
- Einbindung weiterer Veranstaltungen und Akteure

Kunst kann #Stadtfinden

KunstErwachen

- Temporäre Kunstinstallationen in Hinterhöfen, Vorgärten oder auf Terrassen von Gastronomien
- 14 Locations geplant
- QR Code, führt zu weiteren Höfen sowie zu Informationen über den Künstler
- Wortprojekt

Ziel:

- Kunst sichtbar machen
- Schwerin individuell erleben
- spezielle Führungen
- interaktive Karte auf Landingpage für individuelle Routenplanung durch die Stadt
- Galerien einbeziehen

Genuss kann #Stadtfinden

Aktionswoche(nende)*

- Aktionszeitraum (Woche oder Wochenende) aller Akteure
- Besuchsanlässe in der Stadt schaffen (VOS, Aktionen im öffentlichen Raum, Aktionen bei Händlern und Gastronomen)

Ziel:

- Öffnungsperspektive zeigen
- Zusammenhalt stärken
- Innenstadt beleben
- Startpunkt setzen
- Strahlkraft erzeugen
- Aufmerksamkeit für Schwerin

* je nach aktueller Verordnungslage

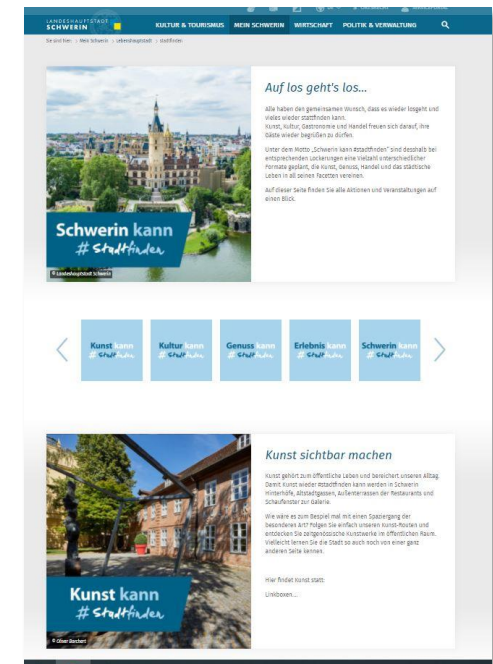
Schwerin kann #Stadtfinden

Kunst in Öffentlichkeit

- vorhandene Kunst im Stadt-raum hervorheben
- Organisation/Kreierung spezieller Führungen, Routen und Rundgänge (Instawalk)
- Einbeziehen u.a. auch von öffentlicher Kunst auf Verkehrsinseln etc.
- QR-Codes mit hinterlegten Informationen

Ziel:

- Sichtbarmachen vorhandener Stadtkunst
- Interesse wecken für künstlerische Hintergründe der Kunstwerke
- zum individuellen Entdecken und Flanieren animieren



Projektbausteine der Restart-Kampagne

www.schwerin.de/stadtfinden

4 Innenstadtbelebung - Strukturentwicklungsmaßnahmen -

1 Konzipierung und Umsetzung von innerstädtischen Belebnungsmaßnahmen
(**SMG & LHS**)

2 Attraktivitätssteigerung in Innenstädten SN & HWI

→ Konzipierung von Ausstellungen, Konzerten, Lesungen; Mitwirkung an Stadtfesten, Kulturnächten etc. (**Modehaus Kressmann**)

3 Konzeptentwicklung innerstädtisches Erlebnisquartier

→ Entwicklung eines Erlebnisquartiers unter Betrachtung innerstädtischer Leerstandsflächen (**Kultur! Schwerin gUG**)

5 Kreativwirtschaft & Innovation

WER SIND WIR?

Freiraum ist Zukunft

In den Metropolen werden die Räume knapp. Immer mehr Menschen zieht es aufs Land. Westmecklenburg lockt mit attraktiven, bezahlbaren Freiräumen, die Leben und Arbeiten in naturnaher Umgebung in Einklang bringen. Gutshäuser und Scheunen, Mühlen und Speicher, Freizeitanlagen und Hallen bieten Raum für neue Geschäftsideen, gemeinsame Ateliers, Tagungsräume und Werkstätten, Büros, Studios und Künstlerhäuser im „dichten“ und „leeren“ Mecklenburg-Schwerin. Hier entstehen neue Kreativquartiere mit digitalen Startups, Medien- und Werbeagenturen, Design- und Architekturbüros, Kunst und Handwerk in Verbindung mit Gastronomie, Vereinen und Bildungsangeboten.

Biete Frei.Raum – suche Player & Maker
Kreative MV – der Landesverband Kultur- und Kreativwirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V. startet an drei ausgewählten Orten in Westmecklenburg ein Pilotprojekt, in dem Akteure der Kreativwirtschaft, Kommunen und interessierte Bürger*innen den Freiraum vor Ort gemeinsam erkunden und neu beleben. Zukunftsweisende Geschäftsideen und innovative Unternehmen sind ebenso willkommen wie Vereine, Genossenschaften und gemeinnützige Projekte, die die Gemeinschaft vor Ort stärken.

LAGEPLAN



KREATIVQUARTIER SCHWERIN
BAUSTRASSE 7A 19041 SCHWERIN
INFO@BAUSTRASSE7A-SCHWERIN.DE
WWW.BAUSTRASSE7A-SCHWERIN.DE



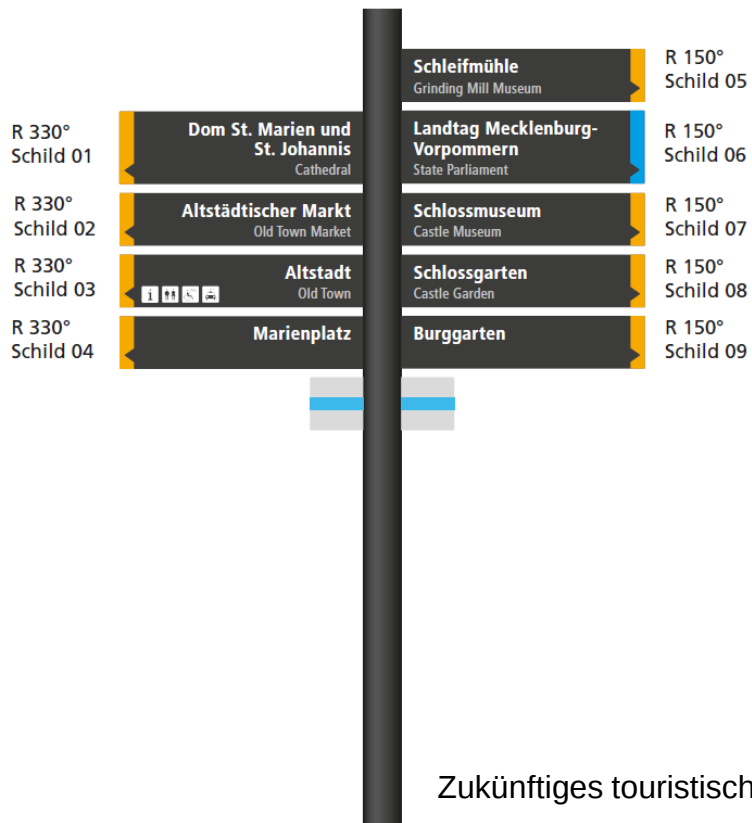
KREATIVQUARTIER SCHWERIN
BAUSTRASSE 7A 19041 SCHWERIN
INFO@BAUSTRASSE7A-SCHWERIN.DE
WWW.BAUSTRASSE7A-SCHWERIN.DE



Ein lastenfahrrad-basierter Lieferservice für Schwerin?

Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft
„Kreativquartier Görries“

6 Stadtbild & Aufenthaltsqualität



Zukünftiges touristisches Leit- und Orientierungssystem

6 Stadtbild & Aufenthaltsqualität



Innenstadtplan
City-Light-Poster (Ströer)



Gestaltungsleitlinien Sondernutzungs-
und Werbesatzung



Gestaltungsleitlinien Außergastronomie und
Außer-Haus-Verkauf

Ziele & Herausforderungen für 2021ff.

Zentrale Herausforderungen:

- Nachwirkungen der Corona-Pandemie (neue Konsummuster u.a.)
 - Strukturwandel/Online-Handel (u.a. digitale Sichtbarkeit, digitale Prozesse)
 - Baumaßnahmen (u.a. Wallstraßenbrücke)
- Schaffung dauerhafter Frequenz („Der dritte Ort“ → (Einkaufs-)Erlebnis, Aufenthaltsqualität)
- Schaffung von Fördertöpfen für Entwicklung/Umsetzung von innerstädtischen Strategien/Projekten (Land M-V)

Ziele:

- Gemeinsame (Marketing-) und veranstaltungsseitige Maßnahmen zwecks qualitativer Belebung der Innenstadt
- Weitere Optimierung/Zusammenführung innerstädtischer Abstimmungsprozesse
- Formulierung einer Innenstadtentwicklungsstrategie
- Inkl. Gewährleistung innovativer, zukunftsgewandter und gründungsfreundlicher Ansätze: kreative/nachhaltige/regional verhaftete Geschäftskonzepte; kleinteilige Nutzungsdurchmischung ((Lebensmittel-)Handel, Wohnen, DL, Handwerk, KKW), temporäre Zwischen- und Umnutzungen, Pop-Ups, Show-Rooms, flexibel nutzbare Büro- und Gewerbeflächen...



Haben Sie vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

...noch Fragen?

Weitere Informationen zum Citymanagement unter:
www.schwerin.de/wirtschaft/wirtschaftsfoerderung/citymanagement/