



*Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort*

Wettbewerbsbeiträge 2017 - 2025



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS

Ihre Ansprechpartner



Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Bauen

Niedersächsisches Ministerium für
Wirtschaft, Verkehr und Bauen
Friedrichswall 1
30159 Hannover
Marvin Bittkow
Telefon: 0511 120-5514
marvin.bittkow@mw.niedersachsen.de
www.mw.niedersachsen.de



Handelsverband Niedersachsen-Bremen

Handelsverband Niedersachsen-Bremen e.V.
(HNB)
Hinüberstraße 16-18
30175 Hannover
Karin Schindler-Abbes
Telefon: 0511 33708-36
schindler-abbes@handelsverband-nb.de
www.handelsverband-nb.de



GENOSSENSCHAFTS- VERBAND WESER-EMS

Genossenschaftsverband Weser-Ems e.V.
Raffeisenstraße 26
26122 Oldenburg
Svenja Heep
Telefon: 0441 21003-558
svenja.heep@gvweser-ems.de
www.gvweser-ems.de



IHK Niedersachsen Landesarbeitsgemeinschaft

IHK Niedersachsen (IHKN)
Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover
Kathrin Wiellowicz
IHKN Federführung Handel
Telefon: 04141 524-142
kathrin.wiellowicz@elbeweser.ihk.de
www.ihk.de/elbeweser



Nordenham Marketing & Touristik e.V.

Nordenham Marketing und Touristik e.V.
Marktplatz 7
26954 Nordenham
Ilona Tetzlaff
Telefon: 04731 936-433
i.tetzlaff@nordenham.net
www.nordenham.de

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Starke Mitte - L(i)ebenswertes Zentrum, Ostercappeller Kaufhaus,

Ostercappeln

2017

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Starke Mitte – L(i)ebenswertes Zentrum

Institution

Ostercappeller Kaufhaus

Ansprechpartner

Wolfgang Tullney
Südstr. 1, 49179 Ostercappeln
05473-2030
wtullney@web.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Mit der Gründung des Ostercappeller Kaufhauses 2010 sollte das spezifische Besatz- und Angebotsprofil im Ortskern von Ostercappeln neu beworben und ergänzt werden. Weiterhin sollten neben gestalterischen Maßnahmen an den Geschäftshäusern und neuer Wegweisung / Werbung für das Ostercappeller Kaufhaus auch originelle Maßnahmen durchgeführt werden (z.B. „Rotes Sofa“ auf dem Kirchplatz, Open-Air-Kino, Kaufhaus-News). Anspruch und Leitbild ist, dass die Händler, Dienstleister und Immobilieneigentümer sich selbst – in Kooperation mit der Gemeinde – um ihren Ortskern kümmern – mit einfachen, originellen und abgestimmten Maßnahmen.

Die Akteure im Ostercappeller Kaufhaus orientieren sich dabei an den Arbeitsweisen eines professionellen Centermanagements (z.B. Kamp Promenade in Osnabrück). Arbeitsweisen, Maßnahmen, Marketingaktionen u.ä. folgen denen der „Profis“ und werden auf die lokalen Gegebenheiten angepasst. Dieser Ansatz ist zumindest in Norddeutschland wohl einzigartig und erfolgreich.

Das Ostercappeller Kaufhaus ist kein vorübergehendes Projekt, sondern ein auf Dauer angelegter, fortdauernder Prozess unter sich stetig weiter wandelnden Rahmenbedingungen.

Die Attraktivität des Ortskerns als Einkaufsstandort, gesellschaftlicher Treffpunkt und Wirtschaftsstandort wurde so in den vergangenen 7 Jahren deutlich erhöht. Die Qualitäten des Ortszentrums werden somit gesichert und konsequent weiterentwickelt.

Die Organisation erfolgt ehrenamtlich, von Mitgliedern wird jährlich ein Beitrag von 20 € erwartet. Bisherige Investitionen wurden über die Teilnahme an Förderprogrammen und finanziellem Engagement der Eigentümer bzw. Inhaber getätigt. Wichtige Kooperationspartner sind die Gemeinde Ostercappeln sowie der Landkreis Osnabrück.

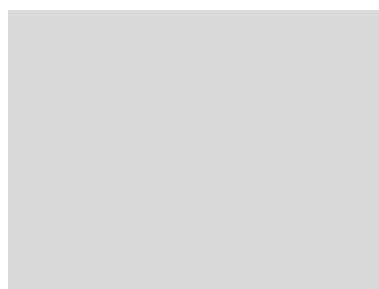
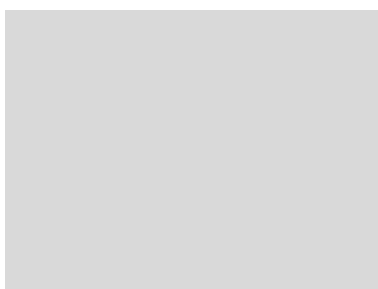
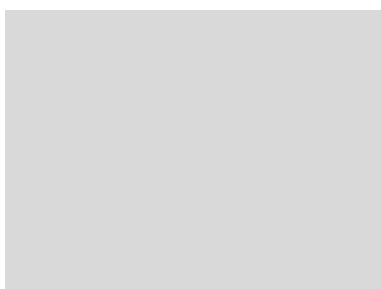
Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Förderprogramme

Quartiersinitiative Niedersachsen (QiN), Zukunftsfonds Ortskernentwicklung Landkreis Osnabrück
(1.0, 2.0, 3.0, 4.0)

Fotos oder Links zu Videos:



Datum: 25.09.2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Dorf Treff mit Einkaufsmöglichkeit, Dorfladen Rhade w.V.,

Rhade

2017

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Dorf Treff mit Einkaufsmöglichkeit – von Bürgern für Bürger

Institution

Dorfladen Rhade w.V.

Ansprechpartner

Rolf Heinz

Zevener Strasse 2, 27404 Rhade

04285 457

Heinz.Rhade@web.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Bericht in der Zevener Zeitung vom 20.06.17

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Nachdem in unserem Ort die Gasthöfe und die Einzelhändler ihren Betrieb eingestellt hatten und der Ortskern zu veröden drohte, entstand bei interessierten Bürgern der Wunsch, eine ehemalige Gaststätte für die Belange der Dorfbevölkerung zu nutzen und so dem demografischen Wandel und dem Dörfer sterben aktiv zu begegnen. Eine Bürgerbefragung zur konkreten Nutzung der ehemaligen Gaststätte ergab, dass mehrheitlich eine Einkaufsmöglichkeit gewünscht wurde, gefolgt von dem Wunsch, den Saal der Gaststätte zukünftig als Dorfgemeinschaftsraum zu nutzen. So entstand das Projekt „DorfTreff“ mit dem Ziel, einen Dorfladen für die gesicherte Grundversorgung/Daseinsvorsorge und als soziale Begegnungsstätte zu schaffen. Das Projekt begann Ende 2012 und im April 2017 nahm der Dorfladen Rhade seinen Betrieb auf.

Förderprogramme

[Hier Förderprogramme eingeben]

Fotos oder Links zu Videos:

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Datum: 26.09.2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

"FLAUAS - ein Königreich
Für Ihren Garten",
Flauas GmbH,

Rostrup

2018



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2018

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

FLAUAS - ein Königreich für Ihren Garten

Institution

FLAUAS GmbH

Ansprechpartner

Tordis Stöckmann

Ocholter Str. 1, 26160 Bad Zwischenahn

04403 6929430

info@flauas.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

FLAUAS – ein Königreich für Ihren Garten

FLAUAS wurde am 23. Juni 2018 in Bad Zwischenahn-Rostrup eröffnet. Der Laden wird von mir, Tordis Stöckmann, inhabergeführt. Zusammen mit zwei Mitarbeiterinnen verkaufe ich bei FLAUAS schöne, hochwertige Produkte für den Garten – angefangen von Pflanzen, über Gefäße und Deko bis hin zu Outdoorküchen.

Vor der Gründung habe ich bereits 5 Jahre im Buchhandel gearbeitet. Nach einer darauf folgenden 14-jährigen Zeit in der Werbebranche hat es mich dieses Jahr zurück in den Einzelhandel gezogen.

Nun aber zum innovativen Charakter von FLAUAS:

1) Die Aufwertung der Rostruper Kreuzung

Die Rostruper Kreuzung im Sommer 2017. Ein eher trauriger Anblick. Ganz anders ein Jahr später. FLAUAS lädt ein, hereinzuschauen und zu bummeln.

Die Bürger sind begeistert und auch der Gemeinderat freut sich über den neuen Anblick. Dort, wo zuvor Autos auf einem lieblos angelegten Grundstück verkauft wurden, herrscht nun Grün und Leben.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Statt pflegeleichter Pflasterung haben wir uns für aufwändig bepflanzte Beete entschieden. Ein Tor im Zaun macht es Fußgängern und Fahrradfahrern leicht, zu uns zu kommen. Am Abend werden das Gebäude und Objekte auf dem Grundstück in bunten Farben beleuchtet.

Nicht zuletzt durch den neuen Anblick, wurde eine lange leerstehende Immobilie direkt gegenüber endlich vermietet. Rostrup hat eindeutig gewonnen.

2) „So ein Geschäft hätten wir in Rostrup gar nicht erwartet.“

Die Gemeinde Bad Zwischenahn im Ammerland ist die Baumschulhochburg schlechthin. Der Park der Gärten trägt sehr dazu bei, dieses Image zu unterstützen. Aber die entsprechenden Läden? Die waren alles andere als besonders. Bisher gab es in Bad Zwischenahn nur 08/15-Gartencenter.

Wir machen drei Dinge anders:

Das Sortiment:

Bei FLAUAS findet man alles rund um den Garten: Pflanzen, Möbel, Lichter, Accessoires, Deko, Vogelhäuser und vieles mehr. Aber all diese Produkte sind bei uns ein wenig anders. Sie müssen zum einen eine besonders gute Qualität aufweisen. Zum anderen müssen sie über eine gewisse Exklusivität verfügen, man darf sie nicht überall finden. Gerade diese Tatsache, lässt Kunden staunen. Viele wundern sich, dass man in einem Ort mit nicht mal 3.500 Einwohnern internationale Produkte findet, die man eher in einer Großstadt erwartet.

Auch auf lokale Wünsche gehen wir beim Sortiment ein. So gab es zum Beispiel keine Blumensträuße im Umkreis von 5 km zu kaufen. Diese haben wir nun im Sortiment. Gerade alte Leute danken es uns.

Man kann bei FLAUAS keine qualitativ minderwertigen Hecken-Pflanzen im unteren Preissegment kaufen können. Dafür aber außergewöhnliche Nadel- und Laubgehölze, die sich auch in kleinen Gärten und im Gefäß wohlfühlen. Oft auch Neuheiten, die im naheliegenden Park der Gärten vorgestellt werden. Die Pflanzen stammen alle aus den benachbarten Gemeinden.

Die Präsentation:

Bei FLAUAS wiederholen sich nicht immer gleiche Artikel in langweiligen Regalen. Stattdessen präsentieren wir kleine Erlebniswelten.

Regale und Tische wurden aus alten Gerüstbohlen gefertigt, die das Gartenambiente unterstreichen.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Um neue Kunden zu gewinnen planen wir regelmäßig Aktionen auf dem Gelände. Kürzlich haben wir mit der Grill-Firma Beefer® ein Event veranstaltet.

Weitere geplante Aktionen in den nächsten Wochen:

- 5. Oktober 2018: Ladies Night – ohne Männer und Maniküre, dafür mit Prosecco und Prozenten
- 9./10. November 2018: Adventsausstellung
- 1. und 15. Dezember 2018: Weihnachtsmarkt auf unserem Gelände in Kooperation mit der örtlichen freiwilligen Feuerwehr

Förderprogramme

[Hier Förderprogramme eingeben]

Fotos oder Links zu Videos:



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Konzept "Bad Bevensen: Tierisch gut!",
Bad Bevensen Marketing GmbH,

Bad Bevensen

2019



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2019

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Konzept „Bad Bevensen: Tierisch gut!“

Institution

Bad Bevensen Marketing GmbH

Ansprechpartner

Jessica Maaß

Dahlenburger Straße 1, 29549 Bad Bevensen

05821 97683 -46

jessica.maass@bad-bevensen.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Konzept „Bad Bevensen: Tierisch gut!“

Kunstaktion rund um das Bad Bevenser Maskottchen

Bad Bevensen ist eine Kurstadt mit rund 9.000 Einwohnern. Die Fußgängerzone zwischen Kurpark und Innenstadt mit ca. 1.000m Länge bietet inhabergeführte Geschäfte und Gastronomie. Die Probleme für den Handel (Onlinehandel, grüne Wiesen etc.) sind auch hier spürbar. Um die Innenstadt weiterhin attraktiv zu gestalten, noch mehr Gäste zu gewinnen und auch für „Hingucker“ beim Einkaufen und Verweilen zu sorgen, hat die Bad Bevensen Marketing (BBM) eine Kunstaktion für 2019 entwickelt.

Mit der bunten, fantasievollen open-air-Ausstellung „Bad Bevensen: Tierisch gut!“ startete die Heidestadt in die Saison. Von Saisonbeginn an bis in den Herbst hinein tummeln sich in der Stadt knapp 90 originell bemalte und gestaltete Eichhörnchen-Skulpturen. Sie stehen in und vor den Geschäften, im Kurpark, in der Jod-Sole-Therme und beim Kurhaus. Spuren von Eichhörnchenpfoten auf den Fußwegen weisen den Besuchern den Weg. Mit dieser fröhlichen Kunstaktion zeigt sich Bad Bevensen von seiner bunten, kreativen Seite.

Die Skulpturen wurden zunächst aus Holz in zwei verschiedenen Positionen - laufend und sitzend – von einer örtlichen Tischlerei zurechtgesägt. Anschließend gestalteten Geschäftsleute, Privatpersonen, Künstler und Kinder aus Bad Bevensen die Skulpturenrohlinge auf verschiedenste Weise. Der Fantasie waren dabei nur wenige Grenzen gesetzt. Die Kosten je Skulptur beliefen sich auf 85,- €, sowie die eigene künstlerische Gestaltung.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Warum ausgerechnet Eichhörnchen?

Sie sind Bewohner des Kurparks Bad Bevensen, und eines von ihnen ist der Botschafter der Stadt. Immer wieder turnte es vor den Fenstern des örtlichen Tourismusbüros herum und nahm dankend die Nüsse entgegen, die Mitarbeiter ihm anboten. Bereitwillig ließ sich das Hörnchen von ihnen fotografieren, oft umgeben von Requisiten, zum Beispiel inmitten von Heidelandschaft, an einem Mini-Schlagzeug, im Swimmingpool usw. Bald kam es ständig zu Besuch.

Die Mitarbeiter gaben ihm den liebenswürdig-altmodischen Namen Hans-Hermann, und seitdem preist er auf seiner Facebook-Seite mit knapp 4.000 Fans die schönsten Seiten „seines“ Kurparks und Heimatortes an. Grund genug, ihm eine eigene Ausstellung zu widmen, zumal er auch dafür bereitwillig Modell stand.

Veranstaltungen rund um die Kunstaktion

Bis in den Oktober hinein wird die Kunstaktion von einer ganzen Reihe an Veranstaltungen begleitet: Vom Naturmarkt über Skulpturensägen und Malwettbewerbe für Kinder bis hin zur Geocachingtour und einem Einkaufspass der teilnehmenden Geschäfte. Straßenkünstlerin Melina Berg zauberte im Mai ein dreidimensionales Straßenbild auf den Boden, ein Skulpturensäger schnitzte ein Eichhörnchen mit einer Motorsäge auf dem Kirchplatz und ein Pappaufsteller als Selfie-Point konnte von den Vereinen und Geschäften ausgeliehen werden.

Hans-Hermann ist nachhaltig

Klar, wer so beliebt ist wie Hans-Hermann, braucht auch seine eigenen Souvenirs. Ob Tasse, Regenschirm, Fahrradklingel oder kuscheliges Plüschtier – das Eichhörnchen aus dem Kurpark ziert die unterschiedlichsten Produkte. Auch Handel und Gastronomie nutzen die Figuren zur eigenen Vermarktung. So entwickelt sich Hans-Hermann zum neuen Stadtmaskottchen.

Ziele verwirklichen

Durch die Kunstaktion konnte die BBM unterschiedliche Ziele umsetzen. Unter anderem wurde durch die Aktion und die Veranstaltungen die Innenstadt belebt, der stationäre Einzelhandel durch die Mitwirkung der Skulpturen gestärkt, das soziale „Miteinander“ und der Zusammenhalt in der Gemeinde gefördert und die Versorgung im ländlichen Raum gesichert.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Durch die Presse wurde die Aktion auch über die lokalen Grenzen hinaus bekannt und das familienfreundliche Angebot lockte neue Kunden in die Innenstadt. Dies erzielte positive Effekte auf Handel, Gastronomie, Hotellerie und Zubringerwirtschaft.

Weitere Informationen unter:

www.bad-bevensen.de/bad-bevensen-entdecken/hans-hermann



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
25. Jul 2019



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Die schlaue Stunde,
Bücher von Bestenbostel,

Nordenham

2019

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Die Schlaue Stunde

Institution

Bücher von Bestenbostel

Ansprechpartner

Anne v. Bestenbostel

Marktpassage 2, 26954 Nordenham

04731 923040

anne@bestenbostel.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Mit einer Art "Sendung der Maus für Erwachsene" versammeln wir interessierte Nordenhamer bei uns im Laden und kommen ins Gespräch. Bitte beachten Sie unsere angehängte Bewerbung.

Förderprogramme

Fotos oder Links zu Videos:

https://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/hallo_niedersachsen/Nordenham-Niedersachsens-beste-Buchhandlung,hallonds53510.html

Datum: 06. Sep 2019



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Buchhandlung einmal anders Buchhandlung "Kapitel 17",

Stade

2019

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Buchhandlung einmal anders

Institution

Buchhandlung "Kapitel 17"

Ansprechpartner

Christiane Huß Stader Bibel- und Missionsgesellschaft e.V.
Höckerstraße 17, 21682 Stade
04141 - 84003
stader.bibelgesellschaft@kabelmail.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

„Kapitel 17“: Buchhandlung – Fair gehandelte Produkte – Kirche in der Stadt

Mit einem innovativen und kreativen Konzept betreiben wir, die Stader Bibel- und Missionsgesellschaft, seit Ende 2018 inmitten der Stader Innenstadt in der Höckerstraße Nr. 17 ein Geschäft, das auf drei Säulen ruht:

- Einer christlichen Buchhandlung
- Dem Handel mit fairen Produkten
- Kirchlichen Angeboten mitten in der Fußgängerzone

Mit seiner Lage gegenüber dem historischen Rathaus verbindet „Kapitel 17“ zentrale Orte und Geschäfte. Der Weg aller (Tages-)Touristen führt hier entlang.

Christliche Buchhandlung

Wir stellen keine Konkurrenz zum örtlichen Buchhandel dar, da wir christliche Publikationen anbieten wie Bibeln und Bücher zu Themen wie Taufe, Trauer, Gebet, Pilgern und Spiritualität. Ein weiterer Bereich bilden die christlichen Geschenkartikel.

Fairer Handel

Integriert in unser Geschäft ist der Bereich des fairen Handels mit Waren wie

- Kunsthandwerk und Schmuck
- Lebensmittel, Kaffee und Tee

Bildungs- und Kampagnenarbeit im Bereich „Fairer Handel“ in unseren Räumen.

Kirche in der Stadt

Mit dem Kirchenportal bieten wir niederschwellige Angebote für Interessierte aus der gesamten Region an. Zu

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



diesen Angeboten gehört:

- Die monatliche Veranstaltung „Auf dem Lila Sofa“ am Freitagnachmittag in Kaffeehausatmosphäre mit unterschiedlichen Gästen. Ob Lesung, Kabarett, Musik oder Bibelgespräch – Personen aus der Öffentlichkeit sprechen über ihr Lieblingsthema und kommen mit den Besucher*innen ins Gespräch
- Abendveranstaltungen zu kirchlichen und umweltpolitischen Themen

Unser Konzept ist originell:

- Eine einzigartige Mischung in der Stader Fußgängerzone von Buchhandlung und Café durch die Schaffung einer „Wohlfühloase“
- Fair gehandelter Kaffee oder Tee laden zum Verweilen ein
- Kirchliche und umweltpolitische Themen finden eine breite Öffentlichkeit

Unser Konzept setzt auf Netzwerke:

- Vernetzung mit vielen anderen Akteuren:
 - o Gleichstellungsbeauftragte der Stadt Stade
 - o Umweltorganisationen
- Ehrenamtsarbeit: 40 ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen engagieren sich im Geschäft

Unser Konzept ist nachhaltig:

- Fair gehandelte Produkte stehen für Umwelt- und Klimaschutz sowie gerechte Verteilung von materiellen Gütern

Unser Konzept ist innovativ und kreativ:

Das Konzept ist in unserer Region einmalig: Christliche Buchhandlung kombiniert mit Weltladen und Kirche vor Ort.

- Ansprache unterschiedlicher Bevölkerungsschichten durch diverse Veranstaltungen
- Breite Platzierung des Themas „Bewahrung der Schöpfung“
- Vernetzungsarbeit mit vergleichbaren Gruppen führt zur Bündelung von Energien
- Bildung von Gemeinschaft durch Lesungen, „Lebendige Adventskalender“, Vorstellung von kirchlichen Gruppen sowie die Vernetzung mit vielen Arbeitsbereichen der Stadt Stade
- Monatliche Schulung der ehrenamtlichen Mitarbeiter*innen im Bereich Buchhandel, Projektarbeit, Verkaufstraining und Grundsätzen des Fairen Handels stärkt die Ehrenamtsarbeit vor Ort

Wirkung für das Ortszentrum:

- Ein ansprechendes, breit gefächertes Sortiment christlicher Bücher und Produkte aus dem fairen Handel, das es so nur einmal in der Stadt gibt
- Outdoor-Veranstaltungen laden Stader Bürger*innen zum Zuhören und Verweilen ein:
 - o Gospelchor , Posaunenchor, Kaffeeverkostung des fair gehandelten Kaffees

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Wirkung für den gesamten Ort:

- Treffpunkt für Veranstaltungen:
- Weltgruppe fördert die Auseinandersetzung mit dem Fairen Handel und Fragen globaler Gerechtigkeit im Welthandel

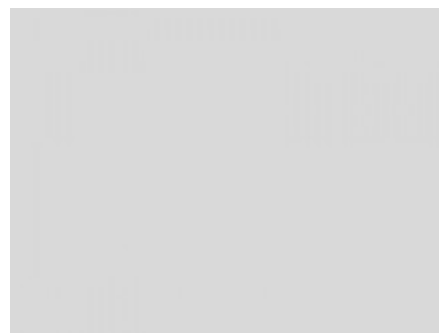
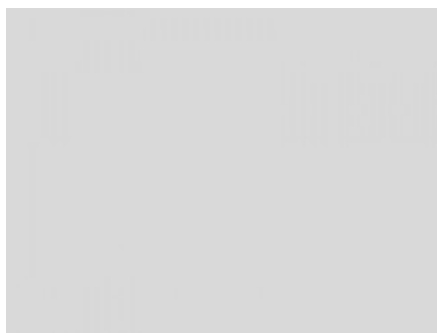
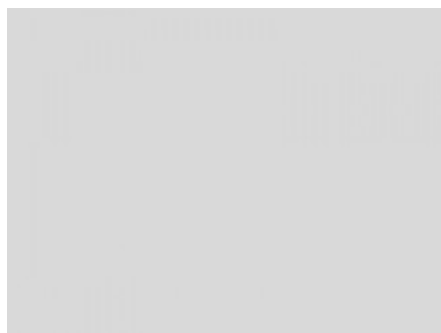
Regionale Wirkung:

- Durch die Kontakte der Stader Bibel- und Missionsgesellschaft zu den knapp 200 Kirchengemeinden zwischen Elbe und Weser ist das Geschäft weit über die Grenzen von Stade bekannt und wird von vielen Gruppen besucht.
- Durch die Bildungsarbeit der Weltgruppe werden Vernetzungen zu „fridays for future“, zur Gleichstellungsbeauftragten der Stadt Stade und den Schulen gefördert

Stade, 11. September 2019

Christiane Huß, Geschäftsführerin

Pastorin Sonja Domröse, Vorstand



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Ein innovatives Konzept zur
individuellen Stärkung des
Einzelhandels,
Posten-Portal,

Osterholz-Scharmbeck

2019



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2019

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Ein innovatives Konzept zur individuellen Stärkung des Einzelhandels

Institution

Posten-Portal

Ansprechpartner

Stefan Brandt
Bahnhofstr. 37, 27711 Osterholz-Scharmbeck
017634597320
info@posten-portal.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

1. Einleitung

Eine attraktive Innenstadt basiert auf starken Einzelhändlern. Stark im Sinne von interessanten Angeboten, individueller Fachberatung und einer soliden finanziellen Basis. Die vielen Leerstände in den Innenstädten zeigen jedoch deutlich, dass gerade die finanzielle Lage vieler Einzelhändler durch das veränderte Einkaufsverhalten der Kunden durch das Internet immer bedrohlicher wird. Aber was kann der Einzelhändler schon tun bei Kunden, die es durch den Onlinehandel inzwischen gewohnt sind, eine Kaufentscheidung erst durch umfangreichen Preisvergleich und Produktbewertungen per Sternchen zu treffen?

2. Unterstützung des Einzelhandels

Die finanzielle Stärkung des Einzelhandels ist also entscheidend, für eine (Wieder-) Belebung der Innenstädte und Ortskerne. Nur ein finanziell gesundes Unternehmen kann immer neue und aktuelle Ware präsentieren und sich an Aktionen beteiligen, die die Innenstädte beleben. Aber die Umsatzzahlen im Einzelhandel sinken und Ware bleibt unverkauft.

Was geschieht mit der nicht verkauften Ware? Sie wandert in die Läger und bindet dort das dringend benötigte Kapital für den Ankauf neuer Ware. Früher war der Sommerschlussverkauf eine gute Gelegenheit, den Bestand noch einmal deutlich zu reduzieren. Und heute?

Heutzutage ist immer Schlussverkauf. Zumindest im Onlinehandel. Doch der ist ein Geschäftsfeld für sich. Nur eine eigene Homepage zu erstellen, hat noch keinen Einzelhändler wirtschaftlich nach vorn gebracht. Im Gegenteil: Es lauern viele Gefahren durch unbekannte Gesetze, Richtlinien und Verordnungen. Der Onlinehandel ist kein Geschäftsmodell, das mal eben nebenbei oder nach Feierabend umgesetzt werden kann.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Hier kommt Posten-Portal ins Spiel.

3. Einfach online verkaufen lassen

Posten-Portal ermöglicht es, dem stationären Einzelhändler am ewigen Schlussverkauf teilzunehmen. Gerade mit Lager- oder B-Ware lässt sich besonders gut im Online-Preiskampf mithalten. Aber auch aktuelle Ware kann jederzeit mit angeboten werden. Dabei übernimmt Posten-Portal alle notwendigen Aufgaben für einen erfolgreichen Verkauf im Internet. Und das kostenlos und unverbindlich. Erst bei erfolgreichem Verkauf fällt eine zuvor vereinbarte Provision an.

Die Leistungen im Einzelnen:

- Erstellen ansprechender, verkaufsfördernder Bilder
- Erstellung und Bearbeitung der Produkttexte
- Preisgestaltung in Absprache mit dem Einzelhändler
- Einstellen der Produkte auf der Homepage Posten-Portal.de
- Einstellen auf eBay, Amazon und ggf. anderen Plattformen
- Ermittlung der Versandmöglichkeiten und-kosten
- Kommunikation mit interessierten Kunden
- Vorbereitung der Versandunterlagen
- Bearbeitung bei Reklamationen
- Monatliche Abrechnung der verkauften Produkte
- Werbung über Soziale Medien, Newsletter und Flyer

4. Die Vorteile für den Einzelhändler

Dass ein weiterer Absatzmarkt für jeden Händler vorteilhaft ist, liegt auf der Hand.

Die Vorteile im einzelnen bei der Zusammenarbeit mit Posten-Portal:

- Erweiterung des Einzugsgebietes: Aus regional wird national/international
- Verkaufsmöglichkeit bislang unverkaufter Ware aus dem Lager heraus
- Höhere Umschlagshäufigkeit
- Gesteigerte Liquidität
- Abbau von Lagerflächen
- Kein finanzielles Risiko
- Minimaler zeitlicher Aufwand

5. Ausblick

Nur über stark aufgestellte Einzelhändler kann ein Ortskern lebendig gestaltet werden und wieder ein Anziehungspunkt für die lokale Bevölkerung werden. Doch die Kaufkraft wandert seit vielen Jahren ab in Richtung Onlinehandel und ein Ende dieser gesellschaftlichen Entwicklung ist nicht zu erwarten. Aber anstatt

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



den Onlinehandel zu verteufeln und ihn als die Wurzel allen Übels zu sehen, wäre es für beinahe jeden Einzelhändler durch die Zusammenarbeit mit Posten-Portal möglich, mehr Umsatz zu erwirtschaften. Egal ob B-Ware, Ladenhüter oder ausgelistete Warengruppen. Selbst Neuware ist denkbar. Nicht zuletzt würde auch der von der Politik geforderten Nachhaltigkeit im Handel genüge getan: Verkaufen statt Vernichten!

Sie möchten professionell in den Onlineverkauf einsteigen?

Dann nutzen Sie unsere Dienstleistung!

Über Posten-Portal haben Sie die Möglichkeit Ihre Angebote in unserem Shop, auf allen bekannten Online-Marktplätzen, wie Amazon oder Ebay und über unsere Newsletter zu vertrieben. Wir sichern die Region im Ems-Weser-Dreieck und bieten Ihnen den kostenlosen Eintritt in den Online-Markt an.

POSTEN-PORTAL.DE

teile für Händler/Hersteller

regional wird national / international

Neukundengewinnung

kein finanzieller Aufwand

geringer Zeitaufwand

Lagerflächen schaffen

Abbau gebundenes Kapital

WWW.POSTEN-PORTAL.DE

WIR HABEN FÜR SIE REDUZIERT!

Sie finden viele Produkte aus diesem Katalog zu einmaligen Angeboten auf www.posten-portal.de

JETZT IN UNSEREM ONLINE-SHOP

Posten-Portal

Startseite

Shop

Beiträge

Bewertungen

Fotos

Info

Community

Selbstvertrieb & Werbung

Videos & Musik

Promotions verwalten

Posten-Portal ist jetzt noch toller!

Reaktionen von 28.06.2019 - 28.06.2019 um 10:15

Die Zeit ist jetzt die Verkaufszeit auf Vordermann zu bringen. Die passenden original Ersatzteile findet du hier:

4.782 Einzelne Personen

370 Interaktionen

Beantwortet am 28.06.2019 von Steffen

Beantwortet am 28.06.2019 von Steffen

die Möglichkeiten, unsere B-Ware und Restposten, die wir in der Saison nicht veräußert haben, nochmal ganz neu zu präsentieren und abzuverkaufen. Dies ist auch ein Beitrag zur regionalen Stärkung

ZWEIRAD KLIEB

"Ein wirklich tolles Konzept! Über Posten-Portal kann ich meine B-Ware und Restposten auf einem weltweiten Marktplatz verkaufen. Ganz ohne die Mühe des Einstellens und Bearbeitens. Ziemlich einfach & sicher und für uns erfolgreich zugleich!"

die Foto-Scheune

www.fotoscheune.de

"Einfach mal von Osterholz-Scharmbeck aus weltweit verkaufen - und das ohne eigenen Aufwand. Geniales Konzept und eine tolle Idee. Ich bin jedenfalls froh, dass ich es ausprobiert habe und finde, dass Stefan und Horst echte Partner sind, die meine Umsätze

Link zum Video
<https://www.youtube.com/watch?v=5kOzaIJ5ot4>

Eingereicht am
16. Sep 2019



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Sparen. Schenken. Heimatliebe.,
Moin Vechta GmbH,

Vechta

2019

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Sparen. Schenken. Heimatliebe.

Institution

Moin Vechta GmbH

Ansprechpartner

Birgit Beuse

Große Straße 42, 49377 Vechta

044418859744

birgit.beuse@moinvechta.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Sparen. Schenken. Heimatliebe.

Moin Vechta startet am 06. Oktober 2019 in Vechta mit einem Projekt zur Stärkung der regionalen Wirtschaft. Unter dem Motto: „Sparen – Schenken – Heimatliebe“ möchten wir als Stadtmarketinggesellschaft Finanz- und Wirtschaftskraft in Vechta binden. Der Internethandel wird ausgeschlossen.

Unser Projektziel:

Bestehend aus der Gutscheinkarte Vechta schenkt sowie einer Bonuskarte Vechta punktet wird ab Oktober ein Zeichen für lokale Einkäufe gesetzt. Kunden werden von allen teilnehmenden Unternehmen für ihre heimattrauen Einkäufe belohnt. Der Teilnahmekreis umfasst den Einzelhandel, die Gastronomie, das Handwerk, die Kultureinrichtungen und selbst die Stadtverwaltung in Vechta setzt auf dieses System. Ziel unseres Projektes ist es, die Gemeinschaft der Handelnden über einen autarken Finanzkreislauf zu stärken und den Kunden an den stationären Handel zu binden.

Projekthalt:

Moin Vechta konnte bereits knapp 40 teilnehmende Unternehmen erfolgreich zum Start für das Projekt gewinnen, mit steigender Tendenz. Alle Händler gewähren auf den Einkauf einen Bonus, der bei rund einem Prozent liegt und aus dem betriebseigenen Werbeetat bestritten wird. Dieser Bonus wird in einer festen Umrechnungsstaffel (1 Cent gleich 1 Punkt) in Punkte umgerechnet und dem Kunden auf die Bonuskarte Vechta punktet gutgeschrieben. Die geshoppten Punkte können direkt beim nächsten Einkauf als Rabatt wiedereingesetzt werden oder man spart sie für einen späteren Zeitpunkt.

Sollten die Punkte nach drei Jahren vom Kunden nicht wieder als Rabatt für einen Einkauf eingesetzt worden

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



sein, erhält er von uns als Dienstleister des Projektes eine Benachrichtigung, dass die gesammelten Punkte verfallen. Der Kunde hat daraufhin zwei Möglichkeiten:

- 1) Er geht in eines der teilnehmenden Unternehmen und setzt die Punkte bei einem Einkauf ein.
- 2) Der Kunde erhält die Möglichkeit, seine Punkte einem Projekt eines ortsansässigen, gemeinnützigen Vereines zu spenden. Der Prämienshop wurde von MOIN Vechta zu einer Plattform umgebaut, um die Vereinsarbeit und somit die Ehrenamtsarbeit vor Ort zu unterstützen.

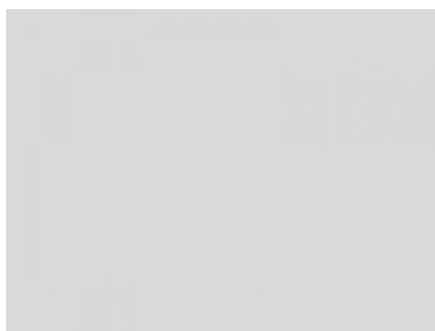
Die Vechta schenkt-Karte ist eine Gutscheinkarte, die in allen Akzeptanzstellen auch in Teilbeträgen einlösbar ist und mit einem individuellen Guthaben aufgeladen werden kann. Die Herausgabe der Karten an die Kunden erfolgt in hochwertigen Geschenkverpackungen.

Im kommenden Jahr soll zudem eine dritte Säule des Projektes in Vechta umgesetzt werden. Die Vechta motiviert Karte. Alle teilnehmenden Unternehmen können auf dieser Karte monatlich max. 44,00 € steuerfreien Sachbezug buchen und ihren Mitarbeitern zur freien Nutzung überreichen. Die Arbeitnehmer können das Guthaben der Karte bei allen Akzeptanzstellen der Vechta schenkt- sowie Vechta punktete-Karte einlösen. Der Internethandel wird hier, wie es sonst bei weiteren Anbietern nicht der Fall ist, ausgeschlossen. Die beteiligten Unternehmen stärken somit ihren Wirtschaftsstandort und binden ihre Arbeitnehmer an Vechta. Zudem erhält das Unternehmen bei Teilnahme die Möglichkeit, seinen Mitarbeiter zu motivieren und an das Unternehmen zu binden.

Über einen MoIn Vechta Voucher erhalten die Erstsemester Studenten, die im Oktober ihr Studium an der Universität Vechta beginnen, 300 Punkte auf die Vechta punktete-Karte geschenkt. Wir versuchen verstärkt, die Studenten der Universität in Vechta zu binden. In einem regelmäßigen Austausch mit dem Präsidialbüro werden parallel Projekte zur Integration der Studenten in den Studienstandort entwickelt. Über die Vechta punktete-Karte versprechen wir uns die Einbindung der Studenten in das Vechtaer Leben und den Handel. Vor allem die Option des Sparens über die Vechta punktete-Karte spricht viele Studenten an. Darüber hinaus erhält der Studierende einen umfassenden Einblick in das Angebot (Handel, Gastronomie, Kultur und Handwerk) seiner Studienstadt Vechta.



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
25. Sep 2019

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Stader Gesichter –
Kunden werben Kunden,
Fischer Augenoptik,

Stade

2019

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Stader Gesichter - Kunden werben Kunden

Institution

Fischer Augenoptik

Ansprechpartner

Ulrike Fischer
Hökerstr. 3, 21682 Stade
04141 3001
info@fischer-augenoptik.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Zeitung

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Stader Gesichter - Kunden werben Kunden

Unsere Kunden präsentieren Ihre neuen Brillen als „Stader Gesicht“ in Schaufenster, Print und digitalen Medien. Sie treten als Markenbotschafter für Fischer Augenoptik und für Stade auf. In Stade sind wir dadurch als der Optiker bekannt, der „immer die Kunden im Fenster und in der Zeitung“ präsentiert. Das schafft lokale Zugehörigkeit und Sympathie und steigert die Attraktivität von unserem Geschäft nachhaltig. Das wirkt sich langfristig positiv auf Kundenfrequenz und Umsatz aus.

In Zeiten von immer ähnlicher werdenden Innenstädten heben wir uns mit „Menschen aus der Region“ sympathisch und glaubwürdig von den überregionalen Filialisten ab. Immer wieder werden wir auf die Aktion angesprochen. Häufig äußern die Kunden: „bin mal gespannt wer als Nächster dran ist“. Das erhöht unsere Bekanntheit nachhaltig.

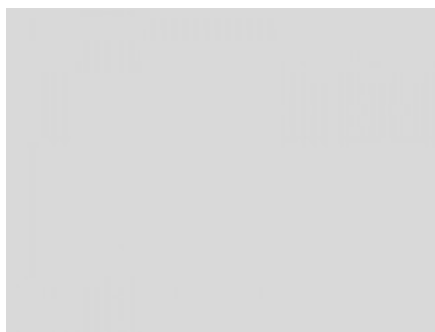
Zusammen mit einem Fotografen laden wir die Kunden zu einem Foto-Shooting in eine Event-Lokation ein. Das professionelle Vorgehen rundet die Betreuung einer Visagistin ab. Anschließend erhalten die Kunden einen gebrandeten USB-Stick mit den Bildern. Damit werden die Kunden emotional erreicht und berichten begeistert von der Aktion.

Durch das Konzept können wir auf klassische Deko-Elemente als Blickfang verzichten. Die Kosten für die Materialien bzw. für einen Dekorateur entfallen. Das ist auch ökologisch nachhaltig, da solche Deko-Elemente häufig nur einmalig genutzt werden.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Den Kunden und uns macht es Spaß und wir haben dadurch ein tolles Miteinander.
Durch diese Aktion haben wir ein Alleinstellungsmerkmal, werden als attraktiver, lokaler Augenoptiker
wahrgenommen. Die Innenstadt wird dadurch individueller, das steigert die Attraktivität und belebt die
Innenstadt. Für uns ist es eine rundherum gelungene Aktion.



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
21. Sep 2019

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Marketingkampagne -
"Damme liebt Dich" in Verbindung mit der
Aktion "Schaufenster Damme",
Handels- und Gewerbeverein Damme e.V.,
Damme

2021



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Marketingkampagne "Damme liebt Dich" in Verbindung mit der Aktion "Schaufenster Damme"

Institution

Handels- und Gewerbeverein Damme e. V.

Ansprechpartner

Eva Maria Deutschländer - Vorschlagende/r
Im Winkel 8, Damme
01708628288
deutschlaender@hgv-damme.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Durch den Lockdown haben sich nahezu alle Dammer Einzelhändler in einer schwierigen und existenzbedrohenden Lage befunden. Daher wurde kurzfristig die Aktion "Schaufenster Dammer" ins Leben gerufen, bei der die Dammer Einzelhändler zum Schaufenster-Bummel luden. Die Aktion startete am 22. Januar und lief bis zum Ende des Lockdowns. Die Kunden konnten sich ihre Ware am Schaufenster aussuchen, direkt bestellen und auch nach Hause liefern lassen. Ein weißes Herz mit einer Zahl am Lieblingsstück diente als Bestellnummer. Der Kunde musste dafür den auf dem Schaufenster befindlichen QR-Code mit seinem Handy ein und konnte im Anschluss unkompliziert über ein Formular die Ware beim Geschäft bestellen (siehe Video). Eine telefonische Bestellung wars selbstverständlich ebenso möglich. Für die Aktion wurde eigens eine begleitende Marketing-Kampagne ins Leben gerufen. Unter dem Slogan „Damme liebt Dich“ versammelten sich Gewerbetreibende wie Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister, um auf ihre Services und Angebote während des Lockdowns aufmerksam zu machen und um die Kunden wissen zu lassen, dass sie diese vermissen. Banner, Aufkleber und Plakate haben die Botschaft durch die Innenstadt transportiert. Darüber hinaus wurden eigene Kanäle auf Facebook und Instagram geschaffen, um auch die jüngeren Zielgruppen zu erreichen. Die Botschaft der Kampagne: In der Corona-Krise wurde erkannt, dass das Herz einer Stadt wie Damme nur schlägt dann, wenn es auch eine lebendige Innenstadt mit entsprechenden Angeboten im Einzelhandel, im Dienstleistungsbereich und in der Gastronomie gibt. Dazu wurden von unterschiedlichen Gewerbetreibenden Videos gedreht, welche über die sozialen Medien mit den unterschiedlichsten Botschaften geteilt wurden. Mal witzig, mal tiefgründig. Es wurde daher an die Einheimischen appelliert, in dieser zusammenzuhalten und die Angebote in dieser schwierigen Zeit in Anspruch zu nehmen. Hierfür wurden Videos von den Gewerbetreibenden gedreht und über die sozialen Medien geteilt. Bis heute sind die Kanäle von „Damme liebt Dich“ aktiv und bündelt durch „reposten“ und Hashtag-Verlinkung

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



die Angebote der Gewerbetreibenden sowie Veranstaltungen in Damme. Durch die gemeinsame Plattform wurde ein „Wir-Gefühl“ erzeugt und der Zusammenhalt unter den Gewerbetreibenden sehr gefördert. Auch kamen immer wieder Rückmeldungen von Bewohner der Stadt, dass sie durch die Videos (Gewerbetreibende, Bürgermeister & Co.) erst wirklich den Ernst der Lage begriffen haben. Und das wenn wir auch künftig noch lebendige Innenstädte mit hoher Lebens- und Aufenthaltsqualität haben möchten, jeder durch den bewussten Einkauf vor Ort seinen Beitrag dazu leisten kann.

Beispielvideos Botschaften:

<https://fb.watch/8dtsXbdgio/>

<https://fb.watch/8dtwt9j2CE/>

https://fb.watch/8dtOO_5FH8/



Link zum Video
<https://fb.watch/8dt7rVF0vY/>

Eingereicht am
24. Sep 2021



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Arbeiten in Coronazeiten,
Buchhandlung Bücherwurm,

Datteln, NRW

2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Arbeiten in Coronazeiten

Institution

Buchhandlung Bücherwurm

Ansprechpartner

Wolfgang Tänzer

Castroper str 33, Datteln

02363 4539

info@buecherwurm-datteln.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Im ersten Lockdown haben wir als Initialmaßnahme unseren Veranstaltungsraum mit Tapeziertischen zur Packstation umfunktioniert. Bestellungen wurden per Telefon, WhatsApp und online entgegengenommen und nachmittags bis in den Abend hinein in Datteln und die Nachbarstädte ausgeliefert.

Zeitgleich haben wir Kooperationen aufgebaut. Ausgeliefert wurde in Papiertüten, in denen wir zusätzlich Werbung von befreundeten Unternehmen unterbrachten.

Zusätzlich erstellten wir zu den bestellten Büchern passende Buchvorschläge für unsere Kunden. Diese personalisierte Werbung war aufwändig, hat sich aber gelohnt.

Nach einigen Tagen Erfahrung sind wir an ausgewählte Unternehmen mit dem Vorschlag herangetreten, einen gemeinsamen Lieferdienst einzurichten; dieser wurde interessiert aufgenommen. Bei der Wirtschaftsförderung haben wir die Einrichtung einer Website zum Thema „Datteln liefert“ vorgeschlagen. Diese sind an eine Agentur herangetreten und so existiert diese Seite heute noch.

Um diesen Lieferdienst bekannter zu machen haben wir der ansässigen Lokalzeitung die Idee unterbreitet, uns bei den Auslieferfahrten zu begleiten – coronagerecht in zwei Fahrzeugen. Gesagt, getan; schon gab es einen

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



großen Artikel dazu.

Nach einiger Zeit haben wir neben unserer Facebookseite noch einen Instagram-Account und einen Youtube-Kanal eröffnet.

Der Instagram-Account wurde mit Posts zu Büchern bestückt, die aus Kleinverlagen stammen oder eher Nischenthemen besetzen.

Auf dem Youtube-Kanal findet man vornehmlich Buchbesprechungen aber auch die traditionelle Weihnachtslesung. Diese in zwei Varianten: eine kostenfreie Version und eine Deluxe-Variante mit kostenpflichtigem „Genußbeutel“, der, gefüllt mit weihnachtlichen Leckereien, von uns persönlich an die Besteller ausgeliefert wurde.

Als zusätzliches Angebot gab es 2021 ebenfalls schulische Lesungen anlässlich des „Welttags des Buches“. Die Bücher, die an diesem Tag an Schüler ausgegeben werden, wurden vorher von uns an die Schulen geliefert. Die Lehrer bekamen von uns Links zu den Themen „Wie funktioniert eine Buchhandlung“ und „Wie entsteht ein Buch“ (Quelle: „Börsenverein des deutschen Buchhandels“), sowie eine von uns aufgenommene Lesung speziell für Schüler.

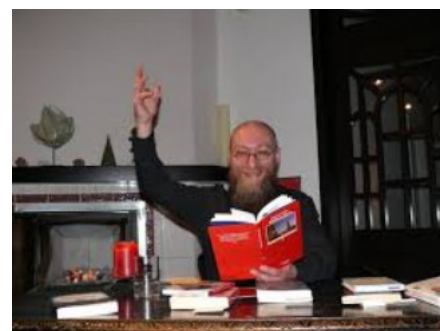
Nachdem wir wieder öffnen durften, haben wir der Firma Vaude, einer Outdoorbekleidungsfirma, den Vorschlag unterbreitet, die leerstehenden Veranstaltungsräume als Pop-up-Store zu nutzen, da deren Verkaufsstelle in Datteln noch geschlossen hatte.

Zusätzlich haben wir uns als „Boxenstopp“ für das Unternehmen „Annis Bauernbox“ angemeldet. Seitdem besteht die Möglichkeit, online Produkte von regionalen Bauern zu bestellen und bei uns abzuholen.

Auch haben wir dem Quartiersmanagement die Möglichkeit geboten, in dem leerstehenden Ladenlokal neben uns ihr Büro einzurichten, um zentral für die Bürger und Geschäftsleute erreichbar zu sein.

Zum Abschluß wäre noch zu erwähnen dass wir in der Coronazeit der Diakonie die (kostenfreie) Möglichkeit geboten haben ihre Patientenbetreuung hier in unseren Veranstaltungsräumen abzuhalten. In ihren Büros war es coronagerecht nicht mehr möglich gewesen. Ohne diese Alternative hätten die Gespräche etc. nicht stattfinden können.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://youtu.be/LPS2eXu0Fm4>

Eingereicht am
30. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Wir sind Gehrden,
Stadt Gehrden,

Gehrden

2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Wir sind Gehrden

Institution

Stadt Gehrden

Ansprechpartner

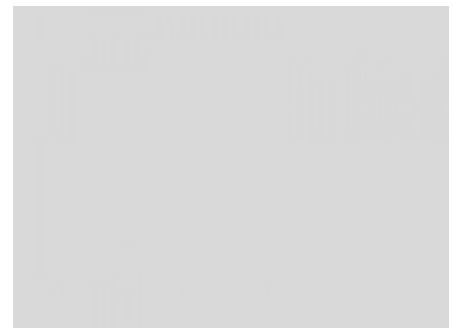
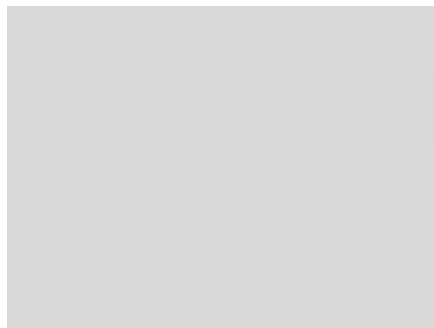
Frank Born - Vorschlagende/r
Kirchstr. 1-3, 30989 Gehrden
051086404910
born@gehrden.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

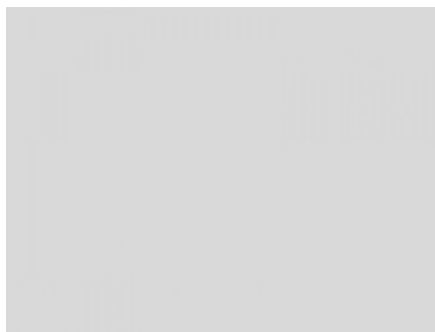
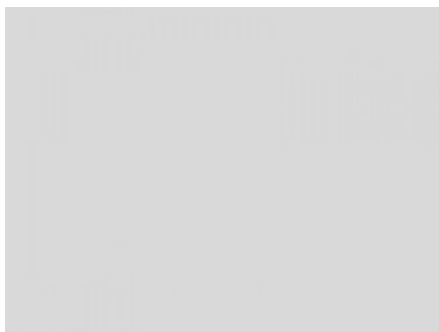
Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Im Sommer vergangenen Jahres hat sich die Faktor Werbeagentur, Große Bergstr. 54, 30989 Gehrden, überlegt, die Gehrdenener Einzelhändler über die Online Plattform www.wir-sind-gehrden.de zu konzentrieren und eine Werbeplattform anzubieten. In Gehrden gibt es seit über 10 Jahren keine offizielle Interessenvertretung mehr für die Selbstständigen. Daher war die Initiative besonders zu begrüßen. Begleitet wurde die Idee durch einen Werbefilm und die Verteilung von Aufklebern, verbunden mit Gewinnaktionen für die Bevölkerung. Die Beteiligung für die Unternehmen auf dieser Plattform ist zwar nicht kostenfrei, jedoch zu moderaten Konditionen möglich. Wir als Stadt haben die Aktion finanziell unterstützt und der Bekanntheitsgrad der Plattform ist recht hoch. Das Ganze hat das Wir-Gefühl der Selbstständigen gestärkt.



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.youtube.com/watch?v=JTHSlyqjEXk>

Eingereicht am

03. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

DIE GELBE LEITER, Die Gelbe Leiter,

Lüneburg

2021



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

DIE GELBE LEITER

Institution

Die Gelbe Leiter

Ansprechpartner

Ralf Elfers

Grapengießerstrasse 50, 21335 Lüneburg

01520 30 32 864

aufgehts@diegelbeleiter.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

DIE GELBE LEITER

fand ihren Lieblingsplatz in ihrer Lieblingsstadt Lüneburg im April '21 bis heute vor rund 200 inhabergeführten Lüneburger Einzelhandelsbetrieben. Sie steht dort symbolisch für bedingungslosen Optimismus, eine branchenübergreifende Solidarität, versteht sich als »Charme-Offensive«, macht die Stadt nach langen Monaten des LockDowns wieder bunt und setzt ein deutliches Zeichen: Wir sind da, wir sind lokal, wir stehen zusammen!

Diese private Initiative des Lüneburger Einzelhändlers Ralf Elfers gemeinsam mit dem Grafiker und Schlagzeuger Thomas Laukat ist unabhängig, überparteilich und somit erfrischend reaktionsschnell. Das gesamte Material wurde uns gesponsert, viele Stunden Handarbeit und die Organisation wurden (und werden) ehrenamtlich erbracht, die Teilnahme ist und bleibt für Lüneburger Akteure kostenfrei. Freiwillige Spenden sind aber willkommen. Dadurch konnten bereits fast 4000 EUR zu 100% an die »Corona-Künstlerhilfe« fließen.

Die überregionale Berichterstattung in Print und TV/Radio hat die GELBE LEITER weit über die Grenzen Lüneburgs hinaus bekannt gemacht. Wer hätte gedacht, das 10 Stück Holz einmal solche Wellen schlagen?! Bereits zum Start der Initiative wurde DIE GELBE LEITER durch unsere örtliche Presse, Stadtmagazine, Radiosender und Stream-Formate in Lüneburg weltberühmt. Nachdem sich die »DPA« mit der Gelben Leiter unterhielt wurden die Kreise bereits größer.

Vom hohen Norden bis in den tiefen Süden, vom Weser-Kurier bis zur Süddeutschen Zeitung und der WELT, vom Norddeutschen Rundfunk, RTL, SAT 1 und dem HEUTE JOURNAL im ZDF, dem Niedersächsischen Städtetag

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



und diversen Handels-, Kammer- und sonstigen Verbänden – sogar von Facebook und Instagram – wurde die LEITER und die optimistische Aufbruchstimmung aller beteiligten Akteure aus Lüneburg gefeiert ...

Angeregt durch den Erfolg der GELBEN LEITER hat sich der „Verein der Lüneburger Gastronomen“ spontan mit dem GELBEN STUHL unserer Initiative angeschlossen, GELBE VORHÄNGE schmücken Fenster und Eingänge Lüneburger Kulturschaffender und das Lüneburg Marketing hat mit einer flankierenden Plakat- und Anzeigenkampagne Lüneburger Einzelhändler•innen und Gastronom•innen ins rechte - gelbe - Licht gestellt.

Gemeinden, Städte und Kommunen aus dem ganzen Bundesgebiet haben Interesse bekundet, die Aktion in ihrer Stadt zu übernehmen. Das wäre aber nicht mehr ehrenamtlich zu leisten und bedarf noch einiger Überlegungen.

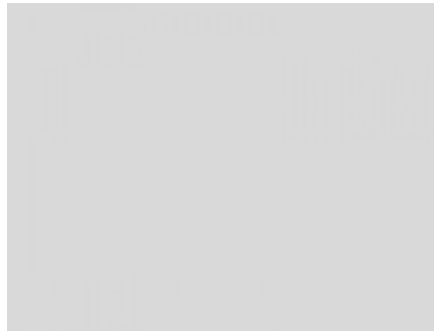
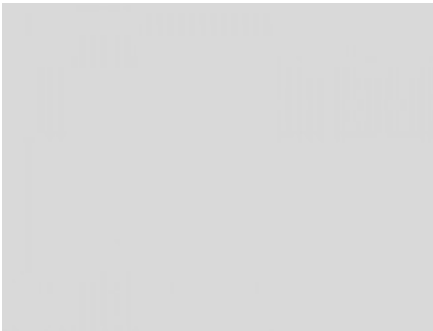
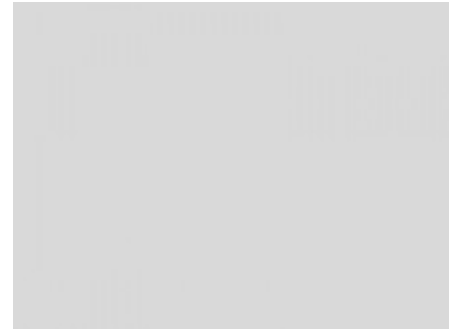
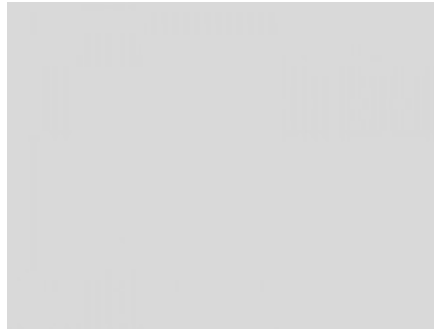
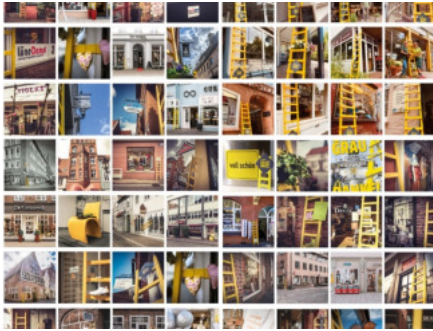
Innenstädte leben nicht (mehr) nur durch den Handel. Um »Kunst und Kommerz« zu verfreunden, alternative Spielstätten zu schaffen und eine neue Form von »Miteinander« zu entwickeln vernetzen wir mit dieser Aktion all jene, denen die kommerzielle Zukunft ebenso am Herzen liegt wie der Erhalt der kulturellen Vielfalt in unserer Stadt.

Ganz nebenbei hat DIE GELBE LEITER viele interessierte, neugierige Bürger•innen, Touristen und Passanten in die Läden gelockt und es haben sich interessante Gespräche entwickelt, in denen auf den notwendigen Erhalt und die Unterstützung des lokalen, inhabergeführten Handels einmal mehr hingewiesen werden konnte.

Wer weiß, was sich daraus noch alles entwickelt? Mehr fliegender Handel, Hinterhof-Konzerte, Umkleidekabinen-Lesungen, Schauspieler im Schaufenster ... mit Optimismus und einem Lächeln wollen wir in die Zukunft schauen, frische Ideen zusammen umsetzen und den Staub der vergangenen Zeit abblasen.

Nach der hinter uns liegenden Sommerpause gehen wir nun frisch an den Start und tragen die Idee in den Herbst. Als nächstes laden wir alle Beteiligten zu einem Herbstfest, danken damit besonders unseren Sponsoren und Helferlein und denken uns gemeinsam neue Ideen, Aktionen und Kooperationen aus ... Es geht weiter mit der LEITER! <https://diegelbeleiter.de>

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
25. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Sonntagsperlen,
Provinzperle e.K.,

Lüneburg

2021



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2021



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



NMT
Niedersachsen Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Sonntagsperlen

Institution

Provinzperle e.K.

Ansprechpartner

Antje Blumenbach
Salzstr. 23, 21335 Lüneburg
0171-7073223
anna@provinzperle.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Sehr geehrte Damen und Herren,

sehr gern möchten wir uns bei Ihnen für den Preis:
GEMEINSAM AKTIV - HANDEL(N) VOR ORT
bewerben.

Wir sind die SONNTAGSPERLEN...

Die Sonntagsperlen sind ein digitales Stadtmagazin, welches Einzelhandel, Gastronomie und Kultur verzahnt.

Die Idee entstammt - natürlich Corona geschuldet (und manchmal mit positivsten Kreationen) - der
PROVINZPERLE (Wein-Conceptstore mit Markt & Kultur) und AMPHIRE (Veranstaltungstechniker).

In unserem Geschäft haben wir bereits vor Corona Events für Kunden und Gäste durchgeführt. Wie beispielsweise unsere Hühnerabende, Wintermärkte und Sonntagsperlen. Die Sonntagsperlen boten eine Plattform für die Vernetzung und Vorstellung von Kultur (Lesung, Vernissage, Modeschau, Musik) Handel und der Präsentation unserer Weine. Alles kombiniert, weil es uns immer um eine Verzahnung dieser Branchen ging, die heute alle Innenstädte dringend benötigen.

"MIT ALLEN SINNEN GENIEßEN"

Als wir die Sonntagsperlen nicht mehr analog durchführen konnten, sind wir gemeinsam mit Amphire auf die

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Idee gekommen, diese abwechslungsreiche Veranstaltung auf die digitale Bühne zu bringen.

Wir streamen seit Mai 2020 einmal im Monat von verschiedenen Kanälen und stellen diese "on Demand" zur Verfügung.

In jeder Sendung finden sich Live-Küchentalks mit Mutmachern aus Handel, Politik, Gesellschaft, Sport und Einzelhandel. Über die TOP Themen wird im Vorwege eine aufwendige Dokumentation gedreht. Diese werden gezeigt und im Anschluß darüber - interaktiv - diskutiert und im "Talk" mit den Gästen besprochen.

Ein großer Fokus liegt auf der Vernetzung der Player der Stadt. Aber vor allem darauf, unsere vielen innovativen Einzelhändler und Gastronomen zu unterstützen und die Lüneburgerinnen und Lüneburger immer wieder darauf hinzuweisen, dass alle diese Player der Stadt Unterstützung benötigen. UND das wir nur gemeinsam DAMIT unsere zauberhafte Stadt so zauberhaft und individuell erhalten. Auf charmante Art und Weise werden selbst Oberbürgermeisterkandidatinnen und Kandidaten gefragt, ob sie in diesem Jahr bereits bei Amazon bestellt haben ;).

Ganz nebenbei: In jeder Sendung haben wir tolle regionale Musiker*innen und Bands. ALLE spielen für die Corona-Künstlerhilfe. Die Unterstützung Kulturschaffender war uns immer eine Herzensangelegenheit, da die staatliche Förderung sich hier am schwierigsten darstellt.

Aber zurück: Unsere Reichweite wächst, was uns ungemein freut. Das Interesse ist groß. On Demand, bewegte Bilder und ein abwechslungsreiches und kurzweiliges Programm ist der Trend. Zu Spitzenzeiten liegen wir bei einer Reichweite von 40.000.

Zur FINANZIERUNG: Wir werden zum Teil von Lüneburger Unternehmen, wie der Sparkasse finanziell unterstützt. Das deckt im besten Fall die Kosten. Das gesamte TEAM - insgesamt zwischen 10 und 12 Kollegen - arbeiten ehrenamtlich.

WAS MACHT DAS MIT UNS?

Einheitlich haben wir festgestellt: Es hat etwas mit unserem Gemüt gemacht. Wir haben im Rahmen unserer Möglichkeiten geholfen und auf wichtige und aktuelle Themen aufmerksam gemacht (Beispiel: Zum Tönjes Skandal haben wir eine Doku zu Tierwohl und artgerechter Haltung gedreht und gezeigt, dass man auch anders konsumieren kann).

Aber das TOLLSTE ist und war, dass wir alle in unseren Berufen arbeiten und uns vor allem weiterbilden konnten. Manch einer ist über sich - mutmäßig - hinaus gewachsen.

GEHT ES WEITER?

Ja, wir wollen weitermachen.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



IDEE:

www.provinzperle.de

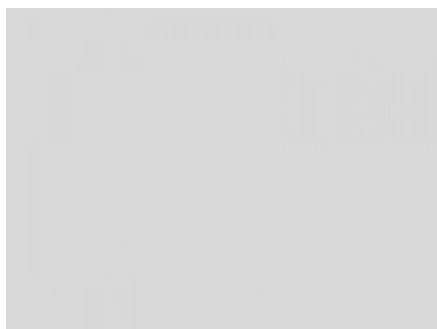
www.amphire.de

Die Sendungen sind auf unseren Kanälen bei Facebook und YouTube zu finden.

Bei Fragen und Wünschen sind wir gern da und würden uns riesig freuen von Ihnen zu hören.

Mit herzlichen Grüßen aus der Hansestadt Lüneburg:

Antje Blumenbach



[Link zum Video](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=H9VPCoTkEF0&t=984s>

[Eingereicht am](#)

08. Sep 2021



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Das gemeinsame Schaufenster,
Wirtschaftsförderung Neustadt a.
Rbge. GmbH,

Neustadt

2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Das gemeinsame Schaufenster

Institution

Wirtschaftsförderung Neustadt a. Rbge. GmbH

Ansprechpartner

Uwe Hemens - Vorschlagende/r

Marktstraße 5, 31535 Neustadt am Rübenberge

05032 / 9634-284

hemens@wifoe-neustadt.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Neustädter Geschäftsleute halten zusammen. Als der Corona-Lockdown kam, war vielen Unternehmen auch in Neustadt die Geschäftsgrundlage genommen. Insbesondere Gastronomie und gesundheitsnahe Dienstleistungen waren schnell betroffen.

Anke Lawrenz, Inhaberin der Modeboutique Mein Escape in der Wallstraße 13 in 31535 Neustadt, durfte ihr Geschäft zu diesem Zeitpunkt noch öffnen. Sie hat sofort reagiert und unter dem Motto „Wir halten zusammen“ ihr Schaufenster und Teile ihres Ladenlokals für die Kolleginnen und Kollegen aus anderen Branchen zur Verfügung gestellt, die schließen mussten. Die Unternehmen konnten sich dort darstellen und trotz der schwierigen Situation etwas Umsatz machen. Zum Beispiel wurden Gutscheine und Geschenkkörbe angeboten. Frau Lawrenz und ihr Team verkauften zudem kleine Artikel der Unternehmen mit.

Schnell war eine Gemeinschaft mit Betrieben aus der Gastronomie und Kosmetik geschlossen. Die Zeitung berichtete positiv über die Aktion und auch in den sozialen Medien fand die Aktivität viel Zuspruch. Insbesondere die schnelle und spontane Umsetzung beeindruckte viele Menschen. Es wurde mit überschaubarem Aufwand viel erreicht. Die Aktion zeigte zudem, dass es eine große Bereitschaft zu Hilfestellung und Solidarität gibt.

Das Engagement von Frau Lawrenz ist hervorzuheben, denn die Umsetzung einer guten Idee in die Tat bedarf nochmal einer extra Portion Energie. Die Aktivität für Kolleginnen und Kollegen ist keineswegs selbstverständlich und ist ohne Eigennutz entstanden, ohne dass sie für den Erfolg des eigenen Unternehmens notwendig gewesen wären. „Not macht erfinderisch“, so eine Unternehmerin. Ein anderer meint: „Durch die Corona-Zeit sind wir Neustädter Unternehmen noch stärker zusammengewachsen.“ Der größere Zusammenhalt ist auch ein nachhaltiger Effekt, der weit über die eigentliche Aktivität hinaus reicht. Die

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



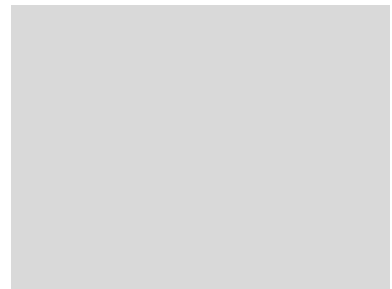
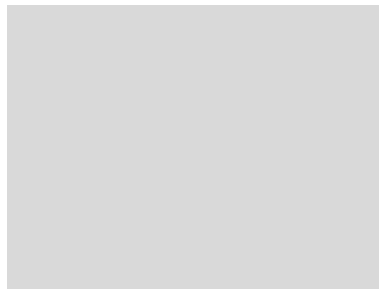
Unternehmerinnen und Unternehmer kennen sich jetzt noch besser und wissen, dass sie sich aufeinander verlassen können. Das schafft Vertrauen bei der Umsetzung künftiger Ideen. Da die Möglichkeiten der Darstellung in ihrem Ladenlokal schnell an ihre Grenzen gestoßen sind, hoffte Frau Lawrenz, dass andere Unternehmen nachziehen. Leider wurde Aktion dann von einem vollständigen Lockdown unterbrochen, von dem die meisten Unternehmen, unter anderem auch die Boutique von Frau Lawrenz betroffen waren.

Foto: Bitte bei Nutzung des Fotos Alexander Plöger, Freier Redakteur bei der HAZ, angeben.

Nominiert wird

Anke Lawrenz
Modeboutique Mein Escape
Wallstr. 13
31535 Neustadt am Rübenberge
Tel.: 05032 964602
E-Mail: info@mein-escape.de

Fotos oder Links zu Videos:



Eingereicht am
30. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Erst der Wein, dann das Buch!,
Bücher von Bestenbostel,

Nordenham

2021



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Erst der Wein, dann das Buch!

Institution

Bücher von Bestenbostel

Ansprechpartner

Anne v. Bestenbostel
Marktpassage 2, 26954 Nordenham
+494731923040
anne@bestenbostel.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Während der Coronakrise und der zwei Lockdowns haben wir wie alle anderen auch versucht, mit unseren Kundinnen und Kunden in Kontakt zu bleiben.

Im Frühjahr 2020 hat der Apotheker gegenüber unser Abholfach übernommen, d.h. wir haben ihm jeden Morgen alle Bestellungen gebracht und in ein klappriges Regal eingeräumt, das er uns extra zur Verfügung gestellt hat. Er hat nur bar kassiert, sich aber auch unerschütterlich und gutgelaunt an Sammelbestellungen für Schulklassen etc. gewagt. Ungefähr drei Viertel aller Bestellungen konnten wir so über ihn abwickeln, den Rest haben wir dann locker mit dem Fahrrad ausgefahren und unsere Stadt nochmal ganz neu kennengelernt. Während des ersten Lockdowns haben wir außerdem unsere Schaufenster immer wieder neu dekoriert, vor allem mit Nonbooks, die man nicht über unseren Webshop finden kann, und immer wieder kleine Fotos oder Videos auf Facebook gepostet, um nicht in Vergessenheit zu geraten. Eine Spendenaktion zugunsten der Nordenhamer Tafel, bei der wir für 1000 Euro Rätselhefte, Lernhilfen und Malbücher überreichen konnten, fand großen Anklang bei den Nordenhamer*innen. Und die Videos, die die Firma HeyPro „Für einen starken Zusammenhalt“ gedreht und gepostet hat, haben auch nochmal alle Einzelhändler in Erinnerung gerufen. Wichtig war, einfach im Gespräch zu bleiben und den Leuten klarzumachen, dass auch hinter geschlossenen Türen noch Leben herrscht und wir alle weiterarbeiten und Wünsche erfüllen, so gut es eben geht.

Im Dezember waren wir dann schon alte Hasen. Innerhalb von Stunden hatten wir einen „Schalter“ in unserem überdachten Eingang installiert und mit Plexiglas und Küchentisch ein Abholfenster gebaut. Ein mobiles ec-Gerät dazu, das Abholfach nach vorne geholt – schon konnte es losgehen. Den Apotheker gegenüber wollten wir nun nicht mehr behelligen, aber „Click & Collect“ war ja erlaubt, so dass wir eigentlich fast alles leisten konnten; nur eben in der zugigen Tür statt gemütlich in der Buchhandlung. Zum Glück wurde der Buchhandel

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



ab dem 8. März 2021 als systemrelevant eingestuft, so dass wir wieder öffnen und halbwegs normal arbeiten konnten. Auch im zweiten Lockdown haben wir den Kontakt gehalten durch einen kürzeren Takt bei den Newslettern, viele Facebook-Posts (siehe Fotos) und durch viele Flyer Leseproben, Kundenmagazine etc.

Ilona Tetzlaff von NMT hat das sogenannte Sofa-Shopping erfunden: Samstag um drei standen ein halbes Dutzend Händler in ihren Läden vor der Kamera, und viele, viele Nordenhamer*innen saßen mit Sekt oder Kaffee auf dem heimischen Sofa vor dem Bildschirm. Dort konnten sie sich neue Waren vorstellen lassen und direkt per Chat oder Mail bestellen. Das hat ein paarmal hervorragend funktioniert, leider kann sich Nordenham mit dieser tollen Idee nicht bewerben.

Für mich in der Buchhandlung war das aber der Startschuss für eine andere, abendliche Veranstaltung: Als Arbeitstitel konnte ich „Buch & Buddel“ leider nicht durchsetzen, stattdessen haben mein Mann und ich Mitte März und Mitte April „Erst der Wein, dann das Buch“ zum Besten gegeben. Mein Mann Burkhard Stamer führt das Jacques' Wein-Depot in Bremerhaven. Als Livestream auf Facebook haben wir in einer guten Stunde sechs Weine und sechs Bücher vorgestellt, immer abwechselnd. Verkosten konnten die Kund*innen zu Hause vor dem Bildschirm, wenn sie die Weinpakete vorher bei uns gekauft hatten, auch im Nachgang gingen viele Flaschen genau dieser Sorten über den Ladentisch. Perfekt war es wohl nicht, aber sympathisch. Wir vor der Kamera hatten leichte Startschwierigkeiten mit der Technik, aber sehr viel Spaß. Bei den Zuschauer*innen kam „das Natürliche“ sehr gut an, wie uns versichert wurde, und „Buch & Buddel“ wurden gut verkauft. Ich biete seitdem in der Buchhandlung eine kleine, wechselnde Auswahl Weine an; außerdem bestellen mehr Menschen bei Burkhard und holen die Ware dann bei mir ab.



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.facebook.com/buecher.vonbestenbostel/videos/178671240529308>

Eingereicht am

15. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Lockdown - Katastrohe - Chance?,
Wohncenter Nordenham GmbH,

Nordenham

2021



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Lockdown - Katastrophe - Chance?

Institution

Wohncenter Nordenham GmbH

Ansprechpartner

Hendrik Lenz

Atendser Allee 140, 26954 Nordenham

04731-6064

lenz@wohncenter-nordenham.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Angeordnete Geschäftsschließung durch Pandemie

Was für eine Herausforderung! Erstmals in der Geschichte wurden komplette Branchen zur Eindämmung einer Pandemie geschlossen. Ein nachvollziehbarer Schritt, der für Betroffene jedoch in die Existenznot stürzte. Gut laufende Betriebe waren von jetzt auf gleich im wirtschaftlichen Überlebenskampf. Eine Zeit, in der es galt sich um die Betriebe, unser Personal, unsere Familien und unsere Kunden zu kümmern, zu informieren und zeitgleich zu schauen, welche Möglichkeiten gibt es.

Es galt neue Wege zu gehen!

1. Wie kann ich den Kunden beraten?

Als stationäres Möbelhaus kommen die Kunden ins Geschäft. Testen und lassen sich beraten.

Neu: Beratung am Telefon, Bilder senden (per Smartphone oder Mail). Beratung am Telefon und per Videokonferenz.

2. Wie kann ich die Möbel zeigen oder testen lassen?

Neu: Möbel-Drive-Inn

Nach einer telefonischen Vorauswahl wurden die entsprechenden Möbel zu einem festen Termin auf den Parkplatz gestellt. Probe unter freiem Himmel!

Neu: Wir bringen unsere Ausstellung zum Kunden nach hause

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Umbau eines Ausliefer-LKW in ein mobiles Beratungscenter. Im Zuge der Dienstleistung konnten wir so, exklusive beim Kunden zu Hause, Einzelberatungen durchführen (siehe Video)

3. Kundenaufmerksamkeit und Bindung

Neu: Werbefilme mal anders

Aufmerksamkeit durch Werbefilme, die für Aufmerksamkeit sorgen und zeitgleich die depressive Stimmung der Corona Folgen lindern. Wir haben versucht für gute Laune zu sorgen. Mit dem Dreh kurzer Clips, die auf Facebook und Youtube veröffentlicht wurden.

Wir bauen ein Steckenpferd, die Prinzessin auf der Erbse (Kollegin auf einem Matratzenstapel), wir steuern der Wiedereröffnung nach Lockdown entgegen (paddelnd in einer Badewanne) usw.

Die Filme wurden komplett mit eigenem Personal gedreht. Sie waren sehr lustig, sorgten für Abwechslung im Corona-Frust und förderten den Zusammenhalt unterm Personal. Zudem haben wir immer wieder darauf hingewiesen, dass es uns in den verschiedenen Branchen vor Ort gibt. Bitte kauft regional und nicht alles online. Unterstützt uns und rettet die Arbeitsplätze in unserer Region.

4. Beteiligung am regionalen Teleshopping

Einkaufserlebnis auf dem Sofa daheim. Mit verschiedenen Händlern aus Nordenham haben wir Live-Teleshoppingevents durchgeführt. Wir haben verschiedene Produktgruppen präsentiert und mit den anderen Teilnehmern für eine tolle Abwechslung gesorgt. Regional-Online als starke Gruppe.

5. Verbesserungsvorschläge

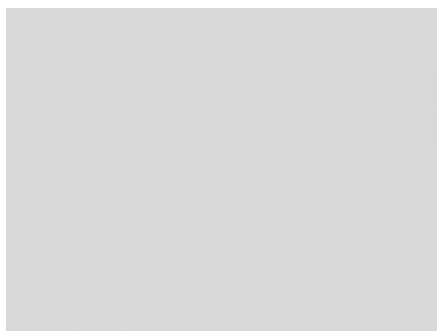
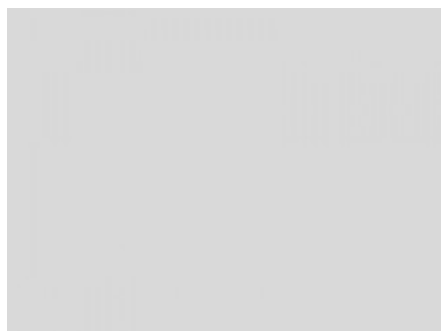
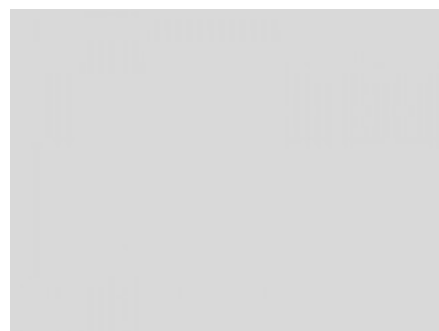
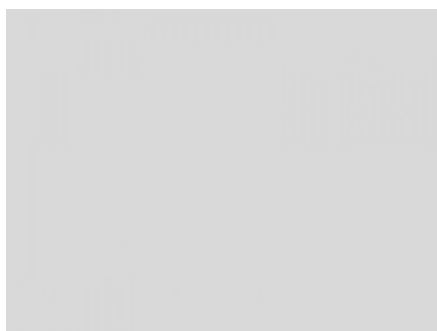
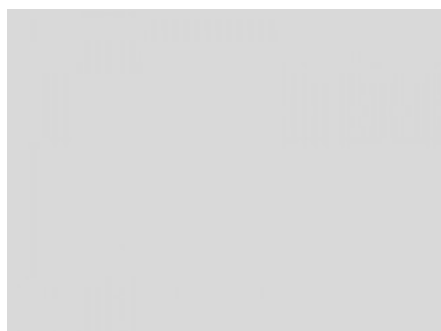
Kritik mal nett. Wir haben auf Probleme in der Corona Verordnung hingewiesen und dazu einen Satire-Post veröffentlicht. Gute Möbel; Böse Möbel. Im Gespräch mit der Politik durften wir unter Anderem unseren Ministerpräsidenten begrüßen und uns mit diesem austauschen. Wir haben im Vorwege über dieses Treffen informiert und die Bürger und Betriebe der Region aufgerufen, Kritik zu formulieren. Dieses sollte sachlich, informativ und höflich formuliert werden. Wir wollten aufzeigen, wo Hilfe gebraucht wird und haben einen Ordner mit Beiträgen an den Ministerpräsidenten übergeben. Desweiteren hatten wir dazu aufgerufen, einen möglichst herzlichen Empfang zu bereiten. Dazu hatten wir zu Blumenspenden aufgerufen und diese im Außenbereich des Geschäfts ausgestellt. Auch Politiker sind Menschen und hatten gerade zur Corona-Zeit keinen einfachen Job. Wir wollten trotz der Kritik positiv im Hinterkopf bleiben. Die Blumen wurden nach dem Besuch an verschiedene Pflegeheime, Arztpraxen usw. verteilt. Eine riesen Freude für die Helden des Alltags und die Menschen, die zu dieser Zeit keinen Besuch empfangen durften und es so nötig gehabt hätten.

Wir sind mit dem Ziel in den Lockdown gestartet, dass wir durch die Schließung keinen Arbeitsplatz in unserem Betrieb verlieren. Durch einen starken Zusammenhalt und ein Team, auf das ich als Geschäftsinhaber extrem

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



stolz bin, haben wir es geschafft!



[Link zum Video](#)

https://youtube.com/playlist?list=PLNFZ_8OQRk8fECW3vov320C7Hq_ZWJty-

[Eingereicht am](#)

20. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Oldenburg gewinnt!,
Dachverband der Oldenburger
Interessen- & Werbegemeinschaften e.V.,

Oldenburg

2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

"Oldenburg gewinnt!"

Institution

Dachverband der Oldenburger Interessen- & Werbegemeinschaften e.V. (kurz DOLW e.V.)

Ansprechpartner

Einreicher Axel Berger 1. Vorsitzende Hans-Georg Hess
Hauptstraße 61, 26131 Oldenburg
0172 4209807
info@oldenburg-gewinnt.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

„Oldenburg gewinnt!“ ist eine DOLW-Aktion, bei der es drei Gewinner geben wird. Zum einen die Stadt Oldenburg, indem Kunden wieder angeregt werden, im stationären Oldenburger Handel zu kaufen, die 750 Gewinner der vielen Preise und die Einzelhändler und Dienstleister in den Stadtteilzentren und der Innenstadt, bei denen der DOLW die Hauptgewinne und die 700 Gutscheine á 25,- € gekauft hat. Mit der Aktion will der DOLW Kunden aus Oldenburg und Umgebung bewegen, wieder lokal in den Oldenburger Stadtteilzentren und der City einzukaufen, um sich der wieder Vielfalt der Oldenburger Händler und Dienstleister bewusst zu werden.

Inzwischen sind die Aufträge für die Werbeanzeigen, den Druck und die Verteilung der Stempelheft-Flyer erteilt. Am 2. Oktober d. J. sollten Teilnahmeinteressierte in ihren Briefkästen nachsehen, denn mit der NWZ und über EINKAUFAKTUELL werden in Oldenburg und den angrenzenden Orten Bad Zwischenahn, Rastede, Wardenburg, Varel, Westerstede, Brake und Hude über 165.000 Stempelheft-Flyer verteilt.

Die Teilnahme ist einfach: Bei 10 Einkäufen in 10 verschiedenen Oldenburger Geschäften (in den Stadtteilzentren und der Innenstadt) muss man sich den Einkauf durch einen Stempel auf einer Postkarte bestätigen lassen. Die Höhe des Einkaufswertes spielt dabei keine Rolle.

Die vollen „Stempel-Postkarten“ können bis zum 31.10.2021 eingesandt werden und nehmen dann an einer Verlosung von 750 Preisen im Gesamtwert von über 30.000,- € teil.

Als Hauptgewinne winken drei Pedelecs, ein 55“-Farbfernseher, sieben Reisegutscheine im Wert von je 500,- €,



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort

ca. 40 weitere von DOLW-Mitgliedern gestiftete Hauptpreise, wie z. B. ein Rundflug über Oldenburg im Wert von 120,- €, ein Spareribs-Essen für 10 Personen im Wert von 160,- €, eine Gleitsichtbrille im Wert von 515,- €, eine Übernachtung in einer Hotelsuite im Wert von 100,- €, Einkaufsgutscheine á 50,- und 100,- €, ein Metabo-Akuschrauber Power Maxx im Wert von 120,- €, Behandlungsgutscheine á 120,- €, Frisörgutscheine á 100,- € und 50,- €, viele Präsent- und Gesundheitskörbe á 50,- € usw. usw., außerdem noch 700 Warengutscheine á 25,- € mit einem Gewinn Gesamtwert von über 30.000,- €.

Sofern es die Corona-Versammlungsvorschriften zulassen, werden die Hauptgewinne am 28. November 2021 auf einer vom DOLW und dem Amt für Wirtschaftsförderung geplanten Veranstaltung auf dem Pferdemarkt übergeben. Als Rahmenprogramm ist eine musikalische Untermalung sowie Beköstigungen mit Bratwurst, Getränken, Kinderpunsch, Glühwein und Waffeln geplant.

Einzelheiten zur Aktion können unter www.oldenburg-gewinnt.de nachgelesen werden; ebenso kann dort auch das Stempelbuch heruntergeladen werden. Mehr auch auf Facebook & Instagram.



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
27. Sep 2021



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

#KauflokalSarstedt. Gemeinsam.
Miteinander. Füreinander.,
Stadt Sarstedt,

Sarstedt

2021

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

#KauflokalSarstedt. Gemeinsam. Miteinander. Füreinander.

Institution

Stadt Sarstedt

Ansprechpartner

Andrea Satli
Steinstraße 22, 31157 Sarstedt
05066 805-23
andrea.satli@sarstedt.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

In Sarstedt gibt es viele kleine inhabergeführte Geschäfte und Dienstleister. Geschäfte, wo die Beratung und das persönliche Gespräch noch im Vordergrund stehen. Sie sind das „Herz“ unserer Stadt und sorgen für eine lebendige Innenstadt.

Auf Initiative der Stadt Sarstedt haben wir gemeinsam mit den Geschäftsleuten und den Akteuren in Sarstedt (Stadtmarketing., GHG (Kaufmannschaft), Sarstedter Online, Interessengemeinschaft Holztorkaufleute) die Kampagne #KauflokalSarstedt ins Leben gerufen, um das Bewusstsein für die Innenstadt und den Handel sowie die Gastronomie zu unterstützen.

Begonnen haben wir die Kampagne im April letzten Jahres. Die einfache Botschaft lautete „Warum in die Ferne schweifen... wenn das Gute ist so nah. Kauf lokal!“ oder „Werde Lokalpatriot“. Mit großflächigen Bannern an verschiedenen Standorten und Anzeigenwerbung setzten wir ein Zeichen nach außen, lokal in Sarstedt einzukaufen. Die Menschen sollten bewegt werden, in die Stadt zu kommen und die Möglichkeiten, die ihnen „ihre“ Stadt bietet, zu nutzen. Jeder kann durch seinen Einkauf etwas für die Stadt tun. Und wer eben doch lieber bequem von zu Hause shoppen oder die moderne Technik nutzen möchte, kann dies über den Online-Marktplatz (www.sarstedter.online) machen.

In den darauffolgenden Wochen haben wir den Ansatz weiter ausgebaut.

Wir organisierten Aktionstage in der Innenstadt, die wir jeweils unter ein bestimmtes Motto setzten, wie z.B. den „Aktionstag für Lokalpatrioten“ d.h. Einkaufen mit längeren Öffnungszeiten und kleinen Ständen vor den Geschäften, „Raus aus den Ferien... rein in die Stadt“ mit Schnäppchen und besonderen Angeboten zum Ferienende, „Late-Night-Shopping“. Die Aktionstage veranstalteten wir gemeinsam mit den Geschäftsleuten und den Akteuren der Stadt (GHG Sarstedt e.V., Stadtmarketing Sarstedt e.V.).

Gemeinsam befragten wir die Bürger*innen in Sarstedt, warum Sie lokal einkaufen. Herausgekommen sind

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



knapp 140 Statements aus der Bevölkerung mit schönen Bekenntnissen für die Geschäftsleute, z.B. „Ich kaufe lokal ein, weil ich die gute Beratung vor Ort schätze und gerne in kleineren Geschäften einkaufe“ oder „Ich kaufe lokal ein, weil ich hier fast jeden persönlich kenne“. Die Statements haben wir auf farbige A3 –Plakate drucken lassen. So waren die Bekenntnisse zur Innenstadt und zu den Geschäften überall in der Innenstadt als große öffentliche Ausstellung sehen. Und das immer Corona konform.

Wir organisierten Fotoshootings mit „echten“ Lokalpatrioten aus Sarstedt, die für das Einkaufen in „ihrer“ Stadt warben.

Aufgrund der strengen Corona-Regeln mussten sich die Geschäftsleute auf weitere Einschränkungen einstellen und die Verkaufsräume wieder schließen.

In den Geschäften stehen die Beratung und das persönliche Gespräch an erster Stelle. Gute Gründe, diese in den Vordergrund zu stellen. Auf großflächigen Bannern werben daher die Kaufleute selber für das Einkaufen in Sarstedt. In regelmäßigen Abständen haben wir die Händler in Video-Clips bei Instagram (https://www.instagram.com/stadt_sarstedt/) und Facebook zu Wort kommen lassen.

Wir sind für Sie da“ lautet die einfache Botschaft, die mit Gesichtern von Sarstedter Kaufleuten, für das Einkaufen und Verweilen in der Innenstadt werben sollen.

In diesem Sommer haben wir gemeinsam den Schwerpunkt auf die Gastronomie gelegt. Unter der Dachmarke „Sarstedter Sommerterrassen“ haben wir uns zusammengeschlossen, um mit attraktiven Angeboten und Aktionen wieder Leben in die Innenstadt zu bringen. Kleine, besondere Events und Aktionen, die Corona konform in den Biergärten/ Sommerterrassen der Gastronomen von Juni bis zum 3. Oktober angeboten wurden. Dabei gab es viele schöne Ideen, bei denen sich die Akteure mit den Gastronomen zusammengeschlossen haben, um sich gegenseitig zu unterstützen. So stellte z.B. die Kulturgemeinschaft in Sarstedt ihren Biergarten dem Eiscafé Marinello und der 3203 Sportsbar für Public Viewing zur Verfügung - Kultur trifft Fußball oder Kultur trifft Mode.



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



”... ich kleine
Läden mag.
Persönlichen
Kontakt finde
ich gut.“



Link zum Video

https://www.instagram.com/stadt_sarstedt/

Eingereicht am

29. Sep 2021

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Firmen-Jubiläum im Corona-Jahr,
Hermine Brunde Landhandel GmbH,

Hunteburg

2022

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Firmen-Jubiläum im Corona-Jahr

Institution

Hermine Brune Landhandel GmbH

Ansprechpartner

Christine Bullermann

Am Alten Bahnhof 6, 49163 Hunteburg

05475-317

info@landhandel-brune.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Unser Kiebitzmarkt ist über die Grenzen Hunteburgs hinaus bei Gartenliebhabern und Haustierbesitzern insbesondere durch kompetente Beratung und ein ausgezeichnetes Sortiment bekannt.

Unser Landhandel ist besonders leistungsstark in der Produktion von kundenspezifischen Futtermischungen. Saatgut, Düngung und Pflanzenschutz sind weitere Schwerpunkte unseres Betriebes.

Eigentlich wollten wir im Jahr 2021 groß feiern:

75 Jahre Landhandel Brune

25 Jahre Kiebitzmarkt Brune

Doch auch uns bremste Corona aus. Die eigentlichen Planungen zur Jubiläumsfeier wurden schnell ad acta gelegt und nach der ersten Resignation überlegten wir uns, wie wir trotz Corona auf unser Jubiläum aufmerksam machen könnten.

Die extra für's Jubiläumsjahr gestalteten Logos konnten wir natürlich nutzen. Fachpresse und örtliche Presse waren schnell eingeladen und sichtlich erfreut, über etwas anderes als über Corona zu berichten.

Der Gedanke unsere Kunden mit Wurst und Getränken zu bewirten wurde wegen der widrigen Umstände wie Hygienekonzepte, Maskenpflicht, etc. schnell verworfen. Es musste etwas her, das sowohl unsere Landwirte als auch unsere Gartenliebhaber nutzen können und eine langfristige Sichtbarkeit unseres Unternehmens

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



gewährleistet. Die Wahl fiel dabei auf qualitativ hochwertige Arbeitshandschuhe, die wir mit dem Jubiläums-Logo bedrucken ließen. Wir verschickten an unsere Stammkundschaft Gutscheine für diese Handschuhe und verlostebendiese Gutscheine auch an unsere Kiebitzmarkt-Kundschaft.

Für die Kinder stellten wir Basteltüten zusammen, in denen sich alles befand, um daraus bunte Marienkäfer zu basteln. Gut 80 Tüten konnten wir über die Sommerferien hinweg verteilen. Diese Aktion stieß sowohl bei den Kindern, als auch bei den Eltern und Großeltern auf sehr positive Resonanz. Bilder der fertigen Basteleien wurden im Internet gepostet und immer wieder entdeckten wir auch bei Bekannten und Freunden die bunten Käfer an Kühlschränken, Küchentüren und Memoboards.

Bei einem so großen Jubiläum schaut man natürlich gerne in die Vergangenheit und ist stolz auf das stete Wachstum und den stabilen Kundenkreis, denn man sich mit Fleiß, kompetenter Beratung, fairen Preisen und einem guten Miteinander über die Jahre aufgebaut hat.

Und dann fragt man sich, wie denn die Zukunft für einen lokalen Einzelhandel, wie wir es mit dem Kiebitzmarkt sind, aussieht.

Um einen kleinen Einblick in die Zufriedenheit und Intentionen unserer Kunden zu bekommen, haben wir sie anonym befragt. Dazu haben wir im Ladenlokal einen kleinen Stand aufgebaut, an dem der Kunde an einer zweiseitigen schriftlichen Kundenbefragung teilnehmen konnte.

Uns beschäftigten nach 25 Jahren zum Beispiel Fragen wie: Über welchen geografischen Radius erstreckt sich mittlerweile unser Kundenkreis? Sind wir mit unserer Sortimentsgestaltung am Puls der Zeit? Passt das Preis-Leistungs-Verhältnis? Wie wird unsere Beratung & Fachkompetenz wahrgenommen? Aber auch die Fragestellung: Wie informiert sich eigentlich unser Kunde über Neuigkeiten/Angebote/Verkaufsaktionen etc.? Ist es für uns nach wie vor wichtig mit Anzeigen in lokalen Zeitungen zu werben oder ist der Kunde heute tatsächlich so aktiv im Internet, dass er durch Postings bei Facebook und Instagram oder auch auf unserer eigenen Homepage auf diese aufmerksam wird.

Als Grundversorger waren wir glücklicherweise nicht von Corona-bedingten Schließungen betroffen, welche eine Vielzahl von Kunden in's Internet getrieben und den lokalen Einzelhandel stark geschwächt haben. Aber auch uns trieb die Sorge um, ob die Kunden vielleicht doch gerne online bei uns bestellen möchten, evtl. sogar verbunden mit einer Lieferung oder aber als sogenanntes „Click and Collect“, also die Möglichkeit online zu bestellen und die Ware bei uns vor Ort abzuholen.

Abschließend können wir festhalten, dass wir trotz „Abstandspflicht“ in 2021 unsere Kundennähe bewahren konnten und ein Gespür dafür bekommen konnten, wie uns dieses auch in Zukunft gelingt.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



**HERMINE B
LANDHAND
SEIT 1946**



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
23. Jun 2022

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Ob am Regal oder auf Instagram -
wir sind schon da!,
Bücher von Bestenbostel,

Nordenham

2022



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2022

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Ob am Regal oder auf Instagram - wir sind schon da!

Institution

Bücher von Bestenbostel

Ansprechpartner

Anne v. Bestenbostel
Marktpassage 2, 26954 Nordenham
04731 923040
anne@bestenbostel.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Nordenham Marketing & Touristik

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Junge Leute lesen heute ja gar nicht mehr?! Von wegen!

Seit dem Beginn der Coronakrise hat das ganze Land einen „Digitalschub“ bekommen. Homeoffice und Zoomkonferenzen sind normal geworden, Kinder wurden online beschult, der Internethandel boomte noch mehr als sonst. Auch unser Webshop hat im Lockdown viel höhere Umsätze erzielt.

Viele unserer Aktionen haben sich auch ins Internet verlagert. Hier merken wir nun, dass wir dort verstärkt junge Leute erreichen. Teenager und junge Erwachsene „hängen ja eh den ganzen Tag am Handy“, also holen wir sie dort ab! Wir haben eine neue Kollegin eingestellt, die gerade erst ihre Ausbildung beendet hat und Digital Native ist. Sie tobt sich im Netz aus, postet mehrfach pro Woche auf Instagram und auf Facebook. Unsere Followerzahlen steigen rasant. Viele Leute reagieren mit den obligatorischen Herzchen oder „Daumen hoch“, aber zunehmend kommentieren sie auch und treten mit uns in Kontakt.

Zurzeit läuft ein Malwettbewerb, bei dem wir schöne Motive für Social-Network-Service-Cards suchen. Diese Karten sehen etwa so aus wie ein durchsichtiges Polaroid-Foto, das durch ein kleines Motiv verziert wird und dann benutzt wird, um die eigenen Insta-Posts in Szene zu setzen. Wir möchten in diesem Jahr noch vier solcher Karten anbieten, für die Themenbereiche Young Adult, Nordenham, Weihnachten und Bücherliebe. Solche Karten entwickeln Sammlerwert und sind bei jungen Leuten sehr beliebt. Wir werden sie produzieren und dann für zwei Euro pro Stück verkaufen oder an Stammkunden verschenken. So werden dann hoffentlich viele Leute auf Instagram die SNS-Cards nutzen und jedes Mal auch Werbung für uns machen.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



WhatsApp wird immer wichtiger. Täglich kommen Bestellungen und Anfragen rein. Wir bewerben diesen Kanal über Post-its mit QR-Code, die wir auf jedes Buch an der Kasse kleben; in der Hoffnung, dass gerade die bequemen Schülerinnen und Schüler von diesem Bestellweg erfahren und ihn auch nutzen.

In unserer Buchhandlung vollzieht sich zurzeit ein kleiner Generationenwechsel. Vor allem seit wir die Abteilungen für Manga und für „Young Adult“ stark ausgebaut haben, steigen die Umsätze. Immer öfter kommen junge Leute in den Laden, gehen zielstrebig zu „ihren Regalen“ und kaufen sich neuen Lesestoff.

Gerade junge Frauen folgen ihren Lieblingsautorinnen oft in den Sozialen Medien und wissen genau, was wann erscheint und was für sie geeignet ist. Sie sind gut bei uns aufgehoben, weil die beiden jungen Kolleginnen die gleichen Blogs lesen, Animes gucken oder koreanischen Pop hören.

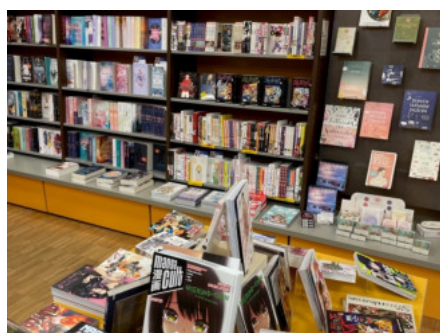
Wir beachten alle Erstverkaufstage beliebter Buchreihen und haben dann natürlich auch die beliebten Erstausgaben mit farbigem Buchschnitt vorrätig. Wir ergänzen Mangareihen regelmäßig, so dass die Fans auch da immer öfter fündig werden und nicht so viel bestellen müssen. Den treuesten Kundinnen geben wir unsere Verlagsvorschauen in die Hand, damit sie direkt ankreuzen können, was sie möchten. Auch Leseproben und Giveaways liegen immer bereit und werden mitgenommen.

Wir freuen uns sehr über diese Entwicklung und arbeiten daran, dass diese jungen Leute nicht abwandern oder bei amazon bestellen, sondern weiter bei uns alles finden, was ihr Herz begehrt.

Bitte beachten Sie auch unser einseitiges PDF (per Mail an Frau Westermann), das unser sonstiges Engagement für Kinder und Jugendliche beschreibt. Dankeschön!

Förderprogramm(e)
Neustart Kultur

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
07. Jul 2022



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Zeitenwende: Nachhaltigkeit als
Chance für die Zukunft,
Wohncenter Nordenham GmbH,

Nordenham

2022

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Zeitenwende: Nachhaltigkeit als Chance für die Zukunft

Institution

Wohncenter Nordenham GmbH

Ansprechpartner

Hendrik Lenz

Wohncenter Nordenham GmbH, 26954 Nordenham

+4947316064

lenz@wohncenter-nordenham.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Nordenham Marketing & Touristik

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Vor Corona: Wandlung vom Einrichtungshaus in ein Erlebnishaus. Mit vielen kreativen Ideen, Veranstaltungen und Gemeinschaftssinn.

Während Corona: Wandlung vom Erlebnishaus in ein flexibles Kreativzentrum. Durch Kreativität den täglich neuen Voraussetzungen anpassen und immer neue Wege gehen (müssen), um unsere Kunden zu erreichen, zum Kauf zu animieren und an uns zu binden.

Nach Corona: Soweit sind wir noch nicht, aber wir bereiten uns darauf vor! Das was in jedem Fall und zu jeder Phase gleich bleibt: Kreativität ist gefragt und ein entscheidender Weg zum Erfolg!

Bei uns tut sich einiges! Wir haben in den Bereich Digitalisierung investiert. Abläufe konnten durch neue Hard- und Software aktualisiert werden. Ein Onlineshop für Küchen befindet sich in der Programmierung und soll noch in diesem Jahr an den Start gehen. Spannende Projekte und neben den Bereichen Fachkräftemangel und Nachhaltigkeit wohl die größte Baustelle unserer Zeit. Im Bereich Personal sind wir durch Neueinstellungen, Weiterbildungen, Ausbildung, flexible Rahmenbedingungen und ein gutes Arbeitsumfeld gut aufgestellt. Fehlt "nur" noch der Bereich Nachhaltigkeit. Ein Bereich mit einer großen Herausforderung, aber auch einer großen Chance. Und so gehen wir das gerade an (siehe auch anliegenden Bericht aus der Juni Ausgabe Möbelmarkt):

- Durch Digitalisierung arbeiten wir am papierlosen Büro.
- Wir bauen eine Photovoltaikfassade und werden zum Stromselbstversorger (ein eigenes Blockheizkraftwerk befindet sich schon länger im Betrieb). Auch die Dämmwerte werden durch die neu vorgesetzte Fassade verbessert.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



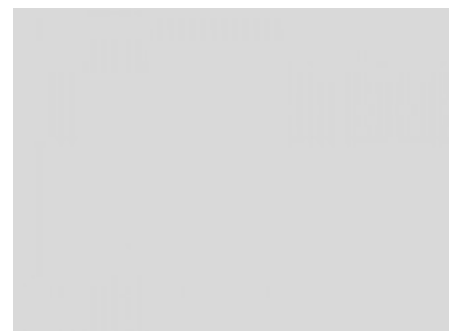
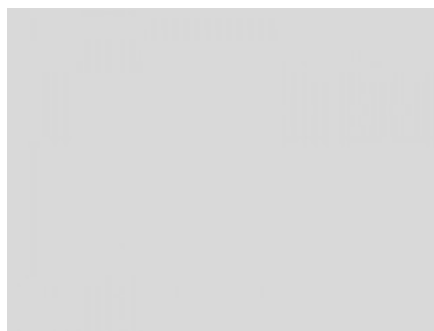
- Wir bauen einen neuen Parkplatz. Großzügiger, behinderten gerecht und Nachhaltig. 20 Ladepunkte für die E-Mobilität wird es geben. Eine Ladestation für E-Bikes. Eine Wildblumenwiese und weitere Begrünung (evtl. eigene Bienenstöcke). Highlight für unser Personal: Outdoorarbeitsplätze.
- Anschaffung von Infrarotheizungen über den Arbeitsplätzen der Mitarbeiter. Hierdurch kann die generelle Raumtemperatur gesenkt werden und im größeren Umfang Energie gespart werden.
- Neue Fenster und Eingangstüren mit speziellem Glas zur Dämmung und zum UV-Schutz.
- Weitere Umstellung der Beleuchtung auf LED-Technik. Verringerung der Lichtverschmutzung im Außenbereich durch intelligente Systeme.
- Neuer elektrifizierter Fuhrpark. Wir haben 12 rein elektrische Fahrzeuge für unser Personal bestellt.
- Optimierung des Arbeitszeitenmodells, um das Bilden von Fahrgemeinschaften zu ermöglichen und möglichst wenig Straßenverkehr zu erzeugen.
- Wir prüfen die Begrünung unseres Dachs, um versiegelte Flächen wieder der Natur zuzuführen.

Diese Aufzählung befindet sich gerade in der Umsetzung und könnte durch weitere Punkte ergänzt werden. Es wurde schon in verschiedenen Fachzeitzungen über unser Projekt berichtet, so dass sich hoffentlich Nachahmer finden.

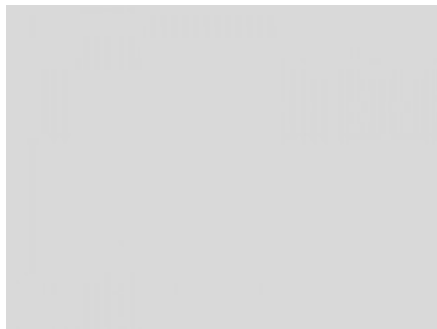
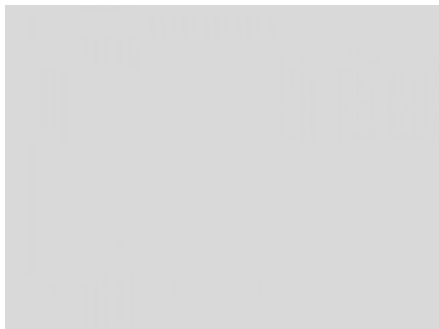
Wir sehen in unserem Projekt einen Beitrag für die Umwelt, in der wir alle leben. Zudem entspricht dies dem aktuellen Zeitgeist und wir verbessern unsere Wahrnehmung nach außen. Unsere Kunden wissen dies zu schätzen und wir bekommen tolle Rückmeldungen. Wir sind wieder im Gespräch!

Ökologie und Ökonomie müssen sich nicht gegenseitig ausschließen. Ganz im Gegenteil! Es besteht eine riesen Chance, beides von einander profitieren zu lassen und wir versuchen diesen Weg zu gehen!

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
06. Jul 2022



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Zwischenzeit,
Zwischenzeit, Osnabrück,

Osnabrück

2022

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel
Zwischenzeit

Institution
Zwischenzeit

Ansprechpartner
Brüggemann Simone
Markt 9, 49074
01777572175
hello@zwischenzeit-os.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?
Handelsverband

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

„Zwischenzeit“ heißt unser Pop-up-Store, der in Osnabrück von Leerstand zu Leerstand wandert und in dem wir gemeinsam ausschließlich unsere eigenen Produkte verkaufen. An seinem vierten Standort ist dieser besondere Regionalladen seit Herbst 2021 unter dem Motto „Zwischenzeit 4.0“ mitten in der Osnabrücker Altstadt in einem früheren Kerzengeschäft zu finden.

Wir, das ist ein fester Kern aus acht Osnabrücker:innen, der, je nach Standort und verfügbarer Fläche, durch wechselnde Kolleg:innen aus der Region ergänzt wird. Die erste Idee für diese besondere Kollaboration entsprang einem Projekt der lokalen Wirtschaftsförderung zur Stärkung regionaler Wertschöpfung. Bei einem Pop-up-Regionalladen, der 2018 als Kooperationsprojekt mit der IHK-Initiative „Heimat shoppen“ umgesetzt wurde, entwickelten wir mit anderen Teilnehmenden erste Ideen, aus denen u.a. auch ein Netzwerk regionaler Produzent:innen entstand, das sich heute noch aktiv für die Förderung regionaler Produkte einsetzt. Bereits im Folgejahr organisierten wir die erste „Zwischenzeit“ mit zehn verschiedenen lokalen Labels.

Mitten in der Coronapandemie ist unser Geschäftsmodell gewachsen. Wir glauben daran, dass gerade in diesen Zeiten der stationäre Handel kreative und vor allem nachhaltige Ideen wie unsere braucht. Solche besonderen und temporären bzw. temporär wechselnden Angebote steigern die Aufmerksamkeit und die Frequenz für die gesamte Innenstadt. Damit tragen wir unseren Teil bei zur Aktivierung der Osnabrücker City.

In der Zwischenzeit sind wir zwar alle selbstständig und handeln jeweils auf eigene Rechnung, teilen aber die Geschäftskosten und haben ein gemeinsames Kassensystem. So findet unsere Kundschaft ein vielseitiges, abwechslungsreiches Sortiment von bis zu fünfzehn verschiedenen Anbieter:innen vor und hat gleichzeitig den

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Eindruck eines einheitlichen Ladens. Wir legen Wert auf hochwertiges Design und präsentieren die Produkte, übrigens überwiegend Unikate, auf Vintage-Mobiliar, das ebenfalls zum Verkauf steht. In diesem ansprechenden Ambiente eines stylischen, regionalen Concept Stores bieten wir ein einzigartiges Einkaufserlebnis.

Heute sind wir im vierten Jahr unserer gemeinsamen Selbstständigkeit und das mit so viel Freude und positiver Resonanz, dass wir kurz davorstehen, vom Pop-up-Konzept zu einem tragfähigen, sesshaften Geschäftsmodell zu werden. Vielleicht wird es also bald eine Zwischenzeit-Genossenschaft in Osnabrück geben. Das Preisgeld des Genossenschaftsverbandes wäre dafür jedenfalls ein toller „Gründungszuschuss“!

Webside:

<https://www.zwischenzeit-os.de/>

Instagram:

https://www.instagram.com/zwischenzeit_os/

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

https://www.youtube.com/watch?v=T1Pzj9uMy_I

Eingereicht am

29. Jul 2022

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

OHZSDSB - OHZ sucht
die Superbank,
Wirtschaftstreff Osterholz-
Scharmbeck e.V.,

Osterholz-Scharmbeck

2022



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2022

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

OHZSDSB – OHZ sucht die Superbank

Institution

Wirtschaftstreff Osterholz-Scharmbeck e.V.

Ansprechpartner

Stefan Molkentin
Bremer Straße 43a, 27711 Osterholz-Scharmbeck
0151-14034444
molkentin@imnetz.org

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

OHZSDSB – OHZ sucht die Superbank, eine Aktion, konzipiert und umgesetzt vom Wirtschaftstreff Osterholz-Scharmbeck e.V.

Nach dem immensen Erfolg der kreativen Aktion „Drachenjagd“ (2021), setzte der Wirtschaftstreff Osterholz-Scharmbeck e.V. auch im Jahr 2022 wieder auf eine kreative, künstlerische Aktion, welche einerseits durch jedes Unternehmen mitgemacht werden und andererseits attraktivitätssteigernd für die gesamte Stadt Osterholz-Scharmbeck, insbesondere die Innenstadt, wirken würde.

Vom 15.05.2022 bis zum 15.07.2022 wurde in Osterholz-Scharmbeck gebohrt, gehämmert, getackert und gemalt. In einem kreativen Wettbewerb für die Mitglieder des Wirtschaftstreff Osterholz-Scharmbeck e.V. und Unterstützer wurden bereitgestellte Sitzbänke (Holzbank-Rohlinge) in Teams individuell gestaltet, im Aktionszeitraum ausgestellt und werden aktuell von Bürgerinnen und Bürgern bewertet. Die 3 schönsten und kreativsten Sitzbänke werden prämiert. Bis zum 15.08.2022 läuft noch die Abstimmung zu OHZSDSB.

Der Entstehungsprozess der einzelnen Bänke, tolle Bilder und deren Standorte kann man derweil auf der Facebook-Präsenz des Wirtschaftstreff Osterholz-Scharmbeck (<https://www.facebook.com/Wirtschaftstreff-Osterholz-Scharmbeck-eV-149307112231156>) verfolgen.

Mit jeder fertigen Bank ist ein kleines Kunstwerk entstanden. In der KiTa Tinzenberg haben sich in Zusammenarbeit mit dem lokalen REWE-Markt bunte Fingerabdrücke in Raupen, Schmetterlinge und Frösche verwandelt. Die Sitzbank der Allianz wurde in Zusammenarbeit mit den Nachwuchsbrandschützern der

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Freiwilligen Feuerwehr erstellt – der Farbton, natürlich ein RAL 3000, die rote Feuerwehrfarbe. Im Autohaus Opel Meyer ist die Bank einfach tiefergelegt worden und in die Buchhandlung „schatulle“ ist eine künstlerische BANKsy eingezogen. Aus den Bänken sind regionale Torfkähne oder Matschküchen entstanden, Bänke haben Schuhe oder Gummistiefel an, und bei der „Foto-Scheune“ wurden sogar in 25 Stunden Fotos aus allen Ländern der Welt aufgeklebt, eben eine Weltbank.

Bei der Aktion OHZSDSB wurden zahlreiche neue Kooperationen zwischen Institutionen, wie KiTas, Feuerwehr, Mehrgenerationenhaus und einzelnen Unternehmen eingegangen und die teilnehmenden Bankgestalter konnten diese Aktion auch intern als Teambuilding-Maßnahme oder als Azubi-Projekt etablieren oder schafften wie bspw. die „Foto-Scheune“ eigene Gewinnspiele (siehe Video).

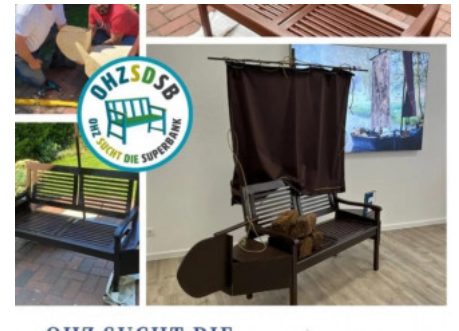
Kaum waren die ersten gestalteten Bänke aufgestellt, wurde das Interesse der Einwohner und Besucher groß – beim Schuhhaus steht eine Bank für den „König Kunde“. Hast Du schon die Bank mit den Gummistiefeln gesehen? Auch der Seniorenbeirat der Stadt Osterholz-Scharmbeck ist begeistert und ergänzt, dass die Bänke nicht nur als Hingucker, sondern auch als Hinsetzer gleichwohl für die Kundschaft als auch für Schaulustige einen praktischen Nutzen bieten werden. Nach Abschluss der Aktion bleiben die Bänke insbesondere in der Innenstadt bestehen und da wo bisher noch keine Bänke sind, wird sich der Seniorenbeirat mit dem Wirtschaftstreff Osterholz-Scharmbeck e.V. einsetzen, dass Sitzbänke folgen werden.

Den Abschluss der dreimonatigen Aktion bildet ein Gewinnspiel. 50 Preise warten auf glückliche Gewinner. Eine Teilnahme erfolgt per „Einwurf“ in speziell aufgestellte Losboxen, denn auch hier sollen die Gewinnspielteilnehmer zu den Unternehmen und allem voran in die Innenstadt „gelockt“ werden. Informationen findet man natürlich auch unter www.wirtschaftstreff.de

OHZSDSB – eine neue kreative Aktion, leicht, coronakonform, nachhaltig, und natürlich reproduzierbar auf andere Städte und Regionen. OHZSDSB schaffte wieder eine Bindestrichverbindung zwischen Unternehmen und Institutionen und begegnete sehr bunt und kreativ dem aktuellen Weltgeschehen. Zukünftig finden die bunten Bänke einen Platz in der Innenstadt von Osterholz-Scharmbeck und in den kommenden Jahren könnte man sich einen „Zuwachs“ um weitere kreative Bänke sehr gut vorstellen.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://www.facebook.com/fotoschneune/videos/588390536233920>

Eingereicht am
 19. Jul 2022

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Wallenhorst fährt mit
Abstand Karussell,
"Wir für Wallenhorst" - Marketing e.V.,

Wallenhorst

2022



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2022

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell

Institution

„Wir für Wallenhorst“ – Marketing e. V.

Ansprechpartner

Hans-Jürgen Klumpe
Ruller Straße 2, 49134 Wallenhorst
+49 151 11649033
post@wirfuerwallenhorst.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Mit „Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell“ durch die Corona Pandemie

Die Idee:

Im August 2020 stand der Marketingverein „Wir für Wallenhorst“ vor der Herausforderung, Wege zu finden, um in der Pandemie Kaufkraft in der Gemeinde zu halten und zusätzliche nach Wallenhorst zu holen. Die gemeinsamen Überlegungen, wie man trotz Aktionstage mit verkaufsoffenem Sonntag durchführen könnte, mündeten in „Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell“: An zentralen Orten sollten Karussells aufgestellt und so der Rahmen für ein Einkaufserlebnis entlang der „Mit-Abstand-Karussell-Meile“ geschaffen werden. Das Zentrum wird belebt und die Menschen erleben ihre Gemeinde als lebendigen Einkaufsort in der Pandemie. Außerdem unterstützt die Aktion die lokalen Schausteller, die durch den Wegfall vom Märkten etc. besonders gebeutelt waren.

Das Konzept:

Der Marketingverein beruft sich für „Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell“ und verkaufsoffenen Sonntag auf das öffentliche Interesse zur Belebung der Gemeinde. Auf vier zentralen, durch die Hauptstraße verbundenen Plätzen in Wallenhorst werden Karussells und Imbisswagen aufgestellt. Der Einzugsbereich umfasst damit das Zentrum von Borsigstraße über Hansastrasse und Lechtinger Kirchweg bis Ruller Straße.

Mit dieser Aktion schaffen die Einzelhändler ein zentrales Marktgeschehen im Zentrum, die vier Veranstaltungsorte liegen nur etwa zwei Kilometer voneinander entfernt. Durch den verkaufsoffenen Sonntag können die Geschäft einen Teil des hochgerechnet siebenstelligen Umsatzverlustes durch Corona auffangen. Die Schausteller bekommen die Möglichkeit, ihre Waren auf Privatgrundstücken von Porta Möbel, Stavermann

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



und E Center anzubieten. Die Besucher können zwischen den vier Orten pendeln. Parkplätze gibt es ausreichend.

Die nach der Niedersächsischen Corona-Verordnung erforderlichen Maßnahmen bezüglich räumlichen Kapazitäten und Einhaltung des Mindestabstands, Ein- und Ausgangskontrollen sowie Maskenpflicht werden von den Unternehmen, z.T. durch Sicherheitsdienste kontrolliert. Für die Karussells und Imbissstände wurden ebenfalls Hygienekonzepte erstellt.

Das Feedback:

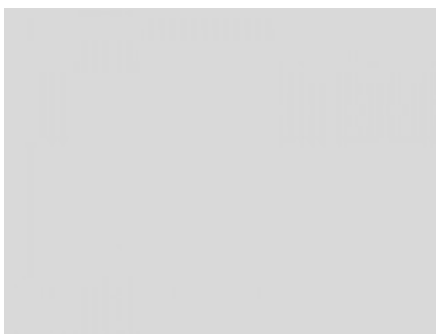
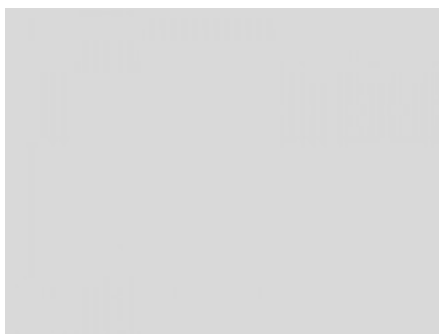
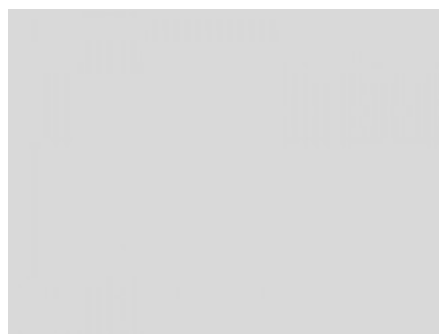
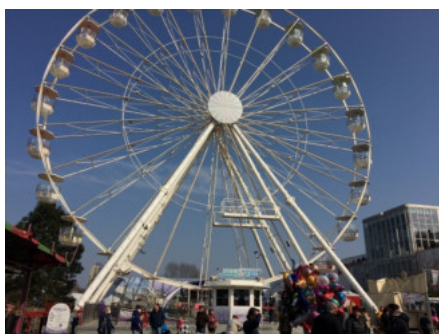
Die Resonanz bei den Gewerbetreibenden in Wallenhorst war ebenso positiv wie bei der Gemeinde und den Schaustellern. Über Social Media und Tageszeitung wurde „Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell“ angekündigt. Andere Kommunen haben auf Wallenhorst geschaut und sich die Frage gestellt: „Wir habt ihr das gemacht?“ Die Antwort: Mit dem gemeinsamen Willen der Kaufleute, etwas in und für die Gemeinde zu bewegen, einem Vorsitzenden, der sich über alle Maße eingesetzt hat und einem Hygienekonzept, mit dem die Veranstaltung auf alle Anforderungen der Pandemie eine Antwort hatte, die auch den Landkreis zufrieden stellte. Die Berichterstattung in den Medien sorgte darüber hinaus für einen Imagegewinn und erfüllte damit neben der Umsatzsteigerung ein weiteres Ziel der Veranstaltung – Tenor: Da wird angepackt, statt sich einzuigeln.

Die Fortsetzung:

Im März 2022 fand nach der erfolgreichen Premiere die zweite Auflage von „Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell“ als Einkaufserlebnis zum Start in den Frühling statt. Erneut von Donnerstag bis Sonntag konnten die Besucherinnen und Besucher in den Geschäften bummeln und anschließend eine Runde Riesenrad und Karussell fahren. Schausteller aus der Region bauen für vier Tage viele Attraktionen für Groß und Klein sowie Stände zum Schlemmen auf dem Parkplatz von Porta und dem Gelände bei Stavermann auf. Am Sonntag fand zudem ab 11 Uhr auf dem Parkplatz der Volksbank ein Oldtimertreffen statt. In vielen beteiligten Geschäften gab es als kleines Dankeschön für den Einkauf orangefarbene „Wallenhorst fährt mit Abstand Karussell“-Kunststoff-Taler in einem Gegenwert von einem Euro. Diese konnten an allen Verzehrständen und Fahrgeschäften eingelöst werden.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
15. Jul 2022

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

"Die City-Offensive Bramsche" -
gemeinsam für eine starke Innenstadt!,
Förderkreis Freundliches Bramsche e.V.,

Bramsche

2023



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Die „City-Offensive Bramsche“ – gemeinsam für eine starke Innenstadt!

Institution

Förderkreis Freundliches Bramsche e.V.

Ansprechpartner

Klaus Sandhaus
Hasestraße 11, 49565 Bramsche
05461/9355-13
ks@stadtmarketing-bramsche.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Die City Bramsche hat als Mittelzentrum Versorgungsfunktion für ca. 31.000 EW in 14 Ortsteilen sowie den ländlichen Nordkreis Osnabrück. Seit 2017 gibt es die „City-Offensive Bramsche“ – eine Beteiligungs-Plattform zur Transformation der Innenstadt. Durch das Miteinander von Handel, Dienstleistungen und Gastronomie (Förderkreis Freundliches Bramsche e.V.), Stadtverwaltung, Stadtmarketing, Kommunalpolitik und Jugendparlament werden Stärkung des Besatzes und Belebung der City operativ verknüpft und frühzeitige (politische) Machbarkeiten ermöglicht.

Bereits vor Corona, Anfang 2019, hatte die City-Offensive den „Masterplan City-Bramsche 2025“ verabschiedet – ein operatives Zukunftsprogramm, durch das mit Mitteln der „Zukunfts-räume Niedersachsen“ und „Perspektive Innenstadt!“ von 2021 bis 2023 zielorientiert Maßnahmen umgesetzt werden konnten: als Mix aus investiven Maßnahmen und Beispielen der City – um die Bürger*innen für die Innenstadt zu begeistern und das Miteinander zu fördern. Beispiele sind der Bramscher Einkaufs- und Erlebnissamstag oder das Stadtjubiläum „925 Jahre Bramsche feiert gemeinsam“ mit Aktionen für Groß und Klein. Wichtige investive Maßnahmen waren:

- ☑ Neue öffentliche Beleuchtung plus Bodenstrahler zur Illumination von Bäumen und Fassaden
- ☑ Eine Radservicestation in Kooperation mit einem Gastronomen
- ☑ Eine digitale Info-Steile
- ☑ Der zweimalige Wettbewerb „Lokalhelden“ (siehe unten)

Derzeit (Juli 2023) in der Umsetzung sind die Neuaufstellung der Stadtplätze (s.u.), der Aufbau eines Coworking Space sowie eine situative Beleuchtung auf dem Kirchplatz, die mit Gobos die Geschichte der Tuchmacherstadt Bramsche „Vom Schaf zum Tuch“ erzählt.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Bei noch gutem Branchenmix und nur wenigen Leerständen liegt der Fokus, neben Angeboten wie dem „City Bramsche Stadtgutschein“, auf Erhöhung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes, namentlich der Stadtplätze Münsterplatz, Kirchplatz und Brückenort sowie der Fußgängerzone. Grundidee der Neugestaltung ist, den Plätzen Funktionen zuzuweisen und diese neben neuen, spannenden Nutzungen durch unterschiedliche Materialien (primär Pflasterung) auszudrücken, um einen Wiedererkennungswert zu erreichen.

Beispiel Münsterplatz: Angesichts der vielen Nutzungen, Außengastronomie, Freizeitangebote (Sandkiste im Sommer) und Wegeverbindungen lautet der Schwerpunkt „Spielen, Sitzen, Erfrischen“. Im Juli 2023 ist der „Münsterplatz-Sommer“ gestartet: Als Modellversuch mit Bürgerbeteiligung für die zukünftige Umgestaltung erfolgen die temporäre Abgrenzung des Verkehrsbereichs vom Spielbereich mit Pflanzen, Pflanzung von Bäumen und eine erweiterte Außengastronomie, gefördert durch den Wettbewerb „Lokalhelden“. Ziel ist eine klimaangepasste Wohlfühl-Oase.

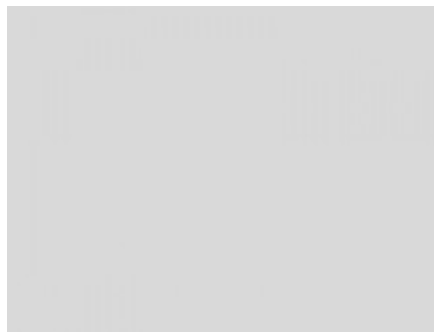
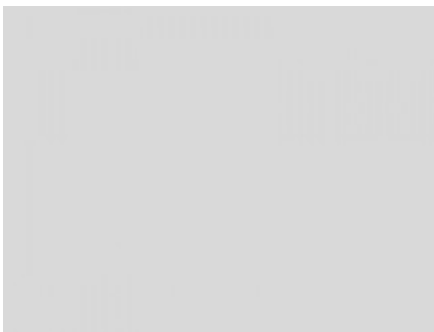
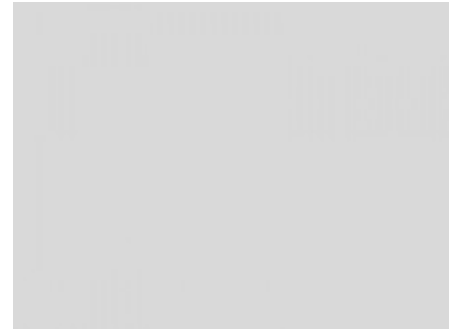
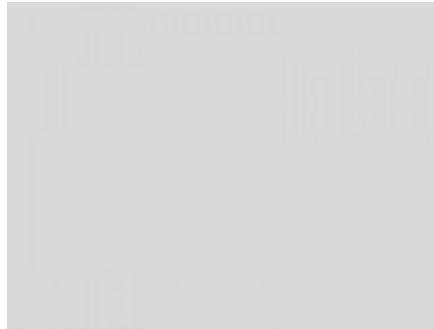
Während die Gestaltung des öffentlichen Raumes durch die Stadt unmittelbar realisierbar ist, bedarf es Anreize, um die privaten Akteure zu bewegen, aktiv zu werden und Kapital zu mobilisieren. Im Projekt „Bramsche bringt's: lebendig und resilient“ wurde Anfang 2022 der Wettbewerb „Lokalhelden“ erfolgreich durchgeführt. Für die Förderbereiche „Aufwertung vorhandener Gastronomie“ (z.B. neues Mobiliar und Sonnenschirme), sowie „Ansiedlung / Neueröffnung“ gab es je einen Zuschuss von 60 %, beim Gesamtbudget von 30.000 €. Von der Jury ausgewählt wurden vier Gastronomen, zudem eine Neueröffnung. Aufgrund des Erfolgs wurde der Wettbewerb Anfang 2023 mit einem Budget von 20.000 € wiederholt: Vier weitere Gastronomen haben in ihre Außengastronomie investiert – mit positiven Effekten für den Handel und weit über die Fördermittel von je 5.000 € hinaus!

Fazit: Die Transformation der Bramscher Innenstadt ist ein kreativer und komplexer Prozess, der nur mit vielfältigen und nachhaltig wirksamen Maßnahmen umzusetzen ist. Wir müssen die City nicht nur neu denken – wir müssen sie neu machen! Gemeinsam mit dem Förderkreis Freundli-ches Bramsche spielt die City-Offensive hier ihre konzeptionellen und operativen Stärken aus.

Förderprogramm(e)

Teile der umgesetzten Maßnahmen wurden gefördert über das Programm "Zukunftsräume Niedersachsen"

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
17. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Wochenmarktkonzept für
Bad Bevensen – Belebung
des Wochenmarktes stärkt
die Innenstadt,
Bad Bevensen Marketing GmbH,

Bad Bevensen

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Wochenmarktkonzept für Bad Bevensen - Belebung des Wochenmarktes stärkt die Innenstadt

Institution

Bad Bevensen Marketing GmbH

Ansprechpartner

Christine Lohmann
Dahlenburger Straße 1, 29549 Bad Bevensen
05821 9768324
christine.lohmann@bad-bevensen.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Bad Bevensen ist eine Kurstadt in der Lüneburger Heide mit fast 10.000 Einwohnern. Die Innenstadt schließt direkt an den Kurpark an. Sie beginnt mit einer ca. 1.000m langen Fußgängerzone, in der sich inhabergeführte Geschäfte und Gastronomie aneinanderreihen. Der Kirchplatz in der Mitte der Innenstadt ist Zentrum und Treffpunkt bei Festen, zum Sitzen und Klönen auf den Terrassen der Lokale. Dort wurde seit Jahrzehnten jeweils am Mittwoch, Freitag und Samstag ein klassischer grüner Wochenmarkt ausgerichtet.

Die Stadt Bad Bevensen ist Veranstalter des Wochenmarktes, allerdings wurde der Markt seit Jahren nur verwaltet und nicht aktiv gemanagt. Die Zufriedenheit der Marktbesucher, Kunden, Verwaltung und Politik sank. Die Probleme waren offensichtlich geworden: Das Warenangebot auf dem Wochenmarkt, die Zuverlässigkeit der Marktbesucher und die Attraktivität für die Kunden wurden zunehmend geringer.

Die Bad Bevensen Marketing GmbH (BBM) wurde schließlich von der Stadtverwaltung beauftragt ein Wochenmarktkonzept zu erarbeiten und festgelegte Zielsetzungen zu berücksichtigen:

- Wiederbelebung und Attraktivitätssteigerung des Wochenmarktes
- Etablierung des Wochenmarktes als Treffpunkt mit Aufenthaltsqualität
- Nahversorgungsangebot mit regionalen Lebensmitteln/Produkten in zentraler Lage erhalten
- Synergien mit dem Einzelhandel und positiven Effekt auf die Gesamtsituation der Innenstadt

Im Jahr 2021 wurde das Konzept vorgestellt und Maßnahmen zur Umsetzung festgelegt. Eine Aufteilung der Aufgaben zwischen Stadtverwaltung und BBM wurde vereinbart.

Bei der Stadtverwaltung liegen vorrangig organisatorische Aufgaben:

- Marktorganisation: fester Ansprechpartner (Marktmeister) für die Marktbesucher, Präsenz auf dem Markt, Gesprächsrunden zum gemeinsamen Austausch
- Aktive Ansprache potenzieller neuer Marktbesucher, um das Angebot zu erweitern

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



- Reduzierung auf zwei Markttage pro Woche (Freitag, Samstag)
- Lage auf dem Kirchplatz erhalten und bei Großveranstaltungen (Stadtfest) die Verlegung an einen nahegelegenen alternativen Ort

Die BBM wurde mit Marketing und Eventorganisation beauftragt:

- Logoentwicklung für den Wochenmarkt
- Layout für Kennzeichnung der Marktbesucher, Werbeplakate und Ausschilderung des Marktes an diversen Orten
- Werbeartikel für den Wochenmarkt entwickeln: Samenpapier, Einkaufsblock, Kugelschreiber, Stoffbeutel, einheitliche Schürzen für die Marktbesucher
- Saisonale Aktionen auf dem Wochenmarkt in Abstimmung mit den Marktbesuchern und der Stadtverwaltung
- Beteiligung des Wochenmarktes an Events wie z.B. „Heimat shoppen“ und Heidekartoffelfest
- Online-Marketing über die Webseiten der Stadtverwaltung und der BBM sowie auf der Facebook-Seite „Einkauf & Genuss“

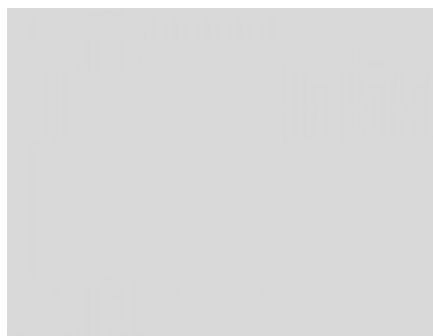
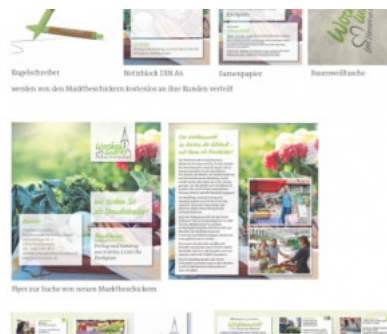
Im Juni 2022 wurde der Wochenmarkt feierlich neu eröffnet und hat sich im Laufe der Monate kontinuierlich verbessert. Das „An einem Strang ziehen“ von Stadtverwaltung, Stadtmarketing und Marktbesuchern hat sich ausgezahlt. Die Anzahl hat sich von 10 auf 19 Stände erhöht, damit ist an beiden Wochenmarkttagen ein erweitertes, vielfältiges Angebot entstanden, wodurch der Markt auch mehr Kunden anspricht. Ein Imbissangebot mit Sitzmöglichkeiten lädt zum längeren Verweilen ein und wird gut angenommen. Durch die gezielten Marketingmaßnahmen wurde die Bekanntheit des Wochenmarktes in der Bevölkerung gesteigert. Mit den saisonalen Aktionstagen wurden kleine Highlights für die Marktkunden geschaffen, eine Gelegenheit für die Marktbesucher sich zu beteiligen und den Kunden mit eigenen Aktionen zu begeistern. Die Kinderaktionen im Rahmen dieser Aktionstage sollen die Bekanntheit des Marktes unter Familien steigern.

Einzelhändler bestätigen, dass sie von der Belebung der Innenstadt profitieren und damit die gewünschten Synergieeffekte entstanden sind.

Die Zusammenarbeit der Stadtverwaltung und BBM wird auf Dauer fortgesetzt, um den Erfolg des Wochenmarktes und dessen positiven Effekt auf die Innenstadt nachhaltig zu festigen.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
28. Aug 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Fühl Dich regional verbunden von Anna,
Lebenswerk von Anna. GmbH,

Bendestorf

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Fühl Dich regional verbunden von Anna

Institution

Lebenswerk von Anna. GmbH

Ansprechpartner

Anna-Lena Krüger
Harmstorfer Weg 1, 21227
01742038000
mail@vonanna.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Es ist ein regionaler Onlineshop zur Digitalisierung kleiner und mittelständischer Unternehmen südlich von Hamburg. Ich biete diesen Machern eine Plattform zur Darstellung sowie zum Verkauf von Produkten und Dienstleistungen im Internet, schaffe ein Unternehmer-Netzwerk. Durch eine prozentuale Abgabe des Verkaufspreises an ein lokales Förderprojekt unterstützen Käufer und Verkäufer ihre Heimat.

Es ist aber viel mehr als das! Dieses Projekt ist meine Sinnquelle. Eine Projektionsfläche meiner Vision, Mission & Werte.

Mein Ziel ist das Fühlen von regionaler Verbundenheit. Ein Wir-Gefühl erzeugen! Wir alle teilen denselben Lebensraum, atmen einander ein. Der Lebensatem lässt keine Trennung zu. Von niemandem. Mit meinem Konzept setze ich einen Punkt nach dem höchsten Erstreben der Unabhängigkeit. Denn der Mensch ist ein soziales Wesen. Mit Gefühlen.

Der Einkauf mit seinem nachhaltigen Prozess in Verbindung mit meinen persönlichen Worten weckt Emotionen. Schärft die Sinne. Lehrt Achtsamkeit. Einen weiteren Punkt setze ich also hinter das Drama der Gefühlslosigkeit der Gesellschaft. Denn wir sind "Leben inmitten von Leben, das leben will", wie Albert Schweitzer es ausdrückte. Mit Verantwortung für unsere gemeinsame Geschichte.

Die finanzielle Unterstützung eines in Gemeinschaft bestimmten Förderprojektes zeigt Verantwortung für diese Geschichte. Schafft mehr Freiheit und Lebensqualität im Heute. Gibt Sicherheit und Halt. Im Wir.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Im Verbund erzeugt all das Glücksgefühle. Ich bin davon überzeugt, dass es das ist, was uns in Zukunft Kraft gibt und das Leben lebenswert macht.

Und so funktioniert es:

1. Durchstöbere meinen Shop und lasse Dich auf ein Shopperlebnis mit ganz viel Gefühl ein. Ich biete eine herrlich lebendige Produktvielfalt unserer beheimateten Unternehmen südlich von Hamburg an. Echte Herzensempfehlungen.
2. Du kannst Dir Deine Lieblinge für 48 Stunden im Laden für die Abholung vor Ort reservieren lassen oder aber direkt bestellen.
3. Bezahle direkt vor Ort im Ladengeschäft oder aber mit PayPal und der Möglichkeit der Kreditkartenzahlung sowie Vorkassenzahlung.
4. Du hilfst mit Deinem Kauf! Jeder Macher gibt bei seinen Produkten einen individuellen Fördersatz vom Verkaufspreis an. Dieser unterstützt das aktuelle Förderprojekt.
5. Lokal shoppen stärkt kleinere Unternehmen, Läden und Boutiquen und lehrt uns alle mit mehr Achtsamkeit zu shoppen. Unentdeckte Schätze wirst Du finden!
6. Handel anders! Handel bewusst! Du bist auf eine Stippvisite und kurzen Klönschnack vor Ort eingeladen, um Deinen Einkauf abzuholen. Natürlich kannst Du Dir aber auch alles mit angemessenen Versandkosten nach Hause liefern lassen.
7. Mit Deinem Shopperlebnis darfst Du Dich regional verbunden fühlen! Du zeigst Verantwortungsbewusstsein und stärkst das Wir-Gefühl.

Warum ein Macher von Anna werden?

Gerade die kleinen Boutiquen und Läden haben nicht das Budget für einen eigenen Onlineshop, den anhängenden Rattenschwanz und schon gar nicht die Zeit, sich um die Vermarktung effizient und professionell zu kümmern. Mit meinen 15 Jahren Erfahrung im Bereich Werbung & Marketing begleite ich Unternehmen zum Erfolg. Mein Know-How ist gefestigt, mein internationales Netzwerk ein sicherer Hafen.

Unternehmervorteile bei Anbindung auf der Verkaufsplattform gegen eine monatliche Kostenpauschale:

- Digitalberatung von Anna

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort

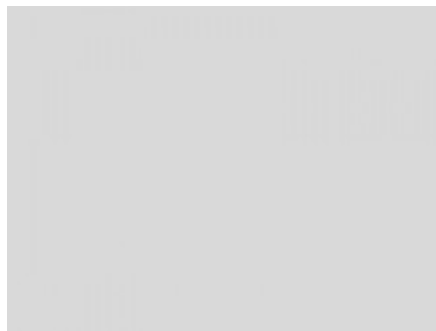
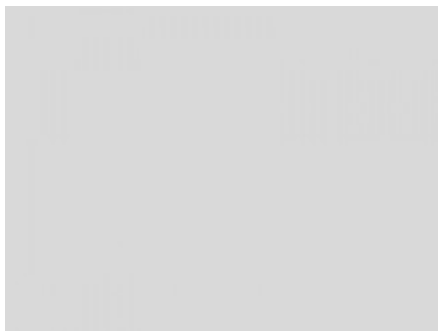
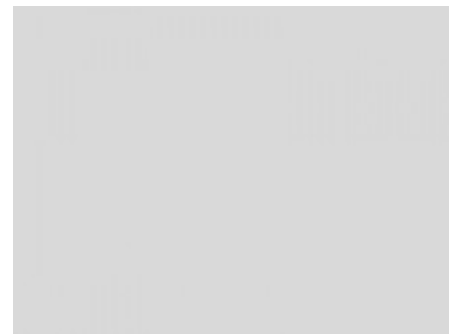
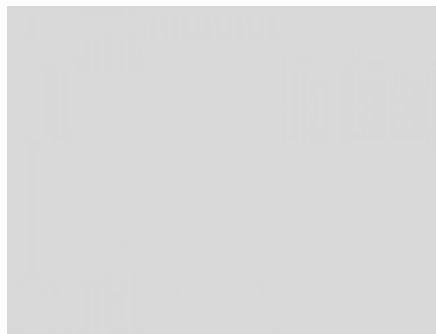
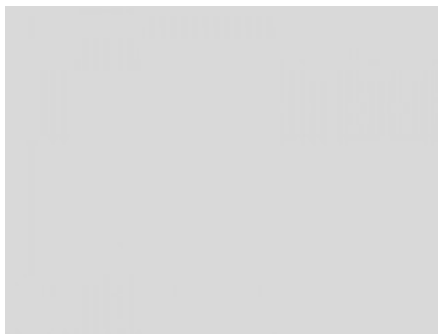


- Onlinepräsentation des Machers
- Verkauf von drei Produkten oder Dienstleistungen im Onlineshop
- Professionelle Unternehmens- und Produktfotos
- Emotionalisierende Worte von Anna zu Produkten, Dienstleistungen und Macher
- Vermarktung über Social-Media-Kanäle
- Online-Anzeigen und Kampagnenerstellung sowie Überwachung
- Online-Verwaltung und Generierung von Kundenrezensionen
- Persönliche Beratung und Betreuung im Bereich Werbung & Marketing von Anna

Mit einer Menge Elan und Esprit gehe ich das Projekt einer regionalen Verkaufsplattform an und verbinde Erfahrung mit Herausforderung.

www.vonanna.de

Förderprogramm(e)
Digitalbonus Niedersachsen



Link zum Video
<https://youtu.be/G4TpxfprYeg>

Eingereicht am
23. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Frühlingserwachen mit
Osterhasenrennen und
Verrückten Schaufenstern,
Wir für Wallenhorst - Marketing e.V.,
Wallenhorst

2023



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Frühlingserwachen mit Osterhasenrennen und Verrückten Schaufenstern

Institution

„Wir für Wallenhorst“ – Marketing e. V.

Ansprechpartner

Hans-Jürgen Klumpe
Ruller Straße 2, 49134 Wallenhorst
015111649033
post@wirfuerwallenhorst.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Was haben der Zwerkschecke „Caramel“ sowie die Sportwidder „Vanillas Hope“, „Moonlights Primavera“ und „Onyx von Bremen“ gemeinsam? Die Antwort gibt der Marketingverein „Wir für Wallenhorst“: Die beiden Hasen waren zwei der gefeierten Stars beim 1. Wallenhorster Kaninhop. Das Kaninchenrennen feierte 2019 Premiere, musste dann während der Corona-Pandemie leider pausieren und ist seitdem einer von vielen wechselnden Bausteinen beim alljährlichen Wallenhorster Frühlingserwachen. Das besondere an der gemeinsamen Frühjahrs-Aktionswoche von Kaufleuten, Handwerkern, Gastronomie und Gewerbetreibenden in der Gemeinde: Sie findet jedes Jahr statt, aber niemals immer gleich. Denn nur so gelingt es, die Menschen in der Gemeinde immer wieder neu zu überraschen und in die Geschäfte, Restaurants und Kneipen zu ziehen. Das haben die Erfahrungen des Marketingvereins gezeigt.

Was es seit nunmehr sieben Jahren jedes Jahr zum Frühlingserwachen gibt: Primeln als kleine Geschenke für die Kundinnen und Kunden in den Geschäften. Und on top: bereits dreimal kleine Samentüten für bunte Frühlingswiesen als kreative Erweiterung dieses Frühlings-Willkommengrußes. Die Samen wurden dann in zahlreichen privaten Gärten oder bei der gemeinsamen Frühlingsblumen-Säe-Aktion der Kaufleute im Zentrum ausgesät. Im Insgesamt 10.000 Tütchen haben die Unternehmen zuletzt in den Geschäften an die Kundinnen und Kunden verteilt. Damit möglichst viele Bürgerinnen und Bürger dazu beitragen, dass die Gemeinde aufblüht. Das Ergebnis waren viele bunt blühende Frühlingswiesen.

Ein weiteres Highlight beim Wallenhorster Frühlingserwachen sind die „Crazy Windows“, die schon wiederholt während der Aktionswoche für Aufsehen und staunende, überraschte und auch mal fragende Gesichter gesorgt haben. Das Prinzip ist einfach: Immer zwei Gewerbetreibende tauschen für eine Woche ihre Schaufenster. Das ein Unternehmen dekoriert das jeweilige Schaufenster oder eine andere Präsentationsfläche des anderen. Da stehen dann z.B. Fahrräder zwischen Schaufensterpuppen, die neueste Frühlingsmode hängt zwischen E-Bikes

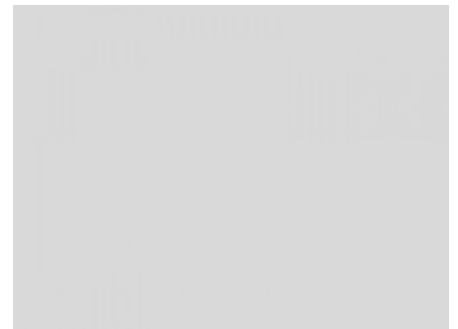
Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



und Fahrradhelmen, Gartenmöbel teilen sich den Ausstellungsraum eines Autohauses mit den neuesten Modellen und im Frisörsalon ist auch schon mal ein Kinder-Autoscooter aufgetaucht, mit dem sonst in der örtlichen Gastronomie die kleinen Gäste ihre Runden drehen. Alles ist möglich! Und immer prämiert der Marketingverein „Wir für Wallenhorst“ eine besonders verrückte Idee. Die beiden Tausch-Gewinner dürfen einen Sachpreis in Höhe von 1.000 Euro an eine soziale Einrichtung oder gute Sache ihrer Wahl übergeben. Gerade die verrückten Schaufenster zeigen, was das Wallenhorster Frühlingserwachen auszeichnet: es ist überraschend und immer auch ein bisschen verrückt. So dass wirklich jeder mitmachen kann und genau das ist Wir für Wallenhorst wichtig. Denn nur, wenn wir gemeinsam handeln, können wir gemeinsam die Menschen ins Zentrum holen und gegen den Onlinehandel bestehen. Bezahlt werden kann übrigens beim Frühlingserwachen ebenso wie das ganze Jahr über mit dem Wallenhorster Taler, dem inoffiziellen Zahlungsmittel, das in zahlreichen Geschäften angenommen wird und in der Gemeinde längst als wertvolles, allgemein gültiges Geschenk und Gutscheinersatz anerkannt ist.

Im Frühlingserwachen führt der Marketingverein „Wir für Wallenhorst“ viele gute Ideen für Wallenhorst zusammen. Denn um die Menschen immer wieder neu zu begeistern, braucht es Ideen, und da kommen „Caramel“, „Vanillas Hope“, „Moonlights Primavera“ und „Onyx von Bremen“ wieder ins Spiel. Kaninhop ist genauso eine Idee, mit der es zum einen gelungen ist, sogar die Gastronomie ins Frühlingserwachen einzubinden, zum anderen die Menschen zu begeistern.

Förderprogramm(e)





Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Modekollektion
"Ich glaub, ich bleib für immer.",
Lebenswerk von Anna. GmbH,

Bendestorf

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Modekollektion "Ich glaub, ich bleib für immer."

Institution

Lebenswerk von Anna. GmbH

Ansprechpartner

Anna-Lena Krüger

Harmstorfer Weg 1, 21227

01742038000

mail@anna-lena-krueger.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

"Ich glaub, ich bleib für immer." Ein Slogan für mein Dorf. Oder für ein anderes!

Mein Zuhause ist Bendestorf. Ich habe mit meinem Logo und einer Modekollektion ein Statement gesetzt. Klamotten als Träger dieser klaren Botschaft. Eine emotional-symbolisch angereicherte, erschaffene Kollektividentität. Eine Wirkmacht. Eine Gemeinschaft. Ein Wir.

Das Wir verwenden wir gerne, wenn wir uns in eine Opferposition begeben. Unser Ich fühlt sich alleingelassen, nicht gesehen und flüchtet in ein Wir. Kannst Du Deinem Wir vertrauen? Ich kämpfe für das Gefühl der Zusammengehörigkeit, für ein ehrliches, herzliches Wir. Von innen heraus. Mit Verantwortungsgefühl.

Menschen brauchen ein Gefühl der Zugehörigkeit. Ein sicheres Wir-Gefühl. Das ist biologisch angelegt. Wenn Nähe entsteht, wird das Kuschelhormon Oxytocin ausgeschüttet. Ich lade Dich mit meiner Modekollektion auf ein Kuschelgefühl mit hochwertigen Waren ein. Mit Deinem Einkauf zeigst du Verantwortungsbewusstsein und unterstützt das aktuelle Förderprojekt Deines Dorfes. 25 % des Verkaufspreises finanzieren das Freibad in Bendestorf. Diese Unterstützung eines in Gemeinschaft bestimmten Förderprojektes zeigt Verantwortung für unsere gemeinsame Geschichte. Schafft mehr Freiheit und Lebensqualität im Heute. Gibt Sicherheit und Halt. Im Wir. Was könnte das Förderprojekt Deines Standortes sein und das Leben in Deinem Zuhause lebenswerter machen?

Fühlst Du Dich auch aufrichtig verbunden mit Deiner Gemeinde? Dann bekleide dieses Wohlgefühl. Als echter Stakeholder mit einem herzerfreuenden Shopperlebnis für Deinen Ort. Fühle auch Du Dich regional

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort

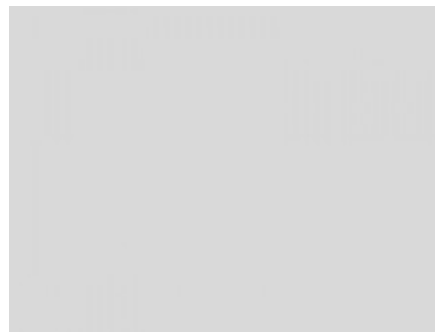
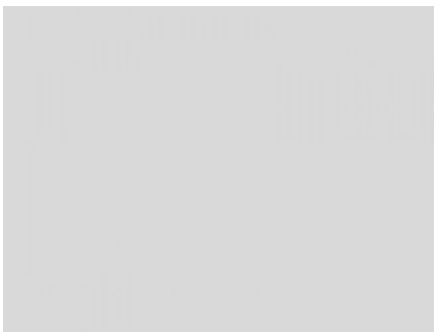
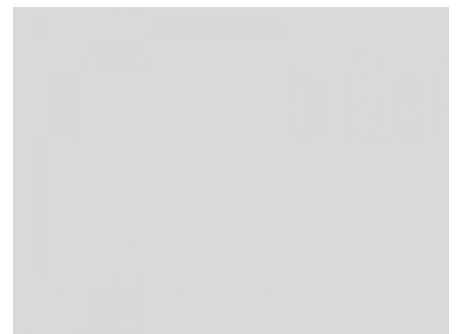
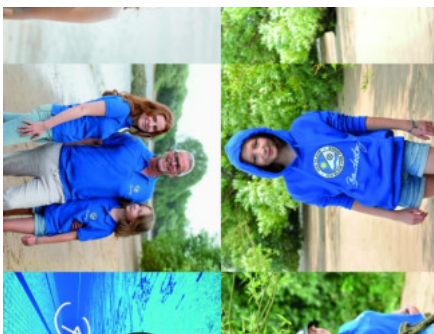


verbunden!

Durch den Austausch des im Logo verewigten Dorfwappens, ist dieses Projekt auf alle Städte und Kommunen reproduzierbar. Aktuell ist meine "Bendestorfer Modelinie" auf der Verkaufsplattform von Anna (www.vonanna.de) zu erwerben, welche auch bei diesem Wettbewerb teilnimmt.

Blogbeitrag zum Projekt: <https://vonanna.de/ich-glaub-ich-bleib-fuer-immer/>

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
23. Aug 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Braunschweig Pops Up,
Arbeitsausschuss Innenstadt
Braunschweig e.V.,

Braunschweig

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Braunschweig Pops UP

Institution

Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V.

Ansprechpartner

Nina i.A. Šichtanc

Schuhstraße 42, 38100 Braunschweig

05314703521

info@aai-bs.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Braunschweig Pops Up“ ist ein Projekt des Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e. V. in Kooperation mit der Öffentlichen Versicherung Braunschweig. Mit dem Pop-up-Laden möchten sie lokalen Gründerinnen und Gründern die Chance geben, sich und ihre Geschäftsideen direkt in der Innenstadt zu präsentieren und zeigen, wie Leerstände temporär genutzt werden können. Die Idee zum Projekt entstand im Rahmen der Erstellung des Impulspapiers „Braunschweigs Innenstadt im Umbruch“ und des daraus abgeleiteten Positionspapiers mit möglichen Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Braunschweiger Innenstadt. Beide Papiere hat der Arbeitskreis Innenstadtentwicklung im AAI als Beitrag in den von Stadt und Wirtschaftsförderung initiierten Innentadtdialog eingebracht, in dem die Beteiligten gemeinsam über die Zukunft der Innenstadt beraten.

In den ersten drei Monaten des Projekts – bis zum 13. Mai – richtet sich das Angebot von „Braunschweig Pops Up“ vorrangig an Eltern. Als Produkt stehen die Wochenbettboxen von MoxBox im Mittelpunkt, die Müttern die Zeit nach der Geburt mit einer Auswahl an Produkten und Informationen erleichtern sollen. Ergänzt wird das Angebot im Pop-up-Laden durch Kurse und Beratungen für Eltern und Kinder sowie verschiedenen Rahmenprogrammpunkten von Geburts- und Stillvorbereitungen bis hin zu Babybauchfotos. Insgesamt wurden ungefähr 80 Veranstaltungen umgesetzt.

Neben den Produkten und Angeboten geht es bei „Braunschweig Pops Up“ auch um die Gründerinnen und Gründer. Stephanie Höfer und Karolin Gaßmann sind die Gesichter von MoxBox und vertreiben ihre Produkte außerhalb des AAI-Projekts auf ihrer Internetseite. Anna Kohnen, die sich 2021 als Erziehungsberaterin selbstständig gemacht hat, ist für die Beratungen und Kurse im Pop-up-Laden zuständig. Das umfangreiche

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Rahmenprogramm übernehmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens Lieblingsmensch.

Für die drei Monate nach dem 13. Mai sind die Unternehmen Formensache und Biber Craft bringen bis zum 14. Juli Angebote und Veranstaltungen rund um die Themen Nachhaltigkeit, Upcycling und Inneneinrichtung in den Pop-up-Laden.

Mit dem Popup Store wurde durch diese beiden Gründer ein Ort des Erlebens und Zusammenkommens erschaffen, der in Erinnerung bleibt.

Dafür wurde ein facettenreiches Erlebnis, das funktionales Wohlbefinden und nachhaltiges Upcycling greifbar und begreifbar macht, geschaffen.

Diese Erlebnisreise animiert und inspiriert. Das Hier&Jetzt für die Zukunft!

Das Designstudio Formensache gestaltet Wohlbefinden für dein Zuhause. Mit der Interior Beratung gestalten wir individuelle Wohnkonzepte und vereinfachen durch funktionale Lösungen den Alltag

Biber Craft ist ein Startup, das sich der Mission „Nachhaltigkeit durch Upcycling“ verschrieben hat. Wir sind ein Netzwerk aus Partner*innen mit individuellen Fähigkeiten und Fertigkeiten. Gemeinsam schenken wir alten und ungebrauchten Gegenständen und Rohstoffen ein zweites Leben.

Mit eigenen Produkten, Upcycling auf Anfrage und Kursen kämpfen wir für eine „nachhaltigere Welt durch weniger Verschwendung“

Das Projekt hat großen Anklang in der Bevölkerung und Presse gefunden, die Gründer haben wichtige Erfahrungen gesammelt und ein langjähriger Leerstand wurde für 6 Monate belebt.

Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e. V. (AAI)

WIR, der AAI, sind eine rund 200 Mitglieder starke Vereinigung aus Braunschweiger Unternehmen und Kaufleuten. Zur Stärkung der Innenstadt, dem Herzen Braunschweigs, haben wir uns bereits 1985 zusammengeschlossen. Mit ehrenamtlichem Engagement vertreten und fördern wir die wirtschaftlichen Interessen von Handel und Gewerbe in Partnerschaft mit der Stadt, dem Stadtmarketing, der IHK, dem Einzelhandelsverband und anderen. Wir setzen uns ein für Aufenthaltsqualität, Vielfalt, Erlebnis, Service und Emotionen. Wir übernehmen auch gemeinsam soziale Verantwortung für eine starke Löwenstadt.

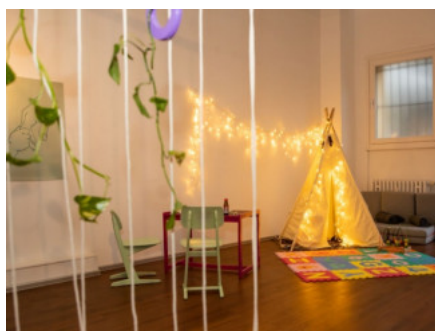
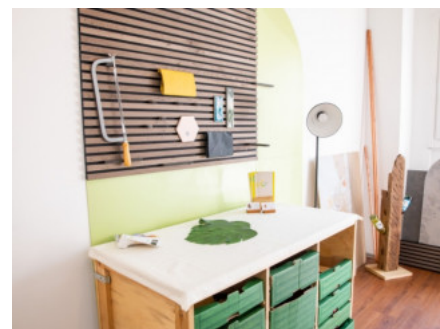
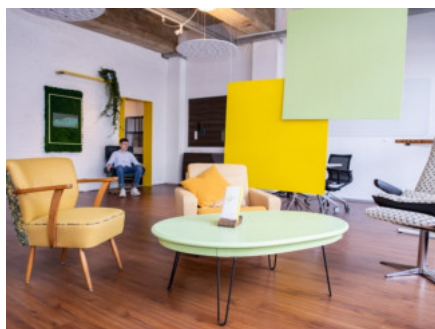
WIR sagen JA zu Braunschweig!

www.braunschweigpopsup.de

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
24. Jul 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Gemeinschaftsprojekt "Stadtstrand"
im Herzen der Dammer Innenstadt,
Handels- und Gewerbeverein
Damme e.V.,

Damme

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Gemeinschaftsprojekt "Stadtstrand" im Herzen der Dammer Innenstadt

Institution

Handels- und Gewerbeverein Damme e. V.

Ansprechpartner

Eva Maria Deutschländer
Rotdornweg, 16, 49401 Damme
+491708628288
deutschlaender@hgv-damme.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Eine echte Wohlfühloase mitten in Damme? Der Stadtstrand in Damme begeisterte vom Mai bis September 2022 die Besucher. Er lag (und liegt auch in diesem Jahr erneut) mitten im Herzen der Dammer Innenstadt in der Kolpingstraße. Das Kleinod soll sowohl den Dammern als auch Gästen von außerhalb Urlaubsfeeling pur vermitteln. Auch ein gastronomisches Angebot trug dazu bei.

„Wir wollten über die Sommermonate eine brachliegende innerstädtische Fläche zu einem attraktiven Wohlfühlort umfunktionieren, um dadurch die Aufenthaltsqualität steigern“, berichtet City-Managerin Eva Maria Deutschländer zur Idee. Bettina Koch stellte dem Handels- und Gewerbeverein (HGV) kurzerhand kostenlos das Areal in der Kolpingstraße zur Verfügung, da sie von der Idee begeistert war. Zuvor säumten unschöne Bauzäune das Areal, wo ein Geschäftshaus abgerissen wurde, ein.

Und dann begann das Projekt eine gewisse Eigendynamik zu entwickeln. Das Unternehmen Wübker stellte kostenfrei ein Team und Maschinen, um die rund 150 Tonnen gesponserten Sand vom Kieswerk Schwegermoor aufzufahren. Baumschule Enneking richtete die Fläche kostenlos her und stellte Pflanzen, Sichtschutzwände und einen großen bepflanzten Stehtisch als Leihgabe zur Verfügung. Mithilfe der Stiftung Rückenwind wurde eine Kinderspielecke eingerichtet, die bei den kleinen Besuchern großen Zuspruch findet. Viele weitere Firmen brachten sich darüber hinaus bei der Umsetzung ein, ohne dafür Kosten zu veranschlagen. Das Gemeinschaftsprojekt von HGV und diversen Sponsoren und Unterstützern zeigt, was vor Ort in Damme in der Gemeinschaft möglich ist. Es fanden in Kooperation mit dem Kunst- und Kulturkreis wechselnde Events statt. Von Live-Musik, Partys für die jüngere Zielgruppe bis hin zu einem Familientag mit viel Spiel & Spaß wurde alles geboten. Bei allen Events war der Eintritt frei. Viele Dammer Firmen unterstützen das Projekt mit einer Spende

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



und luden ihre Belegschaft an den Strand zu einem Firmenevent ein. Ein echtes Dammer Gemeinschaftsprojekt also!

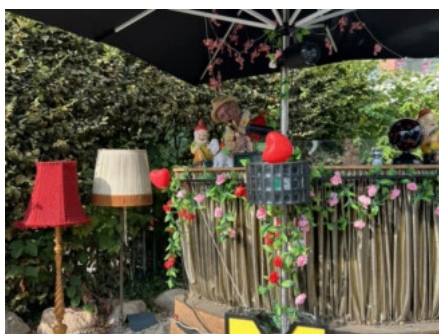
Aber damit nicht genug: da die Eigentümerin der Fläche (die bereits zurück gebaut wurde) im Frühjahr 2023 aufgrund der aktuellen Situation beschlossen hat, in den kommenden 2 Jahren die Fläche nicht zu bebauen, hat sie diese in 2023 nun erneut dem HGV zu Verfügung gestellt, um das Areal zu einem attraktiven Verweilplatz umzugestalten. So können nun nicht nur im Sommer, sondern das ganze Jahr über die Kids im Sand buddeln und die Eltern in den Liegestühlen verweilen, um eine Auszeit vom Shopping-Trubel zu nehmen. Die Stiftung Rückenwind hat dieses mal sogar einen Sandbagger und eine kleine Nestschaukel gesponsert, die neben der Sandspielzeug-Kiste sehr beliebt sind. Auch an eine barrierefreie Zuwegung und eine gemütliche Picknick-Garnitur wurde gedacht, damit auch die Großeltern oder frischgebackene Eltern mit Kinderwagen den Strand besuchen können. Auch hier wurde wieder das Holz vom örtlichen Baustoffhändler gesponsert, ein Sonnensegel für Schattenplätze von einem ansässigen produzierenden Unternehmen für Planen ebenso. Der städtische Bauhof hat sich auch mit eingebracht, um das Projekt von HGV und Citymanagement zu unterstützen und kümmert sich um die Pflege des Areals und Bewässerung der Pflanzen.

Künftig sollen wieder kleinere Events am Stadtstrand stattfinden. Somit ist dies ein wirklich bereicherndes Projekt für die Dammer Innenstadt mit Zukunft. Und: wer weiß, ob die Fläche tatsächlich im Herbst 2025 bebaut wird. Oder: ob dieses positive Beispiel weitere Eigentümer von Brachflächen in der Dammer Innenstadt dazu motiviert, ihr Areal kostenfrei für Gemeinschaftsprojekte wie diese zur Verfügung zu stellen.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
10. Jul 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Wissensdatenbanken für
den stationären Einzelhandel,
Werbegemeinschaft Kauf Park
Göttingen,

Göttingen

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Wissensdatenbanken für den stationären Einzelhandel

Institution

Werbegemeinschaft Kauf Park Göttingen

Ansprechpartner

Jürgen Brunke
Am Kauf Park 2, 37079 Göttingen
0551 99872-0
brunke@voelkel-re.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Handelsverband

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

„Starker Handel, durch gemeinsames Wissen“

Wir haben als Werbegemeinschaft der 60 Einzelhandels- und Dienstleistungsgeschäfte im Kauf Park Göttingen (KPG) ein Tool geschaffen, das ortsunabhängig dem Einzelhandel (EH) hilft seine Attraktivität zu steigern. Es unterstützt ihn dabei nachhaltiger zu handeln, die Qualität des Service zu verbessern sowie die Vorzüge des stationären Einzelhandels (sEH) durch effizientes Marketing zu kommunizieren. Konkret haben wir Wissensdatenbanken (WDB) aufgebaut, die Einzelhändler*innen und EH-Gemeinschaften Verbesserungsmaßnahmen aus gebündelter Expertise vorschlagen. Die Datenbanken widmen sich den Themen:

1. Nachhaltigkeit
2. Serviceleistung
3. Marketingmaßnahmen

Denn:

#1 Nachhaltige Maßnahmen sind aktuell besonders gefragt.

#2 Service ist die größte Stärke des sEH's.

#3 Marketing kommuniziert die Kompetenzen der Unternehmen und unterstützt sie dabei sich gegen den Onlinehandel zu behaupten.

Unsere Vision ist es, mit unserem Projekt langfristig einen positiven Beitrag für die Attraktivitätssteigerung des sEH's zu leisten. Deswegen haben wir uns dazu entschlossen nicht nur Maßnahmen aufzuzeigen, die wir in den vergangenen zwölf Monaten umgesetzt haben, sondern WDB's zu entwickeln, in denen wir breit gefächerte Maßnahmen bündeln. So hoffen wir den größtmöglichen Input für die EH-Gemeinschaft zu schaffen. Wir bieten dem sEH eine innovative und barrierearme Möglichkeit zur Weiterbildung und gegenseitigen Unterstützung

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



und stärken langfristig die Attraktivität des EH's sowie den Austausch untereinander.

Die Wissensdatenbanken & ihre Ziele

Die WDB's sammeln jeweils konkrete Maßnahmen zur Verbesserung des entsprechenden Themengebiets sowie Förderungsangebote, Voraussetzungen und Kosteneinschätzungen. Zudem geben sie eine Einschätzung zur Wirksamkeit einer Maßnahme und stellen umgesetzte Projekte sowie Ansprechpartner*innen vor, wie auf den Screenshots erkennbar ist. Das Expertenwissen speist sich aus 20 EH-Gemeinschaften und über 70 weiteren sEH's aus Niedersachsen. So kann jede*r Nutzer*in einen übersichtlichen und leicht verständlichen Überblick über die Verbesserungsvorschläge für das eigene Unternehmen erhalten und dann sein*ihre Wissen zu den Maßnahmen tiefergehend erweitern.

#1 Die WDB Nachhaltigkeit zeigt Maßnahmen auf, die zur klimaschützenden Optimierung der Unternehmensgebäude beitragen und gleichzeitig die Betriebskosten minimieren. Dadurch unterstützen wir den EH beim Umweltschutz und einer langfristigen Wirtschaftlichkeit.

#2 Die Datenbank zu den Serviceleistungen hat es zum Ziel, Maßnahmen zu sammeln, die das Einkaufserlebnis für Kund*innen verbessern. Wir möchten den EH bei der Attraktivitätssteigerung unterstützen und damit auch die Kundenbindung stärken.

#3 Die Marketingmaßnahmenammlung listet Möglichkeiten zur besseren Bewerbung der Unternehmen auf und hilft so bei der Kundenakquise und -bindung. Der Wissenspool wird stetig mit Marketingexperten mit einer Spezialisierung auf den EH weiterentwickelt.

Was haben wir erreicht?

Bis jetzt:

- Der KPG und andere EH-Gemeinschaften außerhalb von Niedersachsen arbeiten bereits aktiv mit den WDB's.
- Die WDB's ermöglichen es dem EH sich weniger mit der Identifizierung von Potenzialen zu beschäftigen und sich auf die Umsetzung der Maßnahmen zu konzentrieren.
- Sie setzen kontinuierlich vorgeschlagene Maßnahmen um.

In Zukunft:

- Wir freuen uns, die Datenbanken bald dem gesamten EH zur Verfügung zu stellen.
- Unternehmen können mehr Zeit in die Umsetzung von Maßnahmen investieren.
- Die Attraktivität des sEH's wird sowohl durch weitere Services als auch durch die Kommunikation der Vorteile langfristig gesteigert.
- Viele Klimaschutzmaßnahmen werden umgesetzt.

Durch den Aufbau der WDB's geben wir dem sEH ein Tool zur Zusammenarbeit und zur Optimierung des eigenen Unternehmens. Parallel können wir zur Stärkung des EH's und einer Steigerung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen beitragen. Insgesamt unterstützen wir damit die die Belebung von Ortskernen.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Zeitschulur

Zeitschulur - Änderungsprozess

- Zeitschulur - Änderungsprozess
- Maßnahme auf einen Blick
- Bewertung der Maßnahme
- Welche Firma
- Termine
- Auswirkungen auf die Umwelt und Nachhaltigkeit

Maßnahme auf einen Blick

Ziel: Zeitschuluren ermöglichen es, die Betriebskosten von Gebäuden und Einrichtungen auf das erforderliche Minimum zu begrenzen.

Chancen: Energieeffiziente Einrichtungen

Ressourcen: Handige Kunden

Argumente für die Maßnahme: Schnelle Umsetzung & großes Engagement

Bewertung der Maßnahme

Bewerten Sie die Maßnahme anhand folgender Kriterien:

- A - Hohe Priorität
- B - Mittlere Priorität
- C - Niedrige Priorität

Das Ergebnis Ihrer Bewertung basieren mit den folgenden Kriterien:

- **WENN** - Hohes Ergebnis
- **WENN** - Mittlere Ergebnis
- **WENN** - Niedriges Ergebnis

PRO	ENTWICKL	WISSEN	ERGEBNIS
A	A	A	WENN

Behördliche Anforderungen oder Förderungen

Bei vielen Maßnahmen sind zusätzliche Anforderungen zu erfüllen, um diese generell umzusetzen oder aber auch, um in den jeweiligen Bereich gefördert zu werden. Falls in dem unten Feld keine Anforderungen oder Förderungen aufgeführt sind, tragen sie bitte keine weiteren Informationen ein.

Auswirkungen auf die Umwelt und Nachhaltigkeit

Kriterien auf die Umwelt und Nachhaltigkeit	Bewertung
Reduzierung des Energieverbrauchs	In der Regel können Zeitschuluren diese herabsetzen. Den Energieverbrauch gegenüber zu reduzieren, ist im Bereich von 10% bis 30%.
Umverteilung der CO2-Emissionen	Je nach Größe des Gebäudes, der Art der Beheizung, der vorliegenden Betriebsweise und der Energieeffizienz können die Emissionen im Laufe der Zeit dazu führen, dass Hunderte bis Tausende von Kilogramm CO2 pro Jahr eingespart werden. Eine genaue Schätzung würde eine detaillierte Analyse der spezifischen Umstände erfordern.
Stärkung der Umweltbewusstheit	Zeitschuluren reduzieren die Umweltbelastung, indem sie den Energieverbrauch senken. Ressourcen schonen, Emissionen verringern und den Umweltbewusstsein fördern.

Marketingmaßnahmen

Erläuterung: Ziel ist es, die Sichtbarkeit, Bekanntheit und den Umsatz der Geschäftsstelle zu steigern. Durch gezielte Werbung, Kommunikation und können neuen potenziellen Kunden auf sich aufmerksam gemacht werden. Das Dashboard stellt mögliche Maßnahmen nach Marketingmaßnahmen dar und dient als Datenbank und Info.

Projektkomponenten:

- Videoförderung
- Publikationsmanagement
- Werbung
- Vertrieb
- Öffentlichkeitsarbeit (PO)
- Online-Marketing
- Markenmanagement
- Kundenbeziehungsmanagement
- Eventmarketing
- Social-Media-Marketing
- Content-Marketing
- Influencer-Marketing

Wichtig zu beachten:

- Kommunikation und Engagement
- Marketing-Maßnahmen

Kategorien der Nachhaltigkeitsmaßnahmen:

Effektiv ist nach Kategorien aufgeteilt, um Maßnahmen besser zuordnen zu können. Unter jeder Kategorie sind die Informationen strukturiert zu finden und man gelangt durch eine Filterfunktion zu den entsprechenden Maßnahmen.

Kategorie	Maßnahme	Erklärung
Werbung	Werbung hat nach Branchen-Analysen einen Anteil von 14,4 % an den Gesamtkosten. Es geht in diesem Bereich um die Werbung auf TV, Radio, Print, Internet, etc.	Werbung hat nach Branchen-Analysen einen Anteil von 14,4 % an den Gesamtkosten. Es geht in diesem Bereich um die Werbung auf TV, Radio, Print, Internet, etc.
Finanz	Finanzierung wird die Wirtschaft und die Technik optimiert, die die Steuerung über die DLT Maßnahmen wie Filterwechsel, Energieeffizienz und hier Thema.	Finanzierung wird die Wirtschaft und die Technik optimiert, die die Steuerung über die DLT Maßnahmen wie Filterwechsel, Energieeffizienz und hier Thema.
IT	IT und IT sind ein wesentlicher Bestandteil der Wirtschaft, haben jedoch auch die Aufgabe, die Wirtschaft zu unterstützen.	IT und IT sind ein wesentlicher Bestandteil der Wirtschaft, haben jedoch auch die Aufgabe, die Wirtschaft zu unterstützen.
IT	IT und IT sind ein wesentlicher Bestandteil der Wirtschaft, haben jedoch auch die Aufgabe, die Wirtschaft zu unterstützen.	IT und IT sind ein wesentlicher Bestandteil der Wirtschaft, haben jedoch auch die Aufgabe, die Wirtschaft zu unterstützen.

Link zum Video

Eingereicht am
27. Aug 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Bothfelder Herbstmarkt - das größte
Stadtteil-Familienfest Hannovers,
Gemeinschaft Bothfelder Kaufleute e.V.,

Hannover

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Bothfelder Herbstmarkt - das größte Stadtteil-Familienfest Hannovers

Institution

Gemeinschaft Bothfelder Kaufleute e.V.

Ansprechpartner

Hans-Jürgen Hans-Jürgen Wittkopf
Sutelstr. 53, Hannover
01786901813
gbk@bothfeld-und-mehr.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrte Wettbewerbsjury

wir sind eine sehr aktive Standortgemeinschaft im Nordosten Hannovers. Belegungen würde man über die Seiten www.bothfeld-und-mehr.de oder www.hannovernordost.de finden.

Wir sind der Meinung, dass unser seit 26 Jahren stattfindendes „größtes Stadtteil-Familienfest Hannovers“ eine Anerkennung durch Ihren Wettbewerb wert ist.

Die anl. Fotos über die Gewerbe- und Wohn-Weiterentwicklungen im Zentrum Kurze-Kamp-Str. (entstanden in den 60iger Jahren) mit der Belegung von Planungszeichnungen, Straßensanierungen, Original-Zustand-Fotos und Animation ALT und NEU zeigen eine laufende Veränderung im prosperierenden Stadtteil Bothfeld. Wichtiger Anlass für diesen Umstand ist eine seit 25 Jahren wachsende inzwischen auf über einem km stattfindende Großveranstaltung mit einem starken Gewerbeschwerpunkt.

Den Besuchern soll klarwerden, dass eine Nahversorgung mit guter und schneller Dienstleistung – entgegen der „Grünen Wiese“ und Amazon und Co. – nur direkt/lokal vor Ort eine hochwertige Wohnqualität sichert. Zur Vertiefung dieser Meinung noch eine kurze Kommentierung als wichtige Stütze für Starken Handel und Starke Zentren.

- Kommentierung: Veranstaltung trägt zur Stärkung und Vergrößerung des Handels- und Dienstleistungszentrums Kurze-Kamp-Str. bei

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



- Wichtig beim Fest mit inzwischen fast 35.000 Besuchern: Darstellung Handel, Dienstleistung, Handwerk und sich hieraus ergebende positive Gewerbeentwicklung. Aber auch der komplette Stadtteil - wie Schulen, Kitas, Vereine, Kirchen, etc. - wird mitgenommen.
- Soziale Komponente des Festes über die Tombola des Projektes werden alle Aktivitäten (Fahrgeschäfte, etc.) zum halben Preis angeboten. Zum Abschluss spenden wir Überschüsse an teilnehmende Einrichtungen.
- Resümee: Bei einem Gesamt-Finanzvolumen von ca. € 50.000 ist für unseren Verein mit einem Mitglieds-Jahres-Kontingent von ca. € 20.000 Beiträge ein finanzielles Risiko nicht auszuschließen. Dieses Jahr können wir mit den Festeinnahmen und Projektunterstützung der Wirtschaftsförderung Hannover von ca. € 4.000 das Risiko eines eigenen größeren Zuschusses aus dem Vereinsetat mindern. Jedoch die sonst üblichen Anmeldungsquoten aus Handel, Dienstleistung und Handwerk (ca. 50) stimmen uns bis jetzt nicht zuversichtlich. Die sonstigen Anmeldungen der öffentlichen Einrichtungen (ca. 40) sind schon erreicht, schaffen jedoch auf Grund der günstigen Standgebühren (ca. € 100) keinen großen Finanzausgleich. So wäre der Gewinn aus dem Wettbewerb nicht nur eine Anerkennung der über 25 Jahre erfolgreich bestehenden Projektidee „Bothfelder Herbstmarkt“ – der auch den Ideengebern Bärbel und Hans-Jürgen Wittkopf das Bundesverdienstkreuz bescherte – sondern auch eine weitere finanzielle Stütze für den zukünftigen Bestand dieses außergewöhnlichen Stadtteil-Familienfestes.

Förderprogramm(e)

Wirtschaftsförderung LHST Hannover



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
28. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Events im Spielwarengeschäft,
idee+spiel Hannover----Kid-T-Store
Warenhandels GmbH,

Hannover

2023



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2023



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



Niedersachsen Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Events im Spielwarengeschäft

Institution

idee+spiel Hannover----Kid-T-Store Warenhandels GmbH

Ansprechpartner

Heinz Lehmann
Calenberger Esplanade 4b, 30169 Hannover
0176-27172929
info@idee-spiel-hannover.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

-----Spielwarenhändler sind immer Kunden-Magnete für eine City-----
Mit ihrem Angebot sorgen sie für Belebung am jeweiligen Standort
Leider findet man in vielen Städten mittlerweile immer weniger Spielwarengeschäfte

Auch wir standen vor der Frage schließen oder kreativ sein und neue Wege beschreiten
Welchen Mehrwert können wir Kunden bieten
Sind wir in der Lage durch außergewöhnliche Aktivitäten die Aufenthaltsqualität zu steigern und dadurch zusätzliche Umsätze zu erzielen

-

Unsere Branche steht für „spielen“ daher war es naheliegend einen spielerischen Event zu entwickeln.
Normalerweise werden Events im Handel als Werbung gesehen und kostenlos angeboten—Leider rechnen sich solche Aktivitäten für den Händler nicht

-

Können wir also einen Event so interessant gestalten das Medien über uns berichten und der Kunde bereit ist Eintrittsgeld zu bezahlen?

-

Mit der Zielgruppe Erwachsene starten wir 2010 unter dem Titel „Männerträume werden wahr—Eine Nacht im Spielwarenladen“

unseren ersten Event.

Eintrittsgeld: Euro 30.- / Maximale Teilnehmerzahl: 50

Der Event war in kurzer Zeit ausverkauft und die Nachfrage war so groß das wir uns entschlossen jeden Monat

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



einen Event zu veranstalten.

-

Diese zusätzlichen Einnahmequelle war die Grundlage für ein Weiterbestehen des Spielwarengeschäftes

-

23 Fernsehteams, viele Radiostationen, Manager Magazin/ Wirtschaftswoche/ 32 Tageszeitungen/ sechs Frauen-Magazine berichteten über diesen Event auch weltweit www.idee-spiel-hannover.de/medien/

-

Die „Hannoverade“ ein Event für Frauen+ Männer wurde neu entwickelt.

Firmen entdeckten diesen Event-- für Teambuilding--

Auch Events für Kinder wurden angeboten—allerdings mit mäßigem Erfolg

-

Da sich der Onlinehandel immer stärker entwickelte entschlossen wir uns 2014 den alten Standort aufzugeben und mit konzentrierten Warenangebot als---Deutschland erstes Spielwaren-Eventhaus— den nächsten Schritt zu wagen

An diesem Standort können gleichzeitig bis zu 96 Personen am Event teilnehmen

-

Das Zusammenspiel Verkauf von Spielwaren und Erleben eines Events in einer Spielwaren-Welt wurde tatsächlich zum Erfolg

-

---Die Warenumsätze wuchsen jedes Jahr zweistellig

---Mittlerweile veranstalten wir ca. 200 Event im Jahr

---Der Eintrittspreis beträgt Euro 45.-

---Über 500 Firmen haben die Events besucht www.idee-spiel-hannover.de/referenzen/

---Die Teilnehmer kommen aus ganz Niedersachsen und angrenzenden Bundesländern

-

Die Spielwarenwelt geht auf Reisen

Von Firmen werden wir zusätzlich für besondere Veranstaltungen in Firmen-Zentralen oder Hotels „onTour“ gebucht

-

Große Zielgruppen sind Geburtstagsfeiern und Junggesellen/innen –Abschiede- Auch Workshops werden durchgeführt

-

Neue Aktivitäten

Die Corona-Pandemie traf uns natürlich hart

In dieser Zeit entwickelten wir eine spielerische Online-Weltreise

Auch über diese Aktion berichteten TV Sender und Zeitungen/Magazine

-

Ladenumgestaltung:

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Um dem Kunden noch mehr Atmosphäre zu bieten entwickelten wir eine neuartige Deckengestaltung—Statt langweiliger weißer Decke mit Strahler werden sie nun durch beleuchtete Deckenbilder in eine offene Welt mitgenommen

Speed Games:

Events mit kürzeren Spielzeiten werden angeboten

-

Zusammenarbeit mit Eventanbietern:

um neue Kundengruppen zu erreichen haben wir mit 4 weiteren Eventanbietern ein „All-Inklusiv-Event“ erarbeitet--Dieser Event ist einmalig und wird für weitere Belebung in unserem Geschäft sorgen

-

-----Zusammenfassung:-----

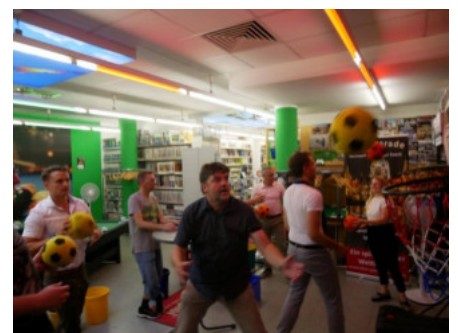
Der erfolgreiche Einzelhändler wird in Zukunft nicht nur Ware anbieten sondern einen Mehrwert schaffen der ihn in seiner Branche einmalig macht

Vielleicht können wir mit unseren Aktivitäten Geschäftsinhaber aus anderen Branchen anregen mal über den Tellerrand zu blicken und mit kreativen Ideen neue Wege zu beschreiten

Mit aktiven Händlern vor Ort werden die Citys wieder lebendig.

Mehr Info unter www.idee-spiel-hannover.de

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

https://youtu.be/UtVSpm8B_7E?si=wFge8iztonoHHx9x

Eingereicht am

27. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Gemeinschaftsstore Lingen
unverpackt/Weltladen/
LingenLiefert/Tourist Info,
Lingen Wirtschaft + Tourismus GmbH,
Lingen (Ems)

2023



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Gemeinschaftsstore Lingen unverpackt/Weltladen/LingenLiefert/Tourist Info

Institution

Lingen Wirtschaft + Tourismus GmbH

Ansprechpartner

Marko Schnitker
Neue Str. 3a, 49808 Lingen
0591-9144-736
m.schnitker@lwt-lingen.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Faire, regionale sowie unverpackte Produkte sind seit Mai 2023 in einem gemeinsamen Ladenlokal in der Großen Straße 3-5 mitten in der Linger Innenstadt erhältlich: In einem innovativen Gemeinschaftsstore präsentiert sich die Linger Tourismusinfo gemeinsam mit „Lingen Unverpackt“ und dem „Weltladen“. Alle drei Konzepte harmonisieren miteinander und treffen den Zeitgeist. Das Ladenlokal ist in der Großen Straße unmittelbar am Marktplatz ideal angesiedelt und rückt alle drei beteiligten Geschäfte in das Zentrum der Fußgängerzone. Auf etwa 200 Quadratmetern Verkaufsfläche sind neben unterschiedlichsten Produkten auch kostenfreie Schließfächer des Projektes „Lingen Liefert“ zu finden, die für einen entspannten Einkauf in der Linger Fußgängerzone sorgen.

Dass der Gemeinschaftsstore eröffnen konnte, ist einer engen Kooperation aller Akteure zu verdanken. So konnte kurzfristig das freiwerdende Ladenlokal wiederbesetzt und nach nur 3 Monaten Umbauphase wiedereröffnet werden. Alle Mieter dürfen sich am neuen Standort über eine Vergrößerung der Ladenfläche freuen. Dass diese auch benötigt wird, zeigt der Zuspruch des Konzeptes fairer, regionaler und unverpackter Lebensmittel, Haushaltsprodukte und vielem mehr. Der Linger Unverpackt-Laden arbeitet als Genossenschaft mit 380 Genossinnen und Genossen. Bisher war das Unverpackt-Ladenlokal in der Kirchstraße und damit in einer Nebenlage zu finden. Die neue, vergrößerte Ladenfläche bietet genügend Platz für Sortiments- und Konzepterweiterungen und eine 1A Lage in direkter Nähe zum historischen Rathaus auf dem Linger Marktplatz. So sind dort wie bisher trockene Lebensmittel wie z.B. Müsli, Getreide und Reis aber auch Gewürze und Süßigkeiten zu finden, die so regional und so natürlich wie möglich produziert werden. Hinzu gekommen ist ein breites Sortiment an Zero Waste Drogerie Artikeln (z.B. festes Shampoo und Duschgel), Haushaltszubehör sowie losen Wasch- und Putzmittel. Durch die größere Fläche kann zudem nun auch Kaffee, aber auch frische Lebensmittel wie z.B. Knäckebrot und saisonales Gemüse angeboten werden.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Der Weltladen Lingen e.V. ist bereits seit einem Jahrzehnt in Lingen zuhause. Auch für das 25-köpfige, ehrenamtlich arbeitende Team bietet der Umzug viele Chancen. So kann der Weltladen nun einen barrierefreien Zugang bieten und eine Sortimentserweiterung ist ebenfalls geplant. Neben Lebensmitteln finden sich im neuen Ladenlokal bereits jetzt Kunsthandwerk wie Taschen, Klangschalen und Schmuck. Auch ein ausgewähltes Angebot an Kleidung wird angeboten. Alle Produkte werden unter menschenwürdigen Bedingungen hergestellt und zu Preisen gehandelt, die den Produzentinnen und Produzenten eine Existenz sichern.

Neu ist auch ein Bildungsbereich, der an die Verkaufsfläche angrenzt. Dort können „Unverpackt Lingen“ und der Weltladen gemeinsam oder auch jeder für sich Schulungen und Workshops anbieten.

Vervollständigt wird das Angebot in der Großen Straße 3-5 durch die Souvenirartikel der Tourist Info: Von kleinen Mitbringseln wie Kaffeetassen und Regenschirmen mit Stadtmotiven über Keramik-Miniaturen der historischen Lingener Gebäude bis zu modischen Heimatsocken und „LIN-GEN“ Badelatschen werden kleine und große Fans der Stadt fündig. Die Schließfächer von „Lingen liefert“ sind direkt neben diesem Sortiment angeordnet. Die Besucher der Fußgängerzone können dort in unterschiedlich großen Schließfächern sowohl ihre Einkäufe, aber auch Rucksäcke oder Fahrradhelme sicher verstauen, um dann entspannt weiter den Einkaufsbummel zu genießen.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
05. Jun 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Partnerschaft für eine lebendige Stadt,
Wirtschaftsförderung Neustadt a.
Rbge. GmbH,
Neustadt

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Partnerschaft für eine lebendige Innenstadt

Institution

Wirtschaftsförderung Neustadt a. Rbge. GmbH

Ansprechpartner

Uwe Hemens - Vorschlagende/r
Marktstraße 5, 31535 Neustadt am Rübenberge
05032 9634284
hemens@wifoe-neustadt.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Neustadt am Rübenberge ist ein Mittelzentrum in der Region Hannover mit ca. 45.000 Einwohnern mit großer Stadtfläche (Nr. 10 in D). Der Innenstadt als Versorgungszentrum kommt eine zentrale Bedeutung zu. In der Stadt ist die Wichtigkeit der Innenstadt für die Kommune insgesamt früh erkannt worden. Es wurde gesehen, dass Zentren einem erheblichen Strukturwandel ausgesetzt werden. Die externen Einflüsse der vergangenen Jahre (Corona, Ukrainekrieg, Energiekrise, Inflation) haben die Entwicklung beschleunigt, so dass es gut war, sich rechtzeitig aktiv aufzustellen.

Von hoher Bedeutung war es, dass alle Akteure gemeinsam an einem Strang ziehen und zusammenarbeiten. Deshalb wurde im Jahr 2020 die „Partnerschaft für eine lebendige Innenstadt“ ins Leben gerufen, die hiermit für den Wettbewerb vorgeschlagen wird.

„Alle“ bedeutet, dass sich Immobilieneigentümer*innen, Geschäftsleute, der Stadtmarketingverein und die Stadt selbst über ihre Wirtschaftsförderungsgesellschaft (Wifö) einbringen.

Die Immobilieneigentümer*innen haben ein maßgebliches finanzielles Interesse an einer funktionierenden Innenstadt, da Mieteinnahmen und Gebäudewerte direkt davon beeinflusst sind. Sie haben die Möglichkeit, sich freiwillig mit einem Betrag zu beteiligen. Dies wird mit einer Vereinbarung, die jährlich kündbar ist, „institutionalisiert“. Dadurch entsteht Planungssicherheit. Immobilieneigentümer*innen aus den ländlich geprägten Ortsteilen sehen dies als positiven Beitrag, dass diejenigen, die profitieren, sich auch selbst beteiligen.

Der Stadtmarketingverein Neustadt e.V. ist ein Zusammenschluss größerer Unternehmen im Stadtgebiet. Er engagiert sich für die Gestaltung der Innenstadt. Der Verein, in dem auch Immobilieneigentümer*innen engagiert sind, verdoppelt den von anderen Eigentümer*innen und von Geschäftsleuten eingesammelten Beitrag. Gleichzeitig übernimmt der Verein die kaufmännische Verwaltung der Mittel. Er wäre auch Empfänger

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



einer etwaigen Zuwendung aus diesem Wettbewerb. Das Gesamtbudget der „Partnerschaft“ wird ausschließlich für Zwecke der Belebung der Innenstadt eingesetzt und wird vom übrigen Budget des Vereins getrennt verwaltet.

Selbstverständlich bringt sich auch die Stadt Neustadt a. Rbge. ein. Sie ist Mehrheitsgesellschafterin der Wifö und unterstützt mit dem angegliederten Citymanagement, das sich um die Umsetzung von Maßnahmen der „Partnerschaft“ kümmert und aus dem eigenen Etat auch Aktivitäten entfaltet.

Ziel ist es, ein dauerhaftes jährliches Budget von 50.000 EUR zu erreichen. Der Freiwilligkeit wird der Vorzug vor einer festen Lösung einer Quartiersgemeinschaft gegeben. Der Einsatz des Etats wird jährlich unter den Beteiligten abgestimmt.

Auch wenn die Entwicklung der „Partnerschaft“ aufgrund der Covid-19-Pandemie gleich zum Start „ausgebremst“ wurde und im Jahr 2022 die Stadt sich stark in der Umsetzung von Projekten über die „Perspektive Innenstadt“ engagieren konnte, so ist doch ein stabiler Grundstock für die „Partnerschaft“ als Basis für die Zukunft entstanden.

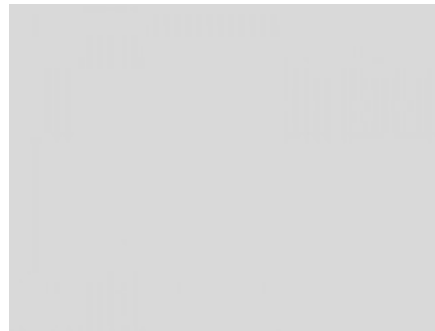
Ebenso ist es gelungen, trotz der Widrigkeiten richtig gute Maßnahmen umzusetzen, die die Innenstadt auch in schwierigen Zeiten vorangebracht haben. So konnten beispielsweise in 2023 die „Sommerwochen“ finanziert werden, bei der gezielt junge Familien, die zum Teil auch zugezogen sind, angesprochen und für die Innenstadt begeistert werden konnten. Ein laufendes Programm an den ersten Samstagen im Monat mit pfiffigen Ideen hat großen Zuspruch erhalten. In 2022 konnte beispielsweise die Durchführung des „StaTtfest“, das etwas andere Stadtfest, gesichert werden. Anziehungspunkte wie beispielsweise der Fotopoint „Engelsflügel“ wurden angeschafft und begeistert genutzt. Auch die Weihnachtsbeleuchtung, eine der schönsten der Region Hannover, konnte durch die Partnerschaft finanziell gesichert werden.

Die Zusammenarbeit aller Akteure in der Innenstadt wird künftig sichern noch mehr an Bedeutung gewinnen. Hier hat Neustadt bereits ein großes Plus geschaffen.





Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

Eingereicht am
24. Aug 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Die Schlaue Stunde,
Bücher von Bestenbostel,

Nordenham

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Die Schlaue Stunde

Institution

Bücher von Bestenbostel

Ansprechpartner

Anne v. Bestenbostel
Marktpassage 2, 26954 Nordenham
04731923040
anne@bestenbostel.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Nordenham Marketing & Touristik

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Die Schlaue Stunde - Unsere kleine „Sendung mit der Maus“ für Erwachsene

Seit ein paar Jahren bieten wir in unregelmäßigen Abständen eine Schlaue Stunde an. Immer um halb sieben, immer eine Stunde lang, damit man sich auch danach noch etwas vornehmen kann oder einfach pünktlich vor der Tagesschau sitzt. Der Eintritt ist frei, ein Glas Wein ist dabei, dann hört es sich besser zu.

Jemand erzählt eine Stunde lang etwas über ein Thema, über das wir noch nicht so viel wissen. Mal entsteht eine lustige Frage-Antwort-Runde, mal hängen wir nur gebannt an den Lippen des/der Vortragenden, aber immer ist die Stimmung gelöst und freundlich interessiert. Hinterher gehen alle ein Stück schlauer nach Hause und freuen sich, einen schönen Abend verbracht zu haben.

Warum machen wir das? Wir verstehen uns als Anlaufstelle für Alle mitten in der Fußgängerzone. Als Buchhandlung sind wir natürlich die erste Adresse, wenn es ums Lesen geht, aber darüber hinaus möchten wir im Gespräch bleiben und Kontaktpunkt für die Nordenhamerinnen und Nordenhamer sein. So verteilen wir Gelbe Säcke und bieten einen Wickeltisch, freuen uns über Leute, die unser Sofa und unsere Kaffeemaschine frequentieren und sind Auskunft für Fragen aller Art.

Mit der Schlaue Stunde haben wir ein niedrigschwelliges Angebot geschaffen, das fast nichts kostet, kaum Arbeit macht und für Nachahmer gut geeignet ist. Es kommen viele Nichtleser zu uns, die uns neu kennenlernen und in Zukunft hoffentlich die Schulbücher für ihre Kinder bei uns und nicht bei amazon kaufen. Es mischen sich Junge und Alte und kommen über die Themen der Schlaue Stunde ins Gespräch. Die sind ganz

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



weit gefasst, so dass man alles unterbringen kann. Die Müllabfuhr, die Polizei, ein Dachzeltnomade und ein Krabbenfischer waren da. Die Milchtankstelle, die Eisdiele und die Hospizhilfe Nordenham haben sich vorgestellt; es gab medizinische Vorträge oder Infos von der Granny Aupair, die älteren Menschen ein Auslandsjahr bietet. Aus einem Vortrag über Müllvermeidung ist der bis heute bestehende sog. „plastikfreie Stammtisch“ entstanden. Ein Straßenfeger war auch „Fußball auf den Faröer Inseln“, was aber wohl an dem schmucken jungen Referenten lag, einem ehemaligen Nordenhamer.

Eine örtliche Ärztin erzählte von essbaren Wildpflanzen, dazu gab es Kostproben zu essen. Fast fünfzig Leute haben gebannt zugehört, probiert und beschlossen, dem Giersch und Löwenzahn im eigenen Garten jetzt freundlicher zu begegnen.

K-Pop-Fans (K-Pop = südkoreanische Popmusik) treffen sich nach einem sog. „K-Day“ regelmäßig im Laden, gucken Videos, tauschen Fotokarten und reden ganz allgemein über ihre Lieblingsbands. Dass wir beim Erstverkaufstag der BTS-Biographie dabei waren, war da Ehrensache. Es war Sonntagmorgen, 9.7. von 7:09 bis 9:07 Uhr!

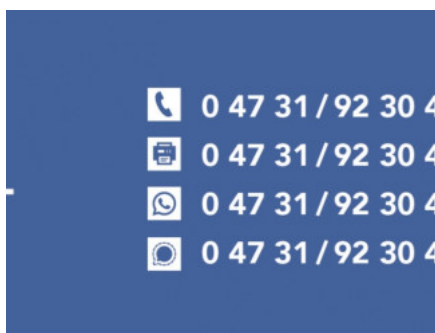
Die Nebenwirkungen:

Der Erfolg der Schlaun Stunde lässt sich schlecht messen, weil ja fast nie Buchumsätze daraus folgen. Aber wir werden wirklich als Begegnungsstätte wahrgenommen, und damit ist unser Ziel erreicht. Leute kommen abends zum „Einschließen & Genießen“, haben die Buchhandlung ein paar Stunden ganz für sich alleine und stöbern und klönen aufs Feinste. Wenn wir sie um halb zehn wieder rauslassen, dürfen sie alles kaufen, was sie entdeckt haben und gehen mal mehr, mal weniger angeschickert nach Hause. Dieses Format lässt sich auch auf kleine Geburtstagsfeiern ausweiten; das Essen und die Torte müssen dann allerdings mitgebracht werden. Eine Grundschulklasse kam schon vorbei und hat Weihnachtslieder gesungen. „Jetzt haben wir so viel geübt, jetzt müssen wir auch mal auftreten“, sagte der Schulleiter, und warum soll das nicht spontan an einem Vormittag in der Buchhandlung sein? Wir hatten auch schon eine Band, einen Spielmannszug und einen Chor im Laden, was laut, aber lustig war.

Wenn die Leute merken, dass wir alle willkommen heißen, sind wir froh und bleiben ein Treffpunkt in der Innenstadt. Das ist gut für uns – und für Nordenham!

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
29. Jul 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Zeitenwende: Nachhaltigkeit als
Chance für die Zukunft,
Wohncenter Nordenham GmbH,

Nordenham

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Zeitenwende: Nachhaltigkeit als Chance für die Zukunft

Institution

Wohncenter Nordenham GmbH

Ansprechpartner

Hendrik Lenz

Atenser Allee 140, 26954 Nordenham

047316064

lenz@wohncenter-nordenham.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wir haben in die Zukunft unseres Unternehmens investiert!

Besonderer Schwerpunkt, war neben der Digitalisierung (neues Warenwirtschaftssystem, neue Homepage, neuer Onlineshop, neue Hardware, Telefonanlage, VR-Brille, Videowände usw.), das Thema Nachhaltigkeit.

Folgende Punkte wurden dabei bereits umgesetzt:

Neuer Parkplatz mit 22 Ladepunkten für E-Mobilität und 3 Ladepunkten für E-Bikes. 13 E-Fahrzeuge für das Personal (auch zur privaten Nutzung) und E-Bikes angeschafft, Wildblumenwiese angelegt, Photovoltaikfassade (siehe Video-Link Anlage) zur grünen Produktion von Strom und zur Dämmung der Fassade, Holzabsetzung aus recyceltem Material, intelligentes Außenleuchtsystem zum Energiesparen und zum Reduzieren von Lichtverschmutzung, neue Schaufenster und Türanlagen zur besseren Dämmung, Anpassen von Arbeitszeiten zur Unterstützung von Fahrgemeinschaften, Infrarotheizungen über den Arbeitsplätzen der Mitarbeiter (so konnte die gesamte Raumtemperatur reduziert werden), Umstellung des Mülltrennsystems, Umstellung eines Teil des Sortiments auf Hersteller, die klimaneutral produzieren und recycelte Materialien verwenden und einiges mehr. Wir arbeiten intensiv an unseren Prozessen, um das papierlose Büro zu ermöglichen. Dabei haben wir auch unsere Werbung umgestellt und digitalisiert. Das spart riesige Mengen an Papier (im letzten Jahr haben wir etwa 2 Millionen Prospekte weniger verteilt als vor der Umstellung).

Folgende Punkte sind in Planung:

Gründung einer Personal-Energiegenossenschaft. Hier prüfen wir die Anschaffung von Windkraftanlagen. Diese würden durch das Personal bzw. deren Genossenschaft errichtet und betrieben werden. Der grüne Strom würde vom Wohncenter Nordenham verwendet werden. Wärmepumpen sind angefragt aber sehr

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



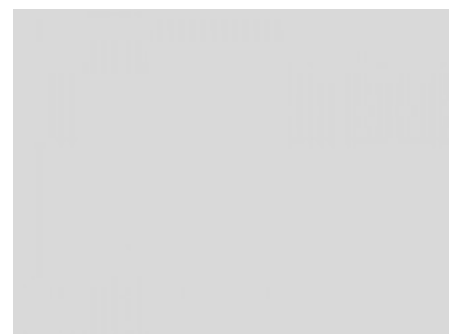
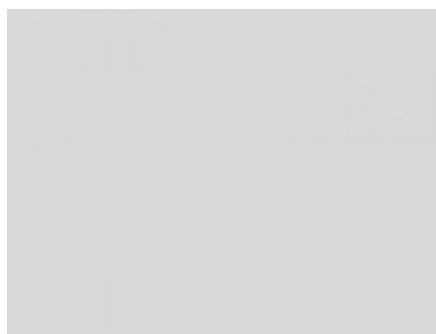
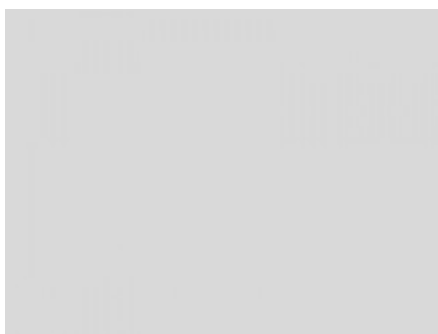
energieintensiv. Der benötigte Strom könnte so auch in der dunklen Jahreszeit selbst produziert werden und das Personal würde auf dem Weg des grünen Gedanken mitgenommen und finanziell davon profitieren. Eine zusätzliche Identifikation mit dem Unternehmen und seinen Projekten soll parallel den Gemeinschaftsgedanken stärken und dem Thema Fachkräftemangel entgegen wirken.

Wir haben bei der Stadt Nordenham den Wunsch über einen Grundstückskauf hinterlegt. Hier möchten wir einen Wald anlegen, einen Teilbereich für eine landwirtschaftliche Nutzung vorhalten und einen kleinen Streichelzoo anlegen. Das Projekt möchten wir durch die örtlichen Behindertenwerkstätten begleiten lassen. Menschen mit Behinderung können durch dieses Projekt die Ernte zu dem einfahren, was sie selbst geschaffen haben. An der frischen Luft mit dem tollen Gefühl gebraucht zu werden und etwas geleistet zu haben.

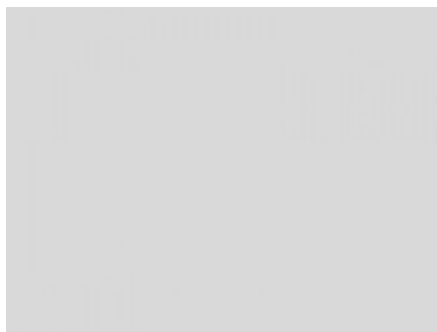
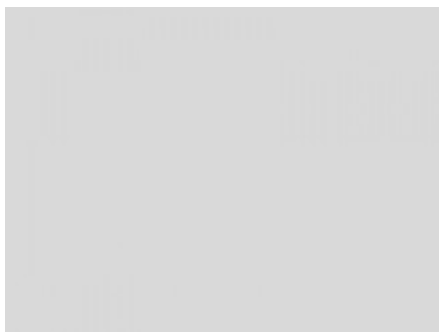
Wichtig ist uns, dass wir (so weit möglich) alle Investitionen mit lokalen Anbietern umgesetzt haben bzw. auch weiterhin umsetzen werden. Schließlich leben wir alle mit- und voneinander!

Förderprogramm(e)

Wir hoffen auf eine Förderung eines Teilbereichs der bereits umgesetzten Maßnahmen durch das Programm "Neustart Niedersachsen". Dieses ist bewilligt aber noch nicht endgültig entschieden. Zudem haben wir Förderungen bei der Anschaffung der E-Fahrzeuge bekommen. Unglücklich dabei: Bei der Bestellung der Fahrzeuge war ein höher Fördersatz, der bei Auslieferung nicht mehr gegriffen hat. Gesetze zu ändern, die in laufende Prozesse eingreifen sind mehr als unglücklich!



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://video.link/w/SxQ8VNLJoEA>

Eingereicht am

03. Jul 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

BOA! Best oft Altstadt Osnabrück
(Event-Konzept)- Verbinde die
Punkte, folge den Spuren! Vom
historischen Denkmal zum
modernen Geschäft, lass dich von
der Vielfalt der Altstadt inspirieren
und nimm die einzigartigen
Eindrücke mit nach Hause,
Interessengemeinschaft
Osnabrücker Altstadt e.V.,

Osnabrück

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

BOA! Best of Altstadt Osnabrück (Event-Konzept)- Verbinde die Punkte, folge den Spuren! Vom historischen Denkmal zum modernen Geschäft, lass dich von der Vielfalt der Altstadt inspirieren und nimm die einzigartigen Eindrücke mit nach Hause.

Institution

Interessengemeinschaft Osnabrücker Altstadt e.V.

Ansprechpartner

Albers Arne
Marienstraße 9, 49074 Osnabrück
01601418854
info@altstadt-osnabrueck.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Kurzbeschreibung

Eine Veranstaltung, die dabei hilft, das Quartier Altstadt in und um Osnabrück nachhaltig bekannter und beliebter zu machen.

Die Veranstaltung soll die Vielfalt der Altstadt von Osnabrück beleuchten und die dort ansässigen Einzelhändler, Kunst- und Kulturschaffenden, Gastronomen und viele andere Akteure unterstützen.

Zielsetzung

Ziel ist es, Menschen aus der Region in die Altstadt zu bringen, damit sie dort auf Entdeckungstour gehen.

Sie sollen die Schönheit und Möglichkeiten entdecken, Neues lernen und gerne mit anderen Menschen wiederkommen.

Bekanntheit des Quartiers Altstadt Osnabrück steigern
Bewusstsein schaffen für die Altstadt und ihre Facetten
Nachhaltigen Eindruck und Lust auf mehr machen
Langfristig ein positives Image bilden
Mittel- und langfristig mehr Besucherfrequenz

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Nutzen für Unternehmen vor Ort:

Sofort-Effekt: Umsatzsteigerung

Unmittelbare Steigerung der Bekanntheit durch neue Kontakte mit vielen potenziellen Kunden

Motivation für die Akteure der Altstadt.

Konzept

Wir rufen alle Menschen der Osnabrücker Umgebung auf, zu einem Event in die Altstadt zu kommen und sie bis ins Detail zu entdecken.

Themenrouten, die die Architektur, Kunst, Kultur, Natur und kulinarischen Angebote der Altstadt in den Fokus rücken. Ein Begleitheft und Fußspuren auf dem Boden ermöglichen eine rege Teilnahme.

Architek-Tour "Gebäude und Geschichte aus der neuen Perspektive der Nachtwächter". Geführte Tour mit den Nachtwächtern.

Art-Walk "Kunst und Kultur auf der Spur".

Eigenständige Tour durch die Galerien, Ausstellungen und Studios der Altstadt

Natur-Route "Schöne Plätze für kurze Pausen"

Eigenständige Tour der Bänke

Kulinarische Route "Auf Schluck und Happen - Leckereien auf der Spur."

Eigenständige Tour entlang der Bars und Gastronomen

Gold-Route "Dem Altstadt-Gold auf der Spur".

Geführte Tour mit dem Goldschmied der Altstadt

Aktionen und Angebote

Gelber Tisch "Flohmarkt der Einzelhändler"

Die Einzelhändler bekommen eine gelbe Tischdecke. Mit den Ladenhütern und anderen Übrig Gebliebenen Gegenständen wird ein Flohmarkt-Stand vor jedem Einzelhändler gemacht.

Bunter Strauß "Sammle einen Blumenstrauß"

In den Geschäften und Läden können die Gäste gegen eine kleine Spende oder beim Kauf einer Ware/Leistung eine Blume mitnehmen und so einen bunten Strauß sammeln.

Pop-up "Ideen und Chancen für Leerstände"

In leerstehenden Läden sollen Pop-Up Stores jungen UnternehmerInnen eine tolle Chance geben.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Musikalische Darbietungen und Walking Acts
Insbesondere von lokalen Künstlern und Schülerbands.

Social Media

Während des Events sollen Bilder und Videos (Reels) für Social Media erstellt und veröffentlicht werden. Dies ermöglicht es auch Menschen, die nicht vor Ort sind, tolle Eindrücke zu bekommen.

Wirkung des Projektes

Die Veranstaltung zielt darauf ab, eine lokale Wirkung sowohl für das Zentrum der Altstadt als auch für den gesamten Ort und darüber hinaus zu erzielen.

Kreativität

Unser Projekt ist eine einzigartige Kombination von Aktivitäten und Angeboten, die speziell auf die Besonderheiten einer Altstadt zugeschnitten sind.

Nachhaltigkeit

Die Veranstaltung ist nachhaltig angelegt, da sie die Einbindung lokaler Akteure fördert und für einen nachhaltigen Effekt auf das Image des Quartiers bei der Bevölkerung sorgt.

Die erstellten Medien können auch weit nach der Veranstaltung für Imagewerbung genutzt und für zukünftige Veranstaltungen und Marketingaktivitäten wiederverwendet werden.

Reproduzierbarkeit

Das Projekt kann als Best-Practice-Beispiel für andere Altstädte und Gemeinden dienen.

Analoge & digitale Barrierefreiheit

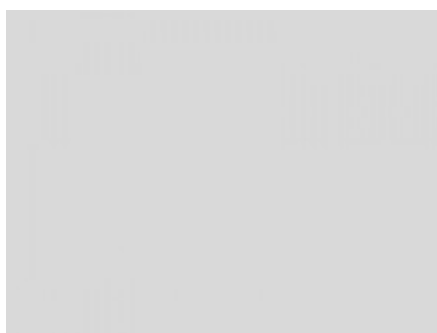
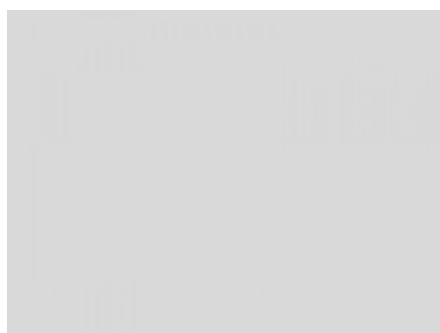
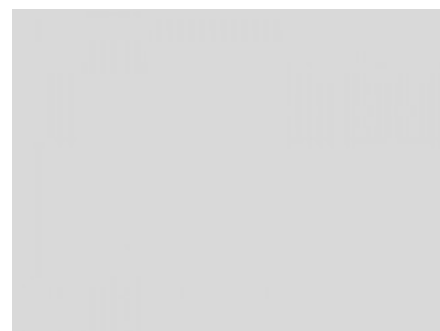
Unsere Veranstaltung ist für alle Mitglieder der örtlichen Gemeinschaft erreichbar und zugänglich, um eine breite Teilnahme zu ermöglichen.

Vision

Wir hoffen, dass unser Konzept als wertvolles Beispiel für die Belebung und Stärkung von Innenstädten und Ortszentren in Niedersachsen dienen kann.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
22. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Nacht im Kaufhaus für Kinder,
Carl Schäffer GmbH & Co. KG
Osnabrück,

Osnabrück

2023



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Nacht im Kaufhaus für Kinder

Institution

Carl Schäffer GmbH & Co. KG

Ansprechpartner

Tobias Schonebeck
Nikolaiort 6-9, 49074 Osnabrück
0541-3313151
schonebeck@schaeffer24.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Handelsverband

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Mit unserer Projektidee "Nacht im Kaufhaus" für Kinder haben wir gerade für Kinder und Familien ein besonderes Erlebnis geschaffen, um die Innenstadt lebendig, erlebbar und kreativ zu zeigen. Viele Veranstaltungen in der Stadt zielen auf kaufkräftige Erwachsene, aber gerade die Jüngeren müssen - auch in Ergänzung zum e-commerce - die Attraktivität einer Innenstadt spüren. Die Nacht im Kaufhaus an einem Samstagabend war eine ideale Gelegenheit, um Familien auch gemeinsam den "Bummel durch die Stadt" zu ermöglichen, was im Berufsalltag vieler Familien schwierig ist und die gemeinsamen Erlebnisse besonderen Wert haben. Wir konnten wunderbar thematisieren, dass Innenstädte weitaus mehr zu bieten haben als nur einen konsumgetriebenen Raum für Handel und Gastronomie.

Inhaltlich haben wir unser gesamtes Kaufhaus mit fast 3.000 qm Verkaufsfläche und einem Team von ca. 80 Mitarbeitenden im Herzen der Stadt Osnabrück für ein großes Kinderfest geöffnet mit besonderen Aktionen wie auf einem riesengroßen Kindergeburtstag. Es gab Laufkarten für 25 Stationen, an denen die Kinder spielen oder sich im Kontext mit besonderen Themen wie auch Kreativität, Technik, Natur und Literatur zu erfahren. Die gesamte Veranstaltung war kostenfrei und es gab für jedes Kind eine altersgerechte Tüte mit schönen Andenken an diesen besonderen Abend und auf Wunsch auch mit einem persönlichen Foto aus unserer Märchenwelt mit individuellem Kostümverkleiden aus einem riesigen Kostümfundus. Für die Begleitpersonen der Kinder haben wir an dem Abend ein besonderes Angebot in unserem hauseigenen Café Carl vorbereitet.

Bewusst haben wir in der Kaufhaus-Nacht neben "Spiel und Spaß" auch pädagogische Ziele fokussiert und z.B. mehrere Module zum Thema Bienen und Nachhaltigkeit angeboten in Ergänzung zu unserem eigenen Bienenstock. Hier haben wir z.B. den Bogen geschlagen von traditioneller und Ressourcen schonender Imkerei

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



zu einer digitalen Blumenwiese, die die Kinder selber mit Leben füllen konnten. Mit einer exklusiv für uns entwickelten Software konnten Kinder eine Bienen- oder Schmetterlings-Malvorlage ausmalen und selber in einen automatisierten Scanner legen. Per Beamer wurde eine mehrere Quadratmeter große Blumenwiese ausgeworfen, auf der dann die gemalten Kunstwerke sichtbar wurden.

Ein besonderes Highlight war die professionelle Märchenerzählerin, die den ganzen Abend mit Kindern im Dialog frei Märchen erzählt und die Kinder in ihre Geschichten integriert hat.

Bei der Veranstaltung haben wir besonderen Wert auf regionale Kooperationen und Netzwerkgedanken gelegt und z.B. einen örtlichen Imker und das Osnabrücker Erzähltheater eingebunden, aber auch die Brücke zur Industrie geschlagen und Spielideen gemeinsam entwickelt und umgesetzt.

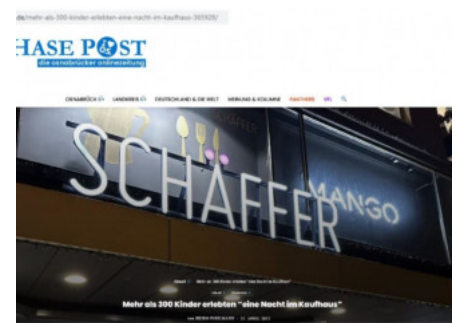
Der Erfolg hat uns bestärkt, dass dieses Konzept zukunftsfähig ist und eben auch den Strukturwandel in Konsum und Gesellschaft ideal begleitet. Mehr denn je gilt es, Erlebnisse und Freizeiträume in der Innenstadt zu schaffen und Menschen die positive Wahrnehmung zu ermöglichen. Idealerweise verbinden sich dabei stationäre und digitale Elemente im Rahmen eines innovativen Omnichannel-Konzeptes, dass schon bei der Kommunikation zum Event beginnt und nachhaltige Bindung unterstützt.

Auch die Medien waren überwältigt und haben auch intensiv darüber berichtet wie z.B. die Osnabrücker Nachrichten und die Hasepost aber auch die eigenen Kinderzeitung der Neuen Osnabrücker Zeitung. Unseren Videoclip haben sich bis heute 175.000 Menschen angesehen. Auch der Radiosender Antenne Niedersachsen hat berichtet und alle sind an einer weiteren Zusammenarbeit interessiert. Die Wahrnehmung reicht weit über Osnabrück hinaus.

Das Konzept ist auf Nachhaltigkeit und Duplizierbarkeit ausgerichtet und so haben wir viele Aktionen fortgesetzt, damit auch weitere Kinder über den Abend hinaus partizipieren können. Mit unserem Imker hat sich z.B. eine "Bienen-Sprechstunde" am Freitag 15 Uhr etabliert. Eine Charity-Nacht für Erwachsene soll folgen.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://www.facebook.com/reel/277885251232651>

Eingereicht am
03. Jul 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Ein Garten auf dem Parkplatz oder
Eine Oase mitten in der Stadt,
die schatulle lies weise GmbH,

Osterholz-Scharmbeck

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Ein Garten auf dem Parkplatz oder Eine Oase mitten in der Stadt

Institution

die schatulle lies weise gmbh

Ansprechpartner

Ute Gartmann
Bahnhofstraße 98, 27711 Osterholz-Scharmbeck
04791/8585
buecher@die-schatulle.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Nordenham Marketing & Touristik

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Ein Garten auf dem Parkplatz oder Eine Oase mitten in der Stadt

In Osterholz-Scharmbeck, in der Innenstadt gibt es im Innenhof hinter zahlreichen Geschäften - u.a. hinter unserer Buchhandlung die schatulle - einen großen Parkplatz. Abgesehen von ein wenig „Abstandsgrün“ ist der Platz vollflächig versiegelt. Eigentlich kann man nur schnell aus dem Auto aussteigen und diesen Platz, so schrecklich wie er ist, fluchtartig verlassen. Er scheint bei früheren Renovierungsanstrengungen der Stadt vergessen worden zu sein. Ein Treffen mit Anrainern zeigte, dass viele unzufrieden sind, und sich eine Veränderung wünschen.

Unser Beitrag kann sich nur auf „unser“ (gemietetes) Grundstück beziehen – und genau da haben wir angefangen: Neben einer Garage gab es einen kaum genutzten und sehr hässlichen Schuppen – unsere Idee war es, ihn abzureißen, die Fläche (Bild 1) zu entsiegeln, die Garage zu streichen (Bild 2) und einen kleinen Garten (Bild 3 +4) anlegen zu lassen.

Wir waren im Gespräch mit einem Gärtner aus dem Landkreis, und einigten uns in längeren Gesprächen auf einen Garten, der insektenfreundlich ist, der längere Trockenperioden übersteht, pflegeleicht und hübsch anzuschauen ist.

Wir hoffen damit einen attraktiveren, lebendigen Platz zu schaffen, an dem wir unsere Pausen verbringen, KundInnen in Ruhe Bücher anschauen, Jugendliche statt auf Treppen ihre Pause verbringen, Menschen, die sich zufällig auf dem Parkplatz treffen verweilen können: kurz Begegnungen stattfinden.

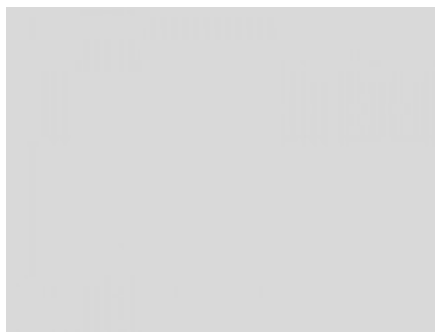
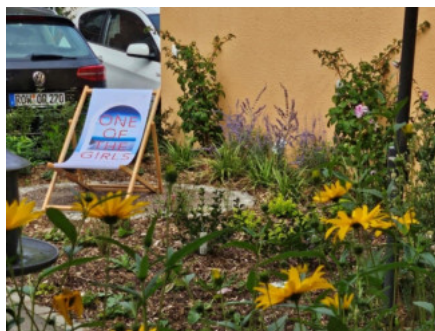
Unsere KundInnen sind total begeistert, nutzen den Liegestuhl, seitdem die Sonne wieder scheint und: Die Reaktion der NachbarInnen war durchgehend positiv: beim Streichen wurden wir mit Kuchen belohnt, die Schönheit des Gartens wird gelobt, wir bekamen einen Sonnenschirm geschenkt – und was uns verblüfft und erfreut hat, war, dass schon nach einer Woche jede Menge Insekten: Bienen, Hummeln, Wespen und

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Schmetterlinge den Platz entdeckt haben. Jetzt müssen nur noch die Pflanzen wachsen!
Unsere weitere Hoffnung ist, dass der Platz seinen Dornröschen Schlaf beendet, die anderen Anrainer nachziehen und nicht nur eine Maximierung der Stellplätze im Kopf haben. So könnte er einer der Höfe der Stadt werden, durch den man gerne geht.

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
25. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Krimi & Shopping - ein Einkaufs-Event
mit Tatorten und Detektiven in der
Innenstadt von Rotenburg (Wümme),
IG CityMarketing Rotenburg (Wümme),

Rotenburg (Wümme)

2023



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Krimi & Shopping - ein Einkaufs-Event mit Tatorten und Detektiven in der Innenstadt von Rotenburg (Wümme)

Institution

IG CityMarketing Rotenburg (Wümme)

Ansprechpartner

Cornelia Gewiehs

Große Straße 35, 27356 Rotenburg (Wümme)

04261 1663

gewiehs@communicate-pr.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Ein Freitag im grauen November: kalt und klamm, Nebelschwaden wabern durch die Stadt. Hinter dem Bauzaun bellt ein Hund. Fiel da ein Schuss? Ein Schatten verschwindet in der Passage. Dann ertönt Musik: Miss Marple? Und ist das nicht Hercule Poirot, der Meisterdetektiv, dort vor der Kreiszeitung? - Die Geschäfte sind hell erleuchtet, doch irgendwas ist anders: In einem Schaufenster liegen Handschuhe, Pistole und Schal vor einem Spiegel. In einem anderen ist etwas mit dem Tuch abgedeckt, eine Leiche? Markierungen auf der Straße. Die Spurensicherung ist auch unterwegs: Komisch, eine der Ermittlerinnen sieht aus wie die Buchhändlerin....

Eine (kleine) Stadt, ein Genre, sechs verbindende Spielorte

Krimi & Shopping ist ein langer Einkaufsabend, an dem es viel zu entdecken gibt. Ob in Kauflaune oder nicht, Krimi-Enthusiast oder nur neugierig: offene Türen und freier Eintritt sind garantiert! Besondere Anziehungskraft haben sechs ausgewählte Spielorte - Geschäfte, Restaurants, Rathaus und Kirche -, in denen Überraschendes geschieht. Da verhandeln etwa drei Pastor:innen im Restaurant ein biblisches Tötungsdelikt. In einem Geschäft am Marktplatz geschieht zwischen Brot und Gemüse ein "meucheliger Mord", pantomimisch dargestellt und aufgeklärt. Das Rathaus verwandelt sich in eine "verrückte Spelunke", dank eines Chors und seiner verwegenen Lieder. Die einzelne Vorstellung dauert 30 Minuten. 30 Minuten Pause. Das Ganze vier Mal. Bei sechs Spielorten gibt es also 24 Chancen auf kriminell gute Unterhaltung. Und viele Gelegenheiten, im städtischen Getümmel unterzutauchen, sich am Stand mit einem Glühwein aufzuwärmen, Freunde zu treffen und in den Geschäften zu stöbern. Zeit ist genug. Die Geschäfte haben bis 21 Uhr geöffnet. Und vielleicht wird die neue Herbstkollektion diesmal von Emma Peel oder die vorweihnachtliche Deko von Miss Marple verkauft. Wer weiß.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Die Ideen hinter der Aktion Krimi & Shopping:

- Hohe Aufmerksamkeit für die Innenstadt durch das beliebte Genre "Krimi";
- Dezentrales Format mit viel Bewegung in der Stadt in einer Jahreszeit, die eher frequenzarm und wenig für Veranstaltungen im öffentlichen Raum geeignet ist. Krimi & Shopping ist weitgehend Wetter unabhängig. Die jahreszeitlich typische nasskalte Witterung ist der Stimmung sogar zuträglich; Kommt sie nicht, wird nachgeholfen (Nebelwerfer);
- Verbindung unterschiedlicher Darstellungsformen (Kleinkunst, Film- und Krimimusik, Krimi-Lesungen, Pantomime) und Locations (Geschäfte, Gastronomie, Rathaus, Kirche), Walk-Acts im öffentlichen Raum;
- Viele Mitwirkungsmöglichkeiten für Geschäfte, nicht nur als Spielort, sondern durch entsprechende Schaufenstergestaltung, Kostümierung des Verkaufspersonals, Gestaltung der Anzeigen. Überraschungseffekt garantiert: "Das hätten wir hier nicht erwartet."
- Krimi & Shopping schafft Anknüpfungspunkte für andere Formate wie Krimi-Dinner (Gastronomie) oder Krimi-Stadtführung (Tourismus);
- Krimi & Shopping kann leicht auf veränderte Rahmenbedingungen angepasst werden durch Wechsel der Locations (auch Leerstände) oder besondere Effekte. So wurde 2021 eine Großbaustelle mitten in der Stadt einbezogen durch visuelle und akustische Effekte, Filmmusik und Strahler hinter dem Bauzaun.

Krimi & Shopping ist ein dezentrales Format, beweglich, kommunikativ und immer wieder neu und individuell zu inszenieren. Es wird veranstaltet von der IG CityMarketing e.V. in Zusammenarbeit mit der Kulturinitiative Rotenburg (K.I.R.), findet alle zwei Jahre statt (2023 zum dritten Mal).

Begleitende Werbung

- Online: Infos auf Websites von IG CM und KIR sowie Veranstaltungshinweise (Kacheln) zu Akteuren und Spielorten auf Social Media;
- Korrespondierende Plakate an Straßen (Terminhinweis) und in den Geschäften (Hinweise auf Locations);
- Flyer mit Kurz-Beschreibungen der Vorstellungen, die im Vorfeld verteilt werden und in den Geschäften ausliegen;
- Anzeigen/Vorberichte Printmedien
- 2019 (einmalig) gesponserter Radiospot, 2021 gesponserte Illuminierung

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
28. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Online City Stade,
Stade Marketing & Tourismus GmbH,
Stade
2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Online-City-Stade

Institution

STADE Marketing & Tourismus GmbH

Ansprechpartner

Christine Plath
Hansestraße 16 , 21682 Stade
04141-7769864
plath@stade-marketing.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Durch die Corona-Pandemie hat sich das Einkaufsverhalten noch weiter auf den Internethandel fokussiert. Die Konsumenten haben sich daran gewöhnt vieles von Zuhause aus schnell und unkompliziert online abzuwickeln und abzurufen. Die Erwartungen an die Onlinepräsenz und schnelle unkomplizierte Auffindbarkeit von Dienstleistungen, gastronomischen Angeboten und Angeboten an Textilien und Waren ist deutlich gestiegen. Mit diesem Hintergrund wurde das Projekt „Online City Stade“ ins Leben gerufen.

Mit einer Drohne und einem 3D-Scanner wurde die Stader Innenstadt durch den Dienstleister Linsenspektrum digital erfasst und abgelichtet. Zusätzlich zu diesem Überblick werden Rundgänge durch derzeit 34 Geschäfte, Dienstleister und Gastronomen zur Verfügung gestellt. Dieser Online- Stadtrundgang ist unter www.stade360.de erreichbar. Die Rundgänge durch die Geschäfte erreichen durch eine Verknüpfung bei Google StreetView eine exzellente Sichtbarkeit und Wahrnehmung.

Online City Stade dient dazu die Bedürfnisse der heutigen Kunden abzudecken und der Onlinesichtbarkeit gerecht zu werden. Potentielle Kunden können vor ihrem Besuch in Stade einsehen, welche Geschäfte ihnen gefallen, an welchem Platz in der Gastronomie sie sitzen möchten, ob sie mit ihrem Rollstuhl vorbei kommen können oder aber der Rundgang inspiriert Menschen, die noch nie in Stade waren und den Charme der Innenstadt erkunden und erkennen können.

Die Innenstadt macht sich online erlebbar und präsentiert so ihr vielfältiges Angebot. Das Ziel ist es die Menschen zu inspirieren und damit für die Innenstadt zu begeistern. Ob zum Shoppen, Essen oder einfach nur zum Schauen. Heutzutage muss man sich den Bedürfnissen der Menschen anpassen und ihnen ein attraktives

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort

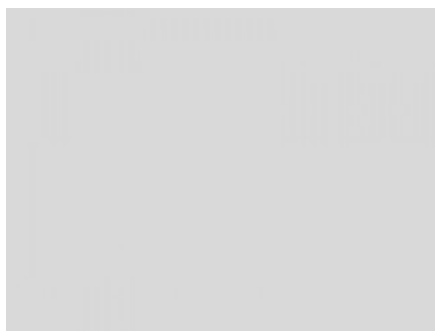
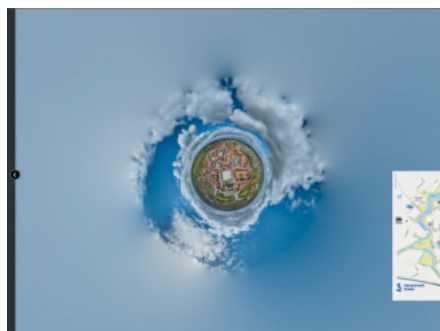
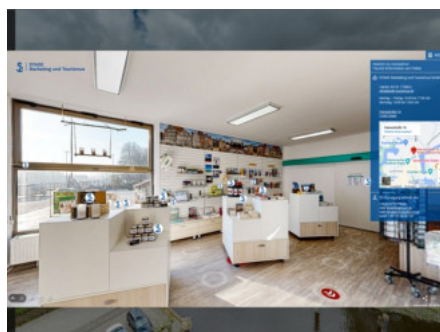


Angebot bieten.

Dieses Projekt wurde mithilfe des Sofortprogramms „Perspektive Innenstadt“ des niedersächsischen Ministeriums für Bundes- und Europaangelegenheiten und regionale Entwicklung in Höhe von 30.000 Euro gefördert.

Förderprogramm(e)

Sofortprogramm "Perspektive Innenstadt" des niedersächsischen Ministeriums für Bundes- und Europaangelegenheiten und regionale Entwicklung. Abschluss: 15.05.2023



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
14. Aug 2023

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Vechtaer Vereinswochenende,
Moin Vechta e.V.,

Vechta

2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Vechtaer Vereinswochenende

Institution

Moin Vechta e.V.

Ansprechpartner

Maleen Kordes
Große Straße 42, 49377 Vechta
044418859744
mk@moinvechta.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Im jährlichen Rhythmus lädt die Stadtmarketinggesellschaft Moin Vechta lokale Vereine an einem Aktionswochenende zur Präsentation der besonderen Art ein. Sie zeigt wie bunt, vielfältig und attraktiv das Vereinsleben vor Ort ist und welche Vielzahl an Freizeitaktivitäten die Kreisstadt zu bieten hat. Während am Samstag wechselnde Veranstaltungen in Kooperation mit Vereinen organisiert werden, lockt am Sonntag eine große Vereinspräsentation in der Innenstadt.

Die Corona-Pandemie hinterließ insbesondere in der Vereinsarbeit tiefe Furchen. Nach den pandemiebedingten Verboten für gemeinsame Treffen und langen Ausfällen entfernten sich Mitglieder immer mehr von den Vereinstätigkeiten. Viele fanden im Anschluss nicht mehr zurück oder hatten während der Pandemie andere Interessen entwickelt. Diesem Trend wollte Moin Vechta entgegenwirken und den Vereinen eine Plattform bieten, sich kostenlos zu präsentieren und neue Mitglieder anzuwerben.

Startschuss in das Wochenende der Vereine machte 2021 der Moin Vechta Brückenlauf, eine Veranstaltung für Laufbegeisterte durch Vechta. Die Veranstaltung wird gemeinsam mit dem Sportverein SFN Vechta organisiert. Im vergangenen Jahr wurde ein gemeinschaftliches Picknick in der Großen Straße durchgeführt. Hierbei konnten sich Freunde, Familien oder Vereine anmelden, um eine Bank zu reservieren und einen geselligen Abend in Vechtas Innenstadt verbringen. In diesem Jahr hat Moin Vechta die Vereine vor Ort aufgerufen, am Samstag einen Tag der offenen Tür auf dem eigenen Vereinsgrund durchzuführen.

Am Sonntag findet die große Vereinspräsentation in der City statt. Dem Aufruf von Moin Vechta folgten seit Beginn jährlich mehr als 30 Vechtaer Vereine. Die Planungen für das diesjährige Vereinswochenendes laufen bereits auf Hochtouren. In diesem Jahr werden 41 Vereine anwesend sein.

Von Sportvereinen, die zu Geschicklichkeitsspielen mit Fuß-, Golf- oder Handball einladen über spektakuläre Darbietungen der Karnevals- und Showgruppen, Platzkonzerten durch Musikvereine, Musikschulen oder

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



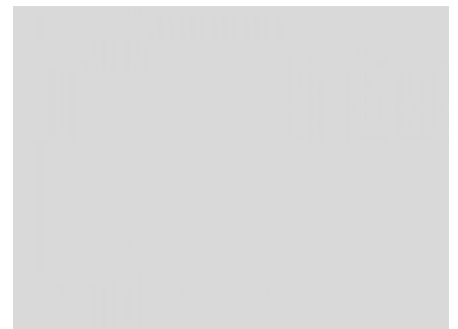
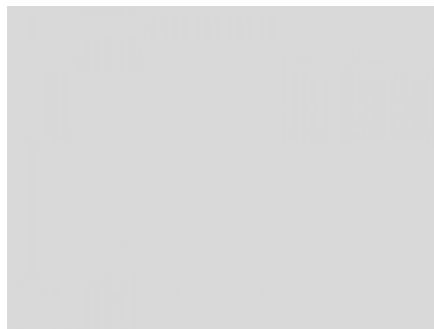
Spielmannzüge bis hin zu Mitmach-Aktionen bei caritativen Vereinen für Groß und Klein, wird in der Innenstadt einiges geboten. Auch die Stars des Bundesligisten RASTA Vechta spielen mit Nachwuchssportlern auf einen Basketballkorb, während Interessierte auf den Motorrädern erfolgreicher Fahrer des Motorsportvereines Platz nehmen können. Präsentationswagen sowie zahlreiche Infostände über die Vereinsaktivitäten sind ebenfalls vor Ort. Abgerundet wird das Angebot durch Köstlichkeiten von lokalen Schaustellern.

Ausgearbeitet werden die einzelnen Aktionen der Vereine durch die ehrenamtlichen Mitglieder der Vereine. Moin Vechta möchte die besonderen Leistungen ebendieser Mitglieder gebührend präsentieren und Interessierte aufrufen, sich ebenfalls vor Ort zu engagieren. Denn durch ein starkes Vereinsleben und die damit verbundenen sozialen Interaktionen profitiert auch die Stadt und die Identität eines Ortes.

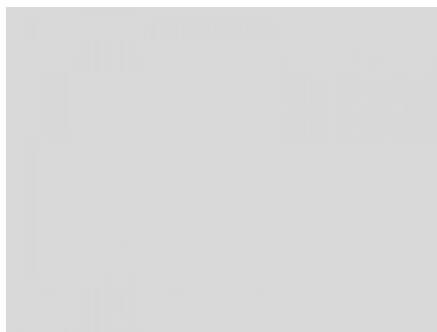
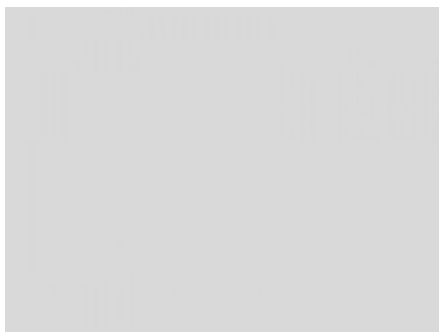
Eng verbunden mit den lokalen Vereinen ist die Händlerschaft vor Ort. Während die Unternehmen wichtige Sponsoren für Trikots oder andere Vereinsaktivitäten sind, stärken diese die regionale Wirtschaftskraft, welche auch für die Vereine existentiell ist. Der Vereinstag ist zudem mit einem verkaufsoffenen Sonntag verbunden. So ergibt sich ein Synergie-Effekt zwischen Handel und Ausstellern, wodurch nicht nur die Vereine ein größeres Publikum erfahren, sondern auch das Angebot der Geschäfte einem breiten Publikum präsentiert wird.

Moin Vechta akquiriert hierfür interessierte Vereine sowie Schausteller, plant die Verteilung der Vereine entlang der Großen Straße, holt die Genehmigungen bei den zuständigen Behörden ein und plant die Versorgung von Strom und Wasser. Darüber hinaus bewirbt die Stadtmarketinggesellschaft das Vereinswochenende mit großen PVC-Bannern, Veranstaltungsplakaten, Werbeanzeigen in der Lokalpresse sowie einer digitalen Anzeigenkampagne. Ein P + R Service fährt am Sonntag kostenlos durch das Stadtgebiet.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



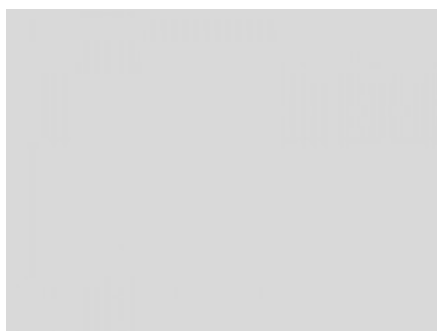
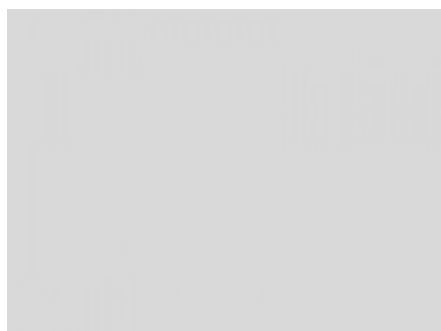
Link zum Video

<https://www.instagram.com/p/Cd3n4u7Dv5x/>

Eingereicht am

25. Aug 2023

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

https://www.facebook.com/WirfuerWallenhorst/videos/818865418610999?locale=de_DE

Eingereicht am

11. Aug 2023



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Reggae jam Enten,
Standortgemeinschaft Bersenbrücks Mitte,
Bersenbrücks

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Reggae jam Enten

Institution

Standortgemeinschaft Bersenbrücks Mitte

Ansprechpartner

Hedwig Grewing-Blankefort
Mittelstraße 4, Bersenbrück
01785668260
team@bersenbruecksmitte.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Die Standortgemeinschaft Bersenbrücks Mitte hat zum 30sten Reggaejam Festival in Bersenbrück eine Badeente entwickelt, die den Gründer des Festivals als Badedente in seinem legendären Oldtimer zeigt. Dieses ist die vierte Sammelente. Diese Sammelente trägt in einem hohen Maß zur Identifizierung mit dem Reggae Jam Festival bei. Das Festival bringt Menschen aus vielen Kulturen friedlich zusammen. Vereine und Gruppen sind gleichermaßen beteiligt. Man kann von einem nachhaltigen Projekt sprechen, da diese Sammelenten aus Kautschuk bestehen und kleine Handwerksbetriebe an der Entwicklung beteiligt sind. Für den Handel geht es um eine gute Werbung, für die Gemeinschaft um Identifikation. Mit einem Preisgeld könnten weitere Sammelenten generiert werden. Die Kosten sind in diesem Jahr schon erheblich gestiegen.

Förderprogramme

[Hier Förderprogramme eingeben]

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Fotos oder Links zu Videos:



Datum: 24. Jun 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

#wegwerfenistdasletzte,
M&P Bautechnik,

Braunschweig

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

#wegwerfenistdasletzte

Institution

M&P Bautechnik

Ansprechpartner

Hermann Markert

Bergstraße 4, 49843 Uelsen

0495942 9893602

uelsen-nachhaltig@t-online.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Zeitung

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Im alltäglichen Geschäftsleben muss sich jeder Handgriff rechnen. Just im Handwerk kommt es darauf an, dass Abläufe zügig vonstattengehen und das Endprodukt tipp-top übergeben werden kann. Oft zeigt sich, dass dabei ein überproportional hoher Materialeinsatz getätigt wird. Viele Reste und Ausschussware, etwa durch Fehlproduktion, finden kaum Verwertung.

Angesichts des global unverhältnismäßigen Rohstoffverbrauches gebietet es sich, behutsamer mit allen Wertstoffen umzugehen. Dieser Herausforderung entsprechend verfolgen wir in Uelsen und Umgebung eine Strategie der Sammlung, Wahrung, Aufwertung und Weiterverwendung von Materialien und Bauteilen, die im Bau- und Ausbauhandwerk sowie -Handel aus irgendeinem Grund überflüssig geworden sind. Durch die Einbeziehung von Kollegenbetrieben wird eine effiziente Größenordnung erreicht. Die erfassten Teile werden dann als Kommissions- oder Spendenware weitergegeben.

Praktisch sieht dies so aus, dass alles Verwertbare an einer Zentrale gemeldet wird, dann registriert, gesichtet, bewertet und eingeordnet zu Weiterverwendung gelangt. Dies geschieht auf mehreren Ebenen.

- Reste wie Hölzer, diverse Baustoffe, Farben, Verbindungs- u. Hilfsmittel finden ihren Platz in einer BASTLERFUNDGRUBE.
- Defekte und wiederherstellbare Teile werden einem REPARATUR-CAFÉ zugeführt. Daneben geschehen Aufwertungen und Upcycling.
- Alles verkäufliche an Bauteilen wird über eine BAUTEILBÖRSE angeboten. In Präsenz und online.

Für die Bewerkestellung und Abwicklung dieser Art Wertteilelogistik wurde eigens eine Initiative mit sozialem

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Aspekt aufgebaut. Hier kommen neben Rentner vorwiegend ehrenamtlich Tätige zum sinnvollen Einsatz. Die Erträge werden nach vorheriger Vereinbarung aufgeteilt. In der Regel sollen diese je zu einem Drittel für soziale Nothilfe, für Aufklärungs- und Bildungsarbeit und der Projektarbeit vor Ort vergeben werden.

In einer Zeit der Verteuerung im Bau und Sanierungsgeschehen greifen viele Selbstbauer und Bastler gerne auf Gebrauchtwaren und günstige Restposten zurück.

Als zentrale Anlaufstelle konnte ein leerstehendes Ladengeschäft in Kooperation mit der Initiative „Uelsen nachhaltig“ günstig angemietet werden. Hier werden zudem bei täglichen Öffnungszeiten Sachen des täglichen Bedarfs gesammelt und angeboten. Auch eine Verleihstation ist im Aufbau.

Künftig ist geplant, diesen zentralen Ort in Uelsen vermehrt auch als Begegnungsstätte herzurichten. Der Name ist gefunden: „AHA Connect Café“. Hier sollen dann nebenher auch Workshops stattfinden, so z.B. zu Themen rundum Sanierung und effizientes Bauen und Ausbauen, damit Hobbyhandwerker in die Lage versetzt werden, vermehrt nachhaltiges Handeln im Privaten umzusetzen.

Mit diesem Konzept werden Ressourcen ausgeschöpft, gewahrt und gewinnbringend für Viele eingesetzt. Wertstoffe werden vor dem vorzeitigen Wegwerfen und auch langem Siechtum bewahrt. Unter Ressourcen verstehen wir dabei zudem die Kapazitäten von Menschen an Zeit und Fähigkeiten. Alles soll dem sinngebenden Ziel dienen, ein nachhaltig gutes Leben vielen zu ermöglichen.

Förderprogramm(e)



BASTLERFUNDGRUBE



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
29. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

KEHR GOES GREEN,
Richard Kehr GmbH & Co. KG,

Braunschweig

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

KEHR GOES GREEN

Institution

Richard Kehr GmbH & Co. KG

Ansprechpartner

Karl-Eberhard Wolff
Sudetenstr. 8, Braunschweig
05315902190
k.e.wolff@kehr.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Kehr goes green

Mit einem breit angelegten Maßnahmenpaket leistet die Richard Kehr GmbH & Co.KG in Braunschweig mit Ihren Niederlassungen in Dessau und Berlin-Ludwigsfelde Ihren Beitrag zu einem aktiven und täglich gelebten Umweltschutz. Unter dem Motto „Kehr goes green“ – CO² reduzieren, CO² vermeiden, CO² binden“ hat das Braunschweiger Familienunternehmen bereits zahlreiche klimaschützende Maßnahmen umgesetzt.

Mit E-Mobilität den firmeninternen CO²-Ausstoß senken

Die just-in-time Belieferung der Apotheken ist das A und O im Pharmagroßhandel und erfordert eine gut durchdachte Logistik. Um die Umwelt so wenig wie möglich zu belasten, optimierte der Braunschweiger Pharmagroßhändler 2023 seine Tourenpläne zur Apothekenbelieferung und investierte in den Auf- und Ausbau der firmeninternen E-Mobilität.

Heute versorgen vier Schnellladestationen in der Versandhalle ebenso viele nach GDP-Standards (Good Distribution Practice) zertifizierte E-Transporter mit Strom für die nächste Auslieferungstour – grüner Strom, der von der unternehmenseigenen Photovoltaik-Anlage am Firmenstandort Sudetenstraße in Braunschweig produziert wird.

Grüner Strom direkt vom Dach

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Mit einer Bruttoleistung von 678 Kilowattpeak (kWp) zählt diese zu den sechs leistungsstärksten Anlagen für solare Strahlungsenergie im Stadtgebiet von Braunschweig*. Seit Mai 2023 wurden insgesamt 236 Tonnen CO² eingespart und der eigene Strombedarf zu 41,4% gedeckt. Zusätzlich investiert das Unternehmen sukzessive in die energetische Sanierung der Verwaltungsgebäude Braunschweig und Dessau in die Senkung des Energiebedarfs.

(*Marktstammdatenregister, 01.07.2024)

10.000 Bäume für den Harz – Klimaschutz mit ganz viel Herz

Das Klimaschutzprojekt „Apothekenwald“ beruht auf einer Initiative der Richard Kehr GmbH & Co. KG und den Niedersächsischen Landesforsten (NLF). Das Ziel des 2019 ins Leben gerufenen Projekts: 10.000 Bäume im vom Klimawandel stark betroffenen Harz wieder aufzuforsten. Mehr als 200 Apotheken aus Niedersachsen, Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg wurden seitdem für dieses Projekt gewonnen. Sie unterstützen die Aktion durch Spenden und Spendenaktionen in der Apotheke vor Ort. Eine Erfolgsgeschichte, wie sich schnell abzeichnete. Stand heute konnten 275.000 € für die Pflanzung von rund 57.000 Bäumen im „Apothekenwald“ gesammelt werden. Als kleines Dankeschön werden die Teams der teilnehmenden Apotheken regelmäßig zu gemeinsamen Pflanzaktionen unter fachkundiger Anleitung der Mitarbeiter der Niedersächsischen Landesforsten in den Harz eingeladen. Mit der Pflanzung von Rot-Erle, Eberesche, Bergahorn, Lärche und Fichte soll ein neuer, artenreicher Mischwald entstehen, der den künftigen klimatischen Herausforderungen gewachsen sein wird.

Die nächste Pflanzaktion steht bereits in den Startlöchern: am 07. September 2024 treffen sich interessierte Apothekenpartner und deren Mitarbeiter im Apothekenwald (Nähe Marienteichbaude). Am Informationsstand Waldpädagogik der Niedersächsischen Landesforsten können Sie sich teilnehmende Kinder und Jugendliche spielerisch mit dem Thema Wald auseinandersetzen.

Zum Unternehmen

Die Richard Kehr GmbH & Co. KG hat ihren Stammsitz in Braunschweig und versorgt mit zwei Tochtergesellschaften, der Kehr Berlin in Ludwigsfelde und der Kehr Holdermann in Dessau, etwa 1.200 Apotheken mit Arzneimitteln und apothekenüblichen Produkten. Das Gesamtsortiment von über 100.000 Artikeln und die täglich mehrfache Belieferung der Kunden sichern die Verfügbarkeit des umfangreichen Arzneimittelsortiments im Umkreis von ca. 200 km je Standort.

Weiterführende Informationen

www.apothekenwald.de

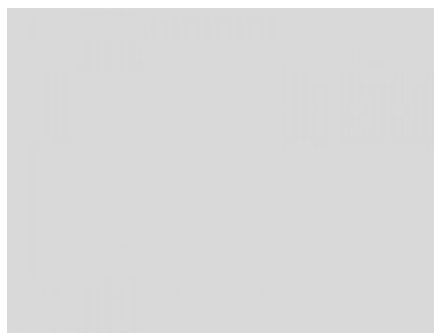
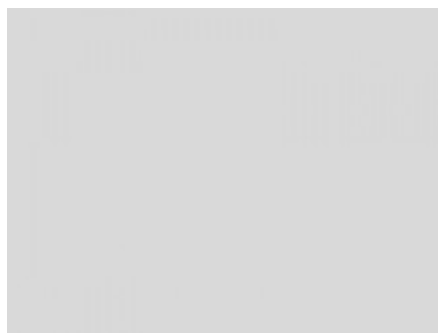
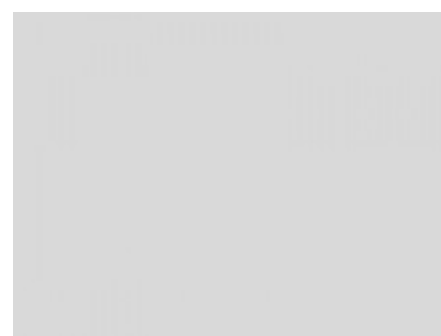
www.kehrgoesreen.de

www.instagram.com/apothekenwald/

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort

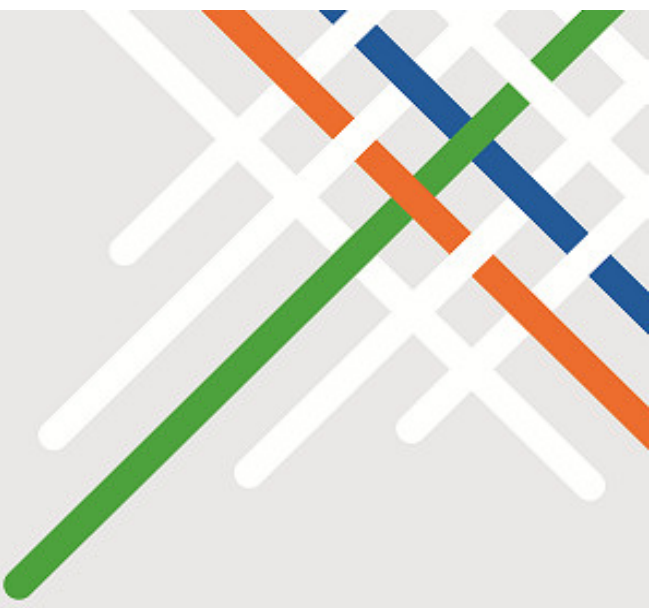


Förderprogramm(e)



Link zum Video
<https://www.apothekenwald.de/archiv-22129.html>

Eingereicht am
30. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Familienunternehmen SCHAFKIND,
SCHAFKIND,

Buxtehude

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Familienunternehmen SCHAFKIND

Institution

SCHAFKIND

Ansprechpartner

Christine Richards

Jorker Str. 6a, 21614 Buxtehude

0160 98516847

christine.richards@schafkind.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Nachhaltigkeit bedeutet für mich, wenn ein 16-jähriger Junge sein Schäfchenkissen, dass er zur Geburt geschenkt bekommen hat, mit auf Klassenreise nehmen möchte und seine Mutter es mir in letzter Minute zuschickt, damit ich dem durchgekuschelten Schaf noch ein neues Kleid nähe, weil ihr Sohn nicht ohne schlafen kann.

Hallo und moin, ich bin Christine.

Ich leite in 2. Generation mein eigenes Unternehmen und verkaufe über meinen Online Shop unter meinem Label SCHAFKIND handgefertigte Kissen für Kinder. Ich habe mein Nähatelier in Buxtehude, dort lebe ich seit ein paar Jahren mit meinem Mann und meinen beiden Kindern.

Ich bin zwischen bunten Stoffen aufgewachsen und als Kind zu dem Rattern der Nähmaschine meiner Mutter eingeschlafen. In über 20 Jahren hat meine Mutter als Einzelunternehmerin ihr Geschäft mit ihren selbst entworfenen Schäfchenkissen aufgebaut und damit etwas Wundervolles geschaffen. Seit meiner Jugend habe ich sie dabei immer nebenbei unterstützt. Vor zwei Jahren habe ich dann unser kleines Familienunternehmen ganz übernommen. Seitdem habe ich vier Mitarbeiterinnen fest angestellt, das sind meine Mutter und meine Schwester, eine Schneiderassistentin und eine Schneiderin. Ich bin stolz, in die Fußstapfen meiner Mutter zu treten und erfülle mir damit einen Herzenstraum. Es macht mir sehr viel Freude, so schöne und sinnvolle Produkte zu fertigen.

Als meine Tochter letztes Jahr in die Schule gekommen ist, bin ich auf die tolle Idee der Stoff-Schultüten gestoßen, die nach der Einschulung als Kissen genutzt werden können, anstatt einzustauben und irgendwann

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



entsorgt zu werden. Also entwickelte ich mein erstes eigenes Produkt, eine wunderschöne Schultüte, die in der Fertigung, genau wie die Schlafschafe, auf eine lange Nutzungsdauer ausgelegt ist.

Meine Produkte sind fröhlich und bunt, sie richten sich nach dem Geschmack der Kinder. Meine zwei Kinder sind meine liebsten Berater und Testkunden, denn sie fallen als Kindergarten- bzw. Schulkind genau in meine Zielgruppe. Die liebevollen und begeisterten Rückmeldungen meiner Kund*innen bestätigen mir, dass ich mit meinen Ideen richtig liege. Sie machen mich stolz und motivieren mich jeden Tag.

Unsere Produkte fertigen und besticken wir von Hand in unserem Nähatelier in Buxtehude. Auch bei den Materialien achte ich darauf, lokal einzukaufen. Unsere Stoffe, Füllung, Garne und Label kommen von deutschen Herstellern. Und unser Verpackungsmaterial aus 100 % Papier beziehen wir lokal bei einem kleinen Hamburger Unternehmen. Alle unsere Materialien sind hochwertig, langlebig und nach Oeko-Tex Standard 100 geprüft. Der Baumwollplüsch der Schlafschafe ist aus kbA (kontrolliert biologischem Anbau).

Wir nähen und kontrollieren jedes Teil sorgfältig, damit die Kinder ohne Bedenken drauflos kuscheln, knabbern, ziehen und knuddeln können. Und das für viele Jahre. Noch nie haben wir eine Reklamation wegen eines Fertigungsfehlers bekommen. Nur die Baumwollstoffe werden nach mehreren Jahren und Wäschen irgendwann dünn, eine normale Materialabnutzung. Und auch dafür haben wir eine Lösung, unsere Schafklinik. Wenn ein Schäfchen ein Loch hat, reparieren wir es für einen fairen Preis und geben ihm eine neues „Kleid“, damit es noch viele weitere Jahre hält.

Meine Produkte sind bunt, mein Unternehmen ist nachhaltig und meine Aufgaben sind vielfältig – von der Kundenbetreuung über die Fertigung bis hin zur Buchhaltung, Qualitätskontrolle und Mitarbeiterverwaltung. Als Mutter in Teilzeit arbeite ich dazu ständig an der Optimierung meiner Arbeitsschritte, an nachhaltigen Prozessen und mehr Effizienz, denn meine Zeit ist wertvoll. Mein Unternehmen wächst stetig, da ich mein Herzblut hineinstecke.

Um die nächsten Schritte zu gehen, mein Marketing auszubauen, mehr Mitarbeiter*innen einzustellen, wäre das Preisgeld aus diesem Wettbewerb ein wertvolles Sprungbrett.

Herzliche Grüße, Christine Richards

Anbei: Fotos und der Link zu einem Video mit einem kleinen Einblick in mein Nähatelier.

[Förderprogramm\(e\)](#)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.dropbox.com/scl/fi/3zgfuqb904v72g1eiywmf/Schafkind-Christine-Video.mov?rlkey=7x32j8us4ct9gfrl38bv8chpb&st=ymxt1lz0&dl=0>

Eingereicht am

30. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Entdeckerschmiede,
Kreishandwerkerschaft Cloppenburg,
Cloppenburg
2024



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



Norddeutsches Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Entdeckerschmiede

Institution

Kreishandwerkerschaft Cloppenburg

Ansprechpartner

Rape Michaela

Pingel-Anton 10, 49661 Cloppenburg

0447117922

m.rape@handwerk-cloppenburg.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wir haben in der Cloppenburg Innenstadt einen Leerstand angemietet. In diesem Leerstand haben wir eine Erlebniswerkstatt, unsere Entdeckerschmiede, errichtet. Hier können die Kinder und Jugendlichen sowie alle Interessierten sich handwerklich ausprobieren und entdecken, was ihnen besonders liegt. Mögen sie lieber den Werkstoff Holz, ist Metall eher ihr Bereich? Lieben sie es, Haare umzustylen oder eine Wand kreativ zu gestalten? Ausprobieren und entdecken ist die Devise!

Vor Ort werden die verschiedensten Handwerksberufe präsent sein. Wichtig ist uns dabei besonders der Aspekt der Nachhaltigkeit, dies aus mehreren Blickwinkeln betrachtet. Zum einen lassen wir den Raum so, wie er aktuell ist, im Rohzustand. So haben die Besucher die Möglichkeit, zu sehen, wie Stromkabel über der Deckenabhangung verlaufen und sehen, wie eine Wandisolierung aussieht. Sie können die Wände als kleine Maler (m/w/d) mitgestalten, der Kreativität sollen keine Grenzen gesetzt werden. Werkbänke, die in unserer Tischlereiwerkstatt aussortiert wurden, finden hier im Recycling / Upcycling wieder Verwendung. So sparen wir aus ökologischer Sicht Rohstoffe, Arbeitskraft und Energie. An erster Stelle steht immer der Sicherheitsfaktor, den wir nie aus den Augen verlieren.

Nachhaltig soll aber auch das Projekt an sich sein, in dem es frühzeitig die Augen öffnet und ggf. schon von klein auf das Interesse sowie das Verständnis für die handwerklichen Berufe weckt. Wir sehen unser Projekt als immaterielle Investition in bessere Bildung, auch oder gerade, weil die Kinder und Jugendlichen erst auf den ersten Stufen der beruflichen Entwicklung stehen. Wir können frühzeitig eine Chancengleichheit forcieren, denn bei uns sind ALLE Maler, Friseur, Maurer, Tischler, Elektriker oder Kosmetiker. Bei uns spielen weder Geschlecht noch Nationalität eine Rolle, alle sollen sich ausprobieren und in der Entdeckerschmiede Erfahrungen sammeln dürfen: wir bieten mit unserem zentral gelegenen Ladengeschäft einen Treffpunkt für alle Interessierten, Inklusion wird bei uns gelebt. Eine barrierefreie Erreichbarkeit ist gewährleistet.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



In Zusammenarbeit mit den Schulen vor Ort wurde besprochen, dass die Klassen, die die Entdeckerschmiede fußläufig erreichen können, diese Anreisemöglichkeit auch wahrnehmen, um so Ressourcenschutz zu vermitteln.

Die Händler vor Ort (Reduzierung von Einkaufs- und Transportwegen) wurden angesprochen, uns mit Materialien aus Restbeständen zu versorgen, um auch hier möglichst nachhaltig zu agieren.

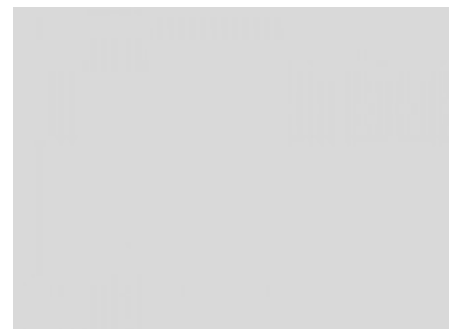
Ebenso haben wir im Kreis der Handwerksunternehmen eine enorme Bereitschaft, das Projekt aktiv zu unterstützen. Die Betriebe sind an den Aktionstagen vor Ort und sehen einen absoluten Mehrwert unseres Leuchtturmprojekts.

Geplant ist, dass in der Projektlaufzeit vormittags die Schulen und Kindergärten zu uns kommen, nachmittags ist die Entdeckerschmiede für alle Interessierten geöffnet. Verschiedene Aktionssamstage runden das Konzept ab. Durch das Aushändigen von Laufkarten an die Kinder und Jugendlichen, die sie dann in den teilnehmenden Geschäften der Innenstadt (62 Zusagen liegen uns vor!) abstempeln lassen, erreichen wir eine Belebung der Innenstadt, da die Kinder mit Ihren Erziehungsberechtigten an den Nachmittagen diese Karten ausfüllen lassen, um sie dann komplett abgestempelt gegen ein kleines Geschenk (die Kinder bekommen ein Tütchen mit Blühsamen ausgehändigt) in der Entdeckerschmiede einzulösen.

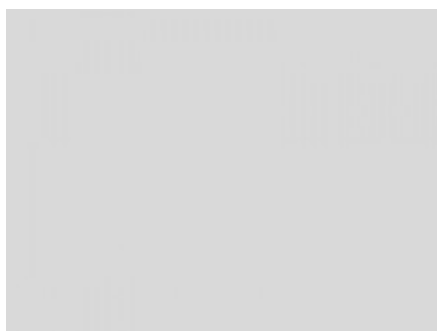
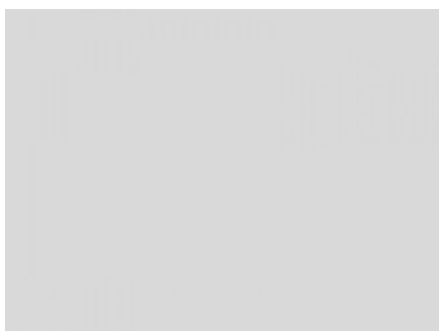
Eine langfristige Fortführung ist angedacht und realistisch, da durch unseren geburtenreichen Landkreis Jahr für Jahr neue Jahrgänge von Kindern heranwachsen, die die Entdeckerschmiede erkunden können. Weiter können wir sagen, dieses Projekt ist ein Best-Practice-Beispiel einer Belebung der Innenstadt durch die sinnvolle und nachhaltige Nutzung eines Leerstands, die sicherlich in vielen weiteren Orten umsetzbar ist. Die Idee ist entstanden durch die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketings der Stadt Cloppenburg. Start ist August 2024.

Förderprogramm(e)

Gefördert wird unser Projekt mit 60.000,00€ aus der Offensive Innenstadt der Stadt Cloppenburg.



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
07. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Damme blüht auf mit neuer
Konzeptionierung und HGV Schau,
Handels- und Gewerbeverein
Damme e. V.,

Damme

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

"Damme blüht auf" mit neuer Konzeptionierung und HGV Schau

Institution

Handels- und Gewerbeverein Damme e. V.

Ansprechpartner

Eva Maria Deutschländer
Rotdornweg, 16, 49401 Damme
01708628288
deutschlaender@hgv-damme.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Projektbeschreibung: „Damme blüht auf“ mit HGV-Schau
Veranstaltungsdatum: 17. März 2024
Veranstaltungsort: Innenstadt von Damme
Veranstalter: Dammer Handels- und Gewerbeverein (HGV)

Das Event „Damme blüht auf“ mit HGV-Schau fand am 17. März in der Dammer Innenstadt statt und war ein voller Erfolg. Ziel war es, die lokale Gemeinschaft zu stärken, den Zusammenhalt zu fördern und die lokale Wirtschaft zu unterstützen. Ab 13 Uhr öffneten die frühlingshaft dekorierten Geschäfte und begrüßten die Besucher mit einem kleinen blumigen Frühlingsgruß. Der 900 Meter lange rote Teppich bot die Bühne für die HGV-Schau, bei der sich diverse Einzelhändler und HGV-Mitglieder (über 50 an der Zahl) präsentierten.

Die Veranstaltung umfasste Informationsstände, an denen lokale Firmen ihre Dienstleistungen und Ausbildungsangebote vorstellten, sowie zahlreiche Aktivitäten für Kinder und musikalische Darbietungen. Ein besonderes Highlight war die Charity-Aktion für das „Dammer Getöse“, bei der durch den Verkauf von Popcorn Spenden gesammelt wurden, um den Musikern die Aufnahme einer CD zu ermöglichen.

Ökologische Auswirkungen:

Klimaschutz und Begrünung: Der Baumschulgarten Enneking sorgte für die Begrünung der Innenstadt und informierte über Ausbildungsberufe im Garten- und Landschaftsbau. Dies trägt zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes und zur Schaffung von grünen Oasen in der Stadt bei.

Förderung von Bio-Produkten: Floristikbetrieb „Land-Idee Möhring“ präsentierte biologische und nachhaltige

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Blumendekorationen.

Nachhaltige Mobilität: Der Einsatz lokaler Produkte und die Reduzierung von Einkaufs- und Transportwegen wurden durch die Teilnahme lokaler Händler gefördert.

Ökonomische Auswirkungen:

Regionale Güter: Die Präsentation und der Verkauf regionaler Produkte unterstützen die lokale Wirtschaft und fördern die Nutzung saisonaler und regionaler Güter.

Soziale Auswirkungen:

Bildung und Ausbildung: Informationsstände, wie die des Baumschulgartens Enneking und anderer Unternehmen, förderten das Bewusstsein für Ausbildungsberufe und bildeten eine Plattform für Fach- und Arbeitskräftegewinnung.

Gerechtigkeit und Inklusion: Die Veranstaltung war offen für alle und förderte Chancengleichheit und Vielfalt. Der Kindergarten St. Christophorus verkaufte Überraschungstüten für den guten Zweck und unterstützt damit soziale Projekte.

Work-Life-Balance und soziale Treffpunkte: Die Kinderaktivitäten und Angebote wie das Spielmobil der Stiftung Rückenwind sowie die generelle familienfreundliche Ausrichtung der Veranstaltung trugen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie bei. Viele Mütter/Väter konnten so ihre Kinder während der Arbeitszeit betreuen lassen.

7.3. Wirkung des Projektes

Das Projekt „Damme blüht auf“ sensibilisierte die Bewohner und Besucher für nachhaltige Praktiken im Handel und trug zur Erhöhung der Besucherfrequenz in der Dammer Innenstadt bei. Die lokale und regionale Wirkung des Projektes zeigt sich in der stärkeren Bindung der Kunden an den lokalen Handel und der Unterstützung lokaler Initiativen.

Vitale Zentren: Das Event belebte die Innenstadt und schuf eine attraktive und lebendige Atmosphäre, die als Vorbild für andere Städte dienen kann. Zudem wurde den Besuchern vor Augen geführt, welches breites Angebot Damme zu bieten hat.

Belebung des ländlichen Raums: Durch die Präsentation lokaler Unternehmen und Produkte wurde die Versorgung und Belebung des ländlichen Raums gefördert.

Beispielhafte Wirkung für den Handel: Das Projekt demonstriert, wie durch gemeinschaftliche Aktionen und nachhaltige Praktiken der lokale Handel gestärkt und langfristig gesichert werden kann.

Wirkung für weitere Branchen: Neben dem Handel profitierten auch das Handwerk, die Gastronomie und der Bildungssektor von der Veranstaltung.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

https://www.nordsehen.tv/Videos/damme-blueht-auf/?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAR03O67a5NUwrf4fEE22pkMJKh1SdEP3pYhEOz1Dwn_Qk uG3vPSfbEjIMDI_aem_Q8TLCT7D-wSQ7dZHEDJRsq

Eingereicht am

11. Jul 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Virale Heimatshoppen-Kampagne
"Ich bin Heimatshopper in
Damme, weil",
Handels- und Gewerbeverein
Damme e. V.,

Damme

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Virale Heimatshoppen-Kampagne "Ich bin Heimatshopper in Damme, weil"

Institution

Handels- und Gewerbeverein Damme e. V.

Ansprechpartner

Eva Maria Deutschländer
Rotdornweg, 16, 49401 Damme
01708628288
deutschlaender@hgv-damme.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

In der Zeit vom 4. bis 9. September wurden alle Bürger*innen dazu viral und über die regionalen Medien aufgefordert, die Gründe zu nennen, warum er/sie stolze Heimatshopper sind und gerne in Damme einkaufen und verweilen. Die gesamte Kaufmannschaft und Dienstleister/Restaurants standen hinter der Kampagne und sponsorten tolle Preise (z. B. E-Roller, Tablet, Einkaufs- und Restaurantgutscheine).

Egal ob Video, Bild oder Text – die Botschaften wurden auf Instagram oder Facebook und das Hashtag #heimatshoppen_damme verwendet. Dadurch, dass alle Gewinnerbeiträge nochmals geteilt wurden, bekamen diese eine große Aufmerksamkeit und stärkten mit ihren Botschaften ungemein das Gemeinschaftsgefühl im Ort. Die Kampagne war in aller Munde und motivierte auch insbesondere junge Menschen, das eigene Kaufverhalten zu reflektieren und sich bewusst zu machen, welche nachhaltige Entscheidung sie mit einem lokalen Einkauf für die Zukunft unserer Innenstadt treffen.

Die Kampagne ist "eingeschlagen wie eine Bombe" und es wurden über 100 Beiträge/Kommentare eingesendet und gepostet. Auch überregional haben sich viele Politiker (Silvia Breher, Tobias Gerdesmeyer, Alexander Bartz, Bürgermeister...) auf Nachfrage an unserer Aktion beteiligt.

Es wurden viele tolle Videos, Gedichte, Fotos von den unterschiedlichsten Personen und Gruppen gepostet. In vielen Beiträgen wurde insbesondere die soziale Verantwortung (Unterstützung der Menschen im Ort, Erhalt der Innenstadt) und die Nachhaltigkeit (keine zusätzlichen Transportwege) erwähnt.

Hier noch eines der Gewinnergedichte:

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Heimatshoppen

Wenn man in Damme einkaufen geht,
weiß man immer, wer hinter dem Tresen steht.

„Verbindlich“ ist hier die Freundlichkeit,
„unverbindlich“ nimmt man sich für den Kunden Zeit.

Ein Pläuschchen hier, ein “wie geht’s dir?” dort,
ein freundliches Miteinander ist wichtig im Ort.

Egal, von welcher Seite der Stadt man die Shopping Tour startet, ist es sicher, dass im nächsten Laden wieder eine tolle Beratung wartet.

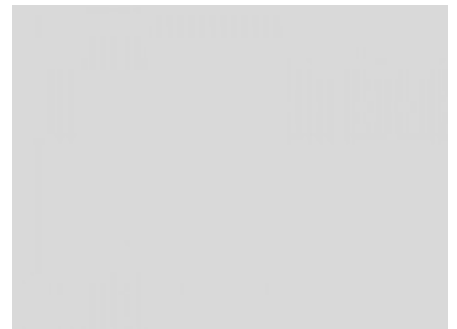
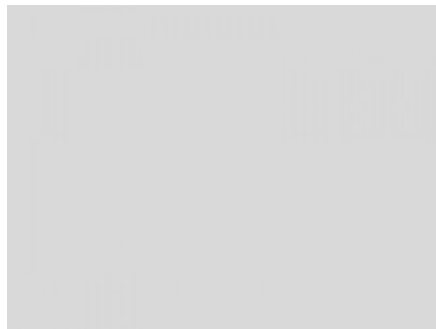
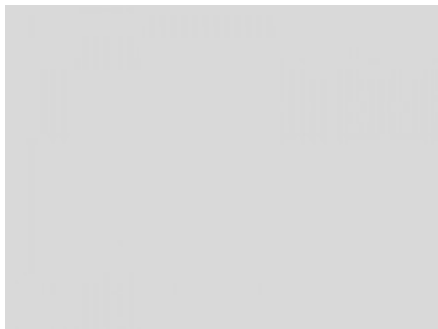
Anonyme Ladenketten gibt es in Damme nicht,
man kennt sich beim Vornamen und vom Gesicht.

So wird ein Buch nicht beim großen „A“ bestellt,
sondern bei Anne, die nebenbei noch ne Geschichte erzählt.

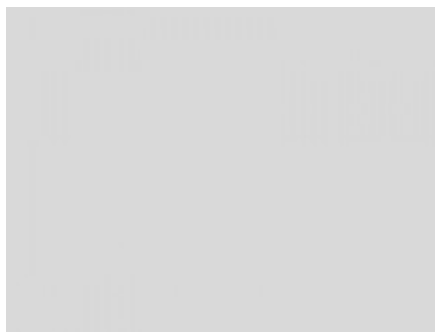
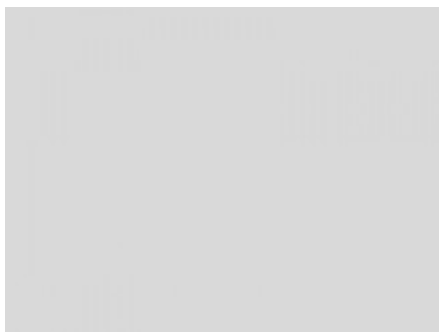
Einen Koffer findest du bei der Taschen-Lisbeth,
hier ist die Beratung äußerst nett.

Das Fahrrad kannst du bei Franz dann kriegen,
es sei denn, es ist im Sueskanal stecken geblieben

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.facebook.com/watch/?v=687850853378210>

Eingereicht am

14. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Alpaka-Hof Weißenmoor -
vom Haustier zum Wirtschaftsfaktor,
Waytalla Alpakas GmbH,

Düdenbüttel

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Alpaka-Hof Weißenmoor - vom Haustier zum Wirtschaftsfaktor

Institution

Waytalla Alpakas GmbH

Ansprechpartner

Lars Schlegel - Vorschlagende/r
Weißenmoor 11a, 21709 Düdenbüttel
041417865304
info@waytalla-alpakas.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Bereits seit dem Jahr 2008 sind wir vom Alpakafieber ergriffen. Seitdem dreht sich bei uns alles ums Alpaka, die Alpaka-Faser und unseren Alpakahof.

Mittlerweile – fast 16 Jahre und fast 60 Alpakas später - haben wir viele züchterische Erfahrungen gesammelt und können auf eine erfolgreiche Zucht mit fast 60 wunderbaren Alpakas sowie einen überregional bekannten Alpakahof blicken.

Von Anfang an haben wir aus unserer Faser Bettdecken herstellen lassen. Unsere Kunden lernten die tolle Qualität der Alpaka-Mode zu schätzen und es stand ständig die Frage nach einem Ladengeschäft im Raum. Im Jahr 2014 fiel dann für Carina endgültig der Entschluss, auch hauptberuflich auf Alpakas umzusatteln und so eröffneten wir im Jahr 2015 unseren Hofladen und begannen vermehrt mit Aktivitäten wie z. B. Farmführungen und Alpaka-Wanderungen. 2016 ging unser Shop www.Mein-Alpaka-Shop.de an den Start, über den wir neben Alpaka-Mode auch eine Auswahl an Zubehör sowie eigene Produkte verkaufen. Hierzu zählt u.a. auch eine Postkarten-Edition, die wir im Großhandel an andere Hofladen-Besitzer vertreiben.

Stand heute beschäftigen wir acht Teilzeitkräfte bzw. Minijobber bei uns auf dem Hof. Diese arbeiten in all unseren Betriebszweigen.

Unser Betrieb gliedert sich in drei Bereiche:

1. Landwirtschaft (Alpaka-Zucht)

Wir bieten für Interessierte Farmführungen, Seminare und Kurse zur Haltung und Zucht von Alpakas an. Außerdem bieten wir anderen Alpaka-Züchtern einen Deckservice mit unseren Deckhengsten und verkaufen Alpakas für Zucht und Freizeit.

Wir sind als Alpaka-Zuchtbetrieb Mitglied in verschiedenen nationalen und internationalen Alpaka-Zuchtverbänden. In diesen werden nicht nur genossenschaftliche Projekte zur Verarbeitung der Alpaka-Faser in

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



der heimischen Industrie gefördert, sondern auch Projekte in den südamerikanischen Ursprungsländern der Alpakas.

2. Handel (Hofladen und Online-Shop).

Unsere Alpaka-Produkte sind in unserem Hofladen oder in unserem Online-Shop (www.Mein-Alpaka-Shop.de) erhältlich. Ebenso gibt es ein großes Angebot an Artikeln für Alpakazüchter.

Vermeidung von Abfall und Schonung von Ressourcen:

Wir versuchen so effizient und umweltverträglich wie möglich unsere Versand-Verpackungen und unsere Verpackungsmaterialien zu nutzen. Dazu gehört:

- zu 99 % Nutzung von Paketklebeband aus Papier
- Paketklebeband aus recyceltem Kunststoff
- Wiederverwendung von Versandkartons unserer Lieferanten und aus Retouren
- Nutzung von GoGreen bei DHL.

Nachhaltig wirtschaften als Chance für alle:

Auch wenn wir mittlerweile stolze Besitzer von ca. 60 Alpakas sind, können wir keinen Hofladen und keinen Online-Shop komplett bestücken. Unsere Handelspartner und Großhändler lassen vor Ort in Perú, Chile oder Bolivien produzieren. Dies geschieht größtenteils in Familienunternehmen, Heimarbeit und in sozialen Projekten. Unser Handel unterstützt somit die Wirtschaft in den weniger entwickelten Ländern.

Mit der Etablierung der Alpaka-Faser am Markt leisten wir als Alpaka-Züchter einen Beitrag zum Erhalt der deutschen Textilbranche. So lassen wir unsere Rohfaser in Mini-Mills in Brandenburg oder Mecklenburg-Vorpommern und einer Spinnerei im Sauerland zu Garnen weiterverarbeiten. Unsere Bettwaren werden im Erzgebirge und unsere Filz-Schuheinlagen in Baden-Württemberg hergestellt.

3. Aktivitäten (Wanderungen/ Farmführungen)

Wir bieten für Gruppen individuell abgestimmte Farmführungen und Alpaka-Wanderungen an. Für Kinder und Jugendliche bieten wir z. B. Ferienspaß-Aktivitäten oder Kindergeburtstage an. Alle Aktivitäten sind über ein Ticketsystem bequem online buchbar.

Erhalt von Naturflächen und Zugang zu Naherholungsflächen:

Auf unseren Wanderungen erhalten die Gäste Einblicke in die heimische Natur. Unsere Alpakas sichern und schützen unsere Naturlandschaft durch extensive Weidewirtschaft und fördern somit den Erhalt unseres Hochmoores im „Weißenmoor“.

Unser Beitrag zur ökologischen Regeneration unserer Kulturlandschaft ist unser Projekt Baumpflanzaktion.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



ERKENNE

für unser Alpaka

Mit deiner Patenschaft unterstützt du uns, die Haltung und Fütterung unserer Alpakas noch weiter zu verbessern. Der Großteil der Einnahmen aus der Patenschaft wird in unser Projekt "Baumpflanzaktion" investiert.

Dankeschön für
deine Unterstützung!

Gültig ab

für 12 Monate.



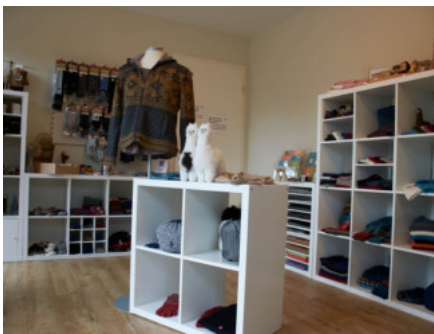
von

Danke, dass du uns mit deiner Alpaka-Patenschaft bei der Baumpflanzaktion, die folgende Ziele hat, unterstützt:

- Schaffen von natürlichen Schattenplätzen für die Alpakas im Sommer und Verbesserung des Kleinklimas.
- Natürlicher Wind- und Regenschutz.
- Natürliches Gehölzfutter zur Ergänzung einer ausgewogenen Ernährung unserer Alpakas.
- Längerer Grasaufwuchs in Zeiten von wenig Niederschlägen, da die Verdunstung verringert wird.
- Verbesserung der Bodengesundheit der Wiesen durch Bindung von Nährstoffen, Verhinderung von Erosionen und positivem Einfluss auf den Wasserhaushalt im Boden.

Triff dein Patenschaftsalpaka!

Einmal pro Patenschaftsjahr erhältst du die Möglichkeit, zusammen mit einer Begleitperson, dein Patenschaftsalpaka zu treffen! Die nächsten Termine für das Patenschafts-Meet&Greet findest du auf [www.alpakas.de](#)



Link zum Video

<https://login.yoursecurecloud.de/f/3c003a91f40b4328a5b7/>

Eingereicht am

30. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

The Proud Farmer,
Schwab & Meta Farming
Products UG,

Einbeck

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

The Proud Farmer

Institution

Schwab & Meta Farming Products UG

Ansprechpartner

Sergej Schwab

An der Allee, 37574, Einbeck

01634211453

schwabundmeta@gmx.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wir sind die Schwab & Meta UG und wir verkaufen nachhaltig produzierte Lebensmittel von kleinen Familienbetrieben aus Albanien.

Albanien bietet aufgrund seines Klimas und Bodens hervorragende Voraussetzungen für den Anbau qualitativ hochwertiger Produkte. Doch politische und infrastrukturelle Herausforderungen im Land erschweren es vielen Kleinbauern, ihre Produkte zu vermarkten.

Albanien gehört zu den ärmsten Ländern Europas und viele landwirtschaftliche Betriebe sind nicht offiziell registriert, was den offiziellen Verkauf ihrer Produkte im Einzelhandel unmöglich macht und die Lebensbedingungen stark einschränkt. Viele dieser Bauern arbeiten seit Generationen traditionell und mit viel Handarbeit und produzieren Lebensmittel bester Qualität, die sie nur mühsam, für wenig Geld und unter der Hand lokal verkaufen können. So bleiben auch mangels Zugangs zum Markt wertvolle Ressourcen ungenutzt. Ganze Plantagen an bspw. Granatäpfeln oder Esskastanien werden einfach nicht geerntet, wodurch jährlich Tonnen an Lebensmitteln verfallen.

Genau hier setzen wir als Start-up an und ermöglichen diesen Bauern, ihre Produkte international zu verkaufen. Wir leisten in Albanien umfangreiche Aufklärungsarbeit, unterstützen die Betriebe bei der Buchhaltung und der Registrierung offizieller Betriebe, helfen bei Zertifizierungen und Lizenzanträgen. So ermöglichen wir ihnen erst den offiziellen Verkauf ihrer Produkte und bieten durch faire Bezahlung eine Existenzsicherung. Zudem unterstützen wir damit auch das Wirtschaftswachstum in Albanien.

Diese Produkte vertreiben wir in Deutschland unter der Marke "The Proud Farmer", welche für faire Bezahlung, Umweltschutz, Ressourcenschonung und volle Transparenz steht.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Der Landwirt steht bei The Proud Farmer nach wie vor im Mittelpunkt. Da wir die Produkte direkt von den Landwirten beziehen und keine Chargen vermischen, können wir eine 100%ige Rückverfolgbarkeit garantieren. Durch das Einscannen des QR-Codes auf dem Etikett kann jeder Kunde jedes einzelne Produkt zu den jeweiligen Landwirten zurückverfolgen! Der Kunde erhält Informationen, Bilder und Videos über den Landwirten, den Betrieb und den Anbauort und sieht, wen er genau mit seinem Kauf unterstützt. Zudem erhalten die Landwirte die Wertschätzung für ihre Arbeit, die sie verdienen.

Seit unserer Gründung 2023 haben wir unser erstes Produkt erfolgreich auf den Markt gebracht: ein extra natives Olivenöl aus den Bergen Albaniens. Anfangs mit nur einem Olivenbauern, haben wir mittlerweile einen zweiten und für die kommende Saison ein ganzes Dorf an Olivenbauern überzeugen können. Wir vertreiben das Öl über unseren Online-Shop, auf Stadtfesten und seit kurzem auch in den ersten lokalen Supermärkten. Derzeit arbeiten wir daran, weitere Produkte auf den Markt zu bringen, darunter eingelegte Oliven, Wein, Honig, Kräuter und Esskastanien.

Unser Ziel ist es, in Albanien eine nachhaltige Landwirtschaft nach europäischem Vorbild aufzubauen. Wir suchen gezielt umweltbewusste Betriebe, denen die Natur am Herzen liegt, mit dem Ziel zukünftig alle kooperierenden Betriebe auf EU-Bio-Standards umzustellen - der erste Betrieb befindet sich bereits in der Umstellung. Langfristig sind auch Biodiversitätsmaßnahmen und die Wiederaufforstung durch Hitzewellen abgebrannter Plantagen geplant, die die Bauern finanziell nicht alleine stemmen können, um so aktiv noch mehr für Klima und Umwelt zu tun.

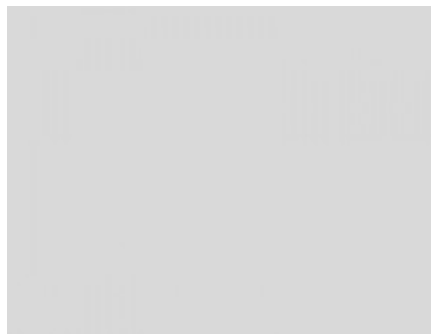
Die Optimierung der Logistik soll durch einen großen Verarbeitungsstandort in Deutschland ausgebaut werden. Hier wird derzeit an einer eigenen Küche zur weiteren Verarbeitung und Veredelung der Rohware gearbeitet. Bisher sind wir vollständig privat finanziert, ergänzt durch ein Preisgeld aus dem Gründerwettbewerb "Lift-Off" der Universität Göttingen.

Unser Start-up besteht aus zwei Personen: Sergej Schwab, studierter Agrarwissenschaftler und Doktorand, und Gleni Meta, gebürtiger Albaner mit Wurzeln in der albanischen Landwirtschaft und studierter Jurist.

Vielen Dank!

[Förderprogramm\(e\)](#)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://we.tl/t-0GpDI0tf0J>

Eingereicht am
30. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Umsetzung der Nachhaltig- keitsstrategie im Kauf Park Göttingen, Werbegemeinschaft Kauf Park Göttingen,

Göttingen

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie im Kauf Park Göttingen

Institution

Werbegemeinschaft Kauf Park Göttingen

Ansprechpartner

Jürgen Brunke

Am Kauf Park 2, 37079 Göttingen

0162 2077910

brunke@voelkel-re.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Der Kauf Park Göttingen (KPG) hat in den letzten Jahren durch die konsequente Umsetzung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie beeindruckende Erfolge erzielt. Für uns ist Nachhaltigkeit kein bloßes Schlagwort, sondern ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensphilosophie. Unsere Projekte zielen darauf ab, den ökologischen Fußabdruck zu verringern, die lokale Gemeinschaft zu stärken und wirtschaftliche Stabilität für unsere Mieter zu gewährleisten.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir einen detaillierten Fahrplan entwickelt, der uns bei der Umsetzung unserer Initiativen unterstützt.

Unsere Maßnahmen zielten darauf ab, die Betriebskosten zu stabilisieren und so die langfristige Bindung unserer Mieter an den Standort zu fördern.

Wesentliche Maßnahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie:

- Optimierung der Gebäudeleittechnik: Durch Fernsteuerung via R8tech konnten wir die Verbrauchskosten für Lüftung und Heizung um 20 % reduzieren, was sich direkt positiv auf die Betriebskosten unserer Mieter auswirkt.
- Umstellung auf Ökostrom und -gas: Der gesamte Energiebedarf des KPG wird durch 100 % klimaneutralen Strom aus Wasserkraft und regionales Ökogas von den Stadtwerken Göttingen gedeckt. Dies gewährleistet stabile Energiekosten.
- Einsatz von Sonnenschutzfolien: Die Installation von Sonnenschutzfolien reduziert die Sonneneinstrahlung erheblich, wodurch eine zentrale Klimaanlage überflüssig wird und der Energieverbrauch sinkt.
- Umrüstung auf LED-Beleuchtung: Die flächendeckende Umstellung auf LED führte zu einer Energieeinsparung von über 80 % und reduzierte den ökologischen Fußabdruck.
- Smart-Metering: Mit dem LoRaWAN-Standard überwachen wir den Energieverbrauch im 15-Minuten-Takt,

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



was präzises Ressourcenmanagement ermöglicht und unnötige Kosten vermeidet.

Diese Maßnahmen führten nachweislich zu stabilen Betriebskosten, trotz steigender Kosten bei vergleichbaren Zentren. So stärkten wir die Zufriedenheit und Loyalität unserer Mieter. Die hohe Mieterzufriedenheit spiegelt sich in einer geringen Fluktuation wider, was die Gemeinschaft im KPG festigt und so für unsere Besucher ein kontinuierlich positives Erlebnis ermöglicht.

Ergänzende Teilprojekte:

- Installation von E-Ladesäulen: In Zusammenarbeit mit EAM haben wir E-Ladesäulen für Autos und E-Bikes installiert. Dies erhöht den Komfort und die Attraktivität des KPG als nachhaltigen Standort.
- Umstellung auf ökologische Reinigungsmittel: Wir nutzen umweltfreundliche, öko-zertifizierte Reinigungsmittel, die ökologisch und ökonomisch sinnvoll sind.
- Projekt „Zukunft der Heizung“: Derzeit untersuchen wir die Implementierung effizienter Heizsysteme für Gebäude über 20.000 qm, was zu weiteren Kostensenkungen führen könnte.
- Einsatz von CO₂-Sensoren: Durch CO₂-Sensoren passen wir die Luftwechselraten dynamisch an die Besucherzahlen an, was die Energieeffizienz steigert und unnötige Kosten vermeidet.
- Erneuerung der Abwasserleitungen: Der Austausch der Abwasserleitungen verbessert die Wasserqualität und verlängert den Lebenszyklus der Immobilie, was Instandhaltungskosten minimiert.

Erfolge und Auszeichnungen:

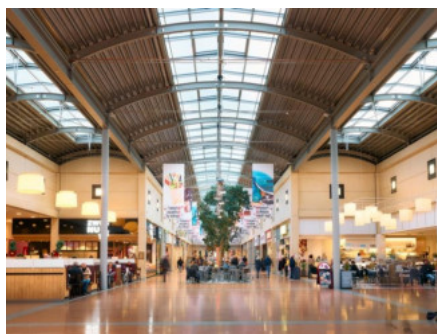
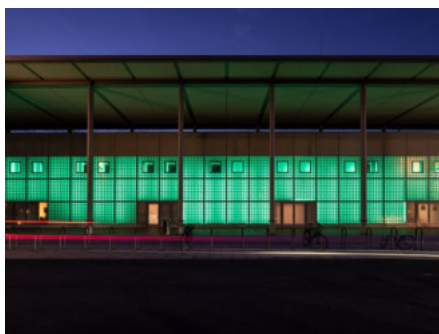
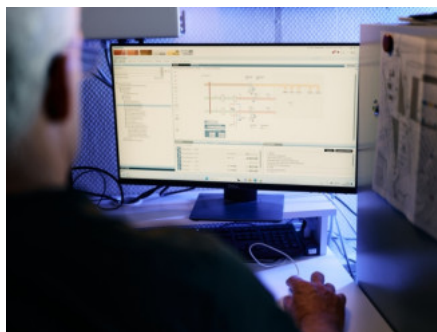
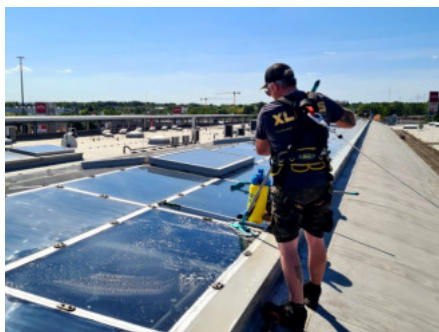
Unsere Nachhaltigkeitsstrategie wurde mit dem BREEAM-Zertifikat und einem positiv bewerteten ESC-Screening (2023) ausgezeichnet. Diese Auszeichnungen haben dazu beigetragen, Magnet-Mieter wie Obi zu halten und neue wie Kaufland und Media Markt zu gewinnen. Sie bestätigen unseren Ansatz und motivieren uns, weiter innovative Wege zur Förderung einer nachhaltigen Zukunft zu gehen.

Fazit

Unsere Strategie zeigt, dass nachhaltige Investitionen nicht nur den ökologischen Fußabdruck verringern, sondern auch wirtschaftliche Stabilität und Mieterzufriedenheit fördern. Die im KPG umgesetzten Maßnahmen können als Best-Practice-Beispiel dienen und von anderen Centern und Standorten reproduziert werden. Durch den Erfolg unserer Nachhaltigkeitsstrategie möchten wir andere inspirieren und gemeinsam eine nachhaltige Zukunft für den Handel und die lokale Gemeinschaft gestalten.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://youtu.be/WFY0bFkTkUk>

Eingereicht am
30. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens als Organisation, denn's Biomarkt GmbH,

Hannover

2024



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens als Organisation

Institution

denn's Biomarkt GmbH

Ansprechpartner

Peter Baranyai
Anderter Str. 99b, 30559 Hannover
0151 58020466
p.baranyai@denns.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Projektbeschreibung
Nachhaltige Ausrichtung des Unternehmens als Organisation

I Ausbildung bei Denn's Biomarkt und Möglichkeiten der branchenübergreifenden erweiterten Ausbildung
Denn's Biomarkt ist eine deutsche Supermarktkette, die sich auf den Verkauf von Bio-Lebensmitteln und ökologischen Produkten spezialisiert hat. Wir legen großen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Dies spiegelt sich zum einen in der Auswahl der Produkte wider, die größtenteils aus regionaler und fairer Produktion stammen und zum anderen auf die Qualität der Ausbildung. Hierbei achten wir auf eine breite, praxisnahe auf eine Nachhaltigkeit basierte Ausbildung.

Das Thema Nachhaltigkeit, insbesondere in Bezug auf fairen und regionalen Handel, wird in der kaufmännischen Ausbildung branchenbedingt vernachlässigt. Viele Ausbildungsbetriebe führen solche Produkte nicht, wodurch Auszubildende kaum die Möglichkeit haben, sich mit diesem wichtigen Thema praxisorientiert auseinanderzusetzen.

Auszubildende lernen das Thema "Nachhaltigkeit" zwar in der Berufsschule, jedoch meist unter theoretischen Bedingungen. Dadurch fehlt den Auszubildenden der praxisorientierte Bezug zur Nachhaltigkeit sowie die praxisorientierte Erfahrung, um das Gelernte im realen Verkauf anzuwenden und zu vertiefen.

Bei einem möglichen Arbeitgeberwechsel zu einem Unternehmen, das nachhaltige Produkte anbietet, kann es möglicherweise zu einem Mangel an erforderlicher Beratungskompetenz in diesem Bereich kommen. Darüber hinaus sind die überwiegend jungen Menschen auch in ihrer Freizeit private Endverbraucher, die täglich bewusste Kaufentscheidungen unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeit treffen.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Daher stellt sich die Frage, wie wir nicht nur unseren eigenen Auszubildenden, sondern auch anderen Auszubildenden, die aus anderen Branchen kommen, die Möglichkeit bieten können, das wichtige Thema der Nachhaltigkeit praxisnah zu erlernen und auszuprobieren.

Veranstaltungen mit Nachhaltigkeitsbezug

II Kontaktaufnahme mit der BBS Cora Berliner

Mit dieser Frage standen wir allerdings nicht allein da, wie wir durch einen Anruf von der Berufsbildende Schulen Cora Berliner Bildungszentrum der Region Hannover für Wirtschaft und Handel feststellten. Herr Rademacher, damaliger Nachhaltigkeitsbeauftragter und jetziger Bildungsgangleiter für die kaufm. Ausbildung im Einzelhandel kontaktierte uns, ob wir Interesse haben, uns an der Unterrichtseinheit „Hannover handelt fair und regional“ zu beteiligen.

Vorstellung der Verkaufsförderungsaktion „Hannover-handelt-fair und regional“

Das Projekt "Hannover handelt fair und regional" ist eine Schülerinitiative der BBS Cora Berliner, die sich für fairen Handel und die Förderung regionaler Produkte in Hannover engagiert. Ziel des Projekts ist es, den fairen und regionalen Handel zu stärken, das Bewusstsein für nachhaltige und faire Produktions- und Handelsbedingungen zu schärfen sowie den Konsum regionaler Produkte zu fördern.

Im Rahmen des Projekts werden verschiedene Maßnahmen und Aktionen umgesetzt, die darauf abzielen, die lokale Wirtschaft zu unterstützen und zugleich soziale und ökologische Standards zu fördern. Dies geschieht unter anderem durch die Zusammenarbeit mit regionalen Einzelhandelsbetrieben, durch Bildungs- und Informationskampagnen sowie durch die Organisation von Veranstaltungen, die faire und regionale Produkte ins Zentrum rücken.

Hannover handelt fair und regional verbindet ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Förderung auf lokaler Ebene und trägt dazu bei, nachhaltige Konsummuster in der Bevölkerung Hannovers zu etablieren.

Projektablauf

Im Berufsschulunterricht wird der Auszubildende umfassend qualifiziert. Den Schülerinnen und Schülern werden Kompetenzen in Bezug auf verschiedene Themen zur Nachhaltigkeit, zum fairen/regionalen Handel und zur Kundenkommunikation vermittelt.

Die praktische Umsetzung erfolgt in Kooperation mit Betrieben der Bereiche Lebensmittel, und Kantinen in Hannover, in der Reg

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Ich fächerübergreifender Unterricht im Rahmen der Verkaufsförderaktion „Hannover handelt fair und regional“ statt. Der Unterricht orientiert sich an der Struktur und den zeitlichen Vorgaben des Curriculums und ist fest im didaktischen Lehrplan verankert.

Phase 2 - Aktionstag

Aktion: Die Aktion wird von den zugehörigen Gruppen gemäß dem Einsatzplan am Aktionstag von 9.00 bis 14.30 beim betrieblichen Kooperationspartner durchgeführt. Die Verkaufsförderer bringen alle benötigten Materialien mit, tragen ihre Buttons und führen Gespräche zur Verkaufsförderung. Dabei verkaufen sie Flyer und kleine Geschenke. Wenn das Budget ausreicht...

Aufbauereinstellung

Vorbereitung in den Märkten

Verkaufsförderung

aktiv, dass jeder Teilnehmer durch seine Entscheidungen und Handlungen etwas verändern kann.

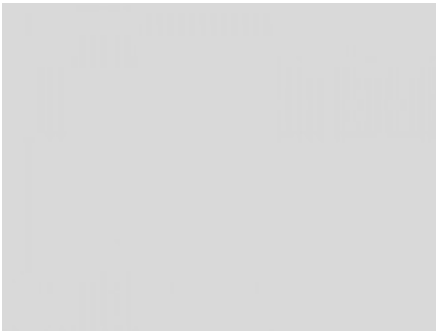
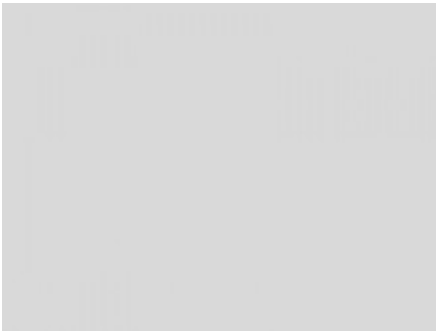
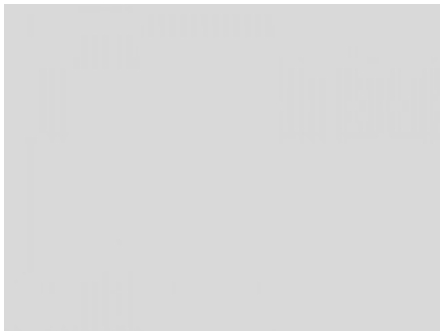
Außereinsätze der Multiplikatoren

BBS Kridenham

Realschule Lehrze

Messe „Fair goods“

Öffentliche Resonanz im Bereich Fair Trade



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
30. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

„All-inklusive- Event“,
idee+spielHannover--Kid-T-Store
Warenhandels GmbH,

Hannover

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

„All-inklusive- Event“

Institution

idee+spiel Hannover--Kid-T-Store Warenhandels GmbH

Ansprechpartner

Heinz Lehmann
Calenberger Esplanade 4 b, 30169 Hannover
0176-27172929
info@idee-spiel-hannover.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

HK Wettbewerb 2024
Der Gewinn des Wettbewerbes 2023 hat mich beflügelt
weiter über den Tellerrand des Einzelhändlers zu blicken

Welche Möglichkeiten hat der Einzelhandel, neben Spezialisierung / beste Beratung / Erlebniswelten /
Dienstleistungen / Events noch
Es wird immer schwieriger neue Wege zu finden

-----Was haben wir bereits gemacht----

An unserem alten Standort--Fußgängerzone-- wurden mit weiteren Einzelhändlern aus unserer Straße-- ein
Konzept entwickelt-- in dem wir unsere Straße als Schaufenster zur Verfügung stellten

Spielstraße: Mit der Stadt Hannover wurde eine Spielstraße mit Spielgeräten und Grünpflanzen eingerichtet

Fußball-WM –Die Straße wurde zu den jeweiligen Spielen die in Hannover ausgetragen wurden mit
Länderfahnen geschmückt. Des Weiteren die Straßenschilder -zu jedem Spiel- nach dem jeweiligen Trainern
umbenannt-Damit es auch für die Medien interessant wurde, haben wir mit ausländischen Konsulaten sowie
Geschäftsleute aus den jeweiligen Ländern Kontakt aufgenommen um möglichst viele ausländische Fans zur
Umbenennung zu bekommen

Menschenmassen waren in unsere Straße, tolle Umsätze - -- voller Medienerfolg

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Hannover 96—Zu jedem Heimspiel wurde die gesamte Straße mit Banner sowie 96 Fahnen geschmückt—Fansminken

Schützenvereine—Die Straße wurde mit Schützenfahnen geschmückt—
Sie wurde nach Schützen-König/in umbenannt und zur Umbenennung zogen Spielmannszüge durch die Innenstadt

-Der Volks-Schützenkönig wurde ausgeschoßen

Ist mittlerweile zur Tradition geworden und findet jährlich mitten in Hannover am Kröpcke statt

Faschingsvereine—Auch für diese Gruppe wurde die Straße aktiviert

Lampionumzug---Die Idee einen Laternenumzug in Hannover zu veranstalten ging ebenfalls von uns aus—In Verbindung mit einem verkaufsoffenem Sonntag wurde dieser veranstaltet

Mehrere tausend Teilnehmer zogen, hinter Reiter / Spielmannszug singend durch unsere Straße mit Ziel Marktkirche

-Ist mittlerweile ebenfalls zur Tradition geworden und findet mitten in Hannover am Kröpcke statt

Unser Umzug in ein Einkaufs + Bürocenter sowie Ausrichtung auf ein Spielwaren-Eventhaus

In einer normalen Lage sind solche Aktivitäten nur sehr schwer umsetzbar

Wie bekommen wir zusätzlich mehr Kunden-- auch nachhaltig-- in unser Spielwarengeschäft?

-----Neuste Aktivität-----

Mit vier weiteren Dienstleistern haben wir Kräfte gebündelt
und einen außergewöhnlichen-- All-inklusive Event-- entwickelt.

Bei diesem Event folgt ein Höhepunkt dem Anderen

Abholung der Gäste / Essen / Trinken / Spiel / Spaß /

Gesang sowie Heimfahrt ist "Alles" im Preis inbegriffen

Mit dieser neuen Angebotsform haben wir bereits erste Erfolge erzielt

Privatpersonen zur Silberhochzeit—Geburtsstagsveranstaltungen sowie Firmen buchten diese Veranstaltung in unserem Spielwarenladen

Ablauf des „All-inklusive- Events“

Abholung der Gäste durch BussaNova Classic Tours

-----mit dem wohl ersten Oldtimer Solar-Bus der Welt-----

(Setra S 9 Bj. 1964 Restauriert und elektrifiziert 2019-2023

--An Bord ist der Comedian Künstler „Hausmeister Heinrich Bloch“

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Das Ziel ist –Deutschlands erstes Spielwaren-Eventhaus –

Der –Inklusionspreisträger– der Stadt Hannover „essBAR-Catering“
präsentiert ein spielerisches Buffet
Butler Mortimer“ gibt eine Einweisung in die richtigen Umgangsformen
beim Dinner nach Knigge!!

An 4 Spielstationen wird um Punkte gekämpft

Nächster Highlight - Auftritt des Schlagerstars „Don-Pedro“

Die Rückfahrt mit 4 Stretch-Limousinen vom ----Limo König----
wird zu einem unvergesslichen Erlebnis

Link zur Homepage

<https://www.idee-spiel-hannover.de/event-%C3%BCbersicht/all-inklusive-event/>

Mit dieser Kooperation melden wir uns für den Wettbewerb 2024 an

BussaNova: www.bussanova.com

Catering: <https://essbar.catering>

Comedy www.comedy-hannover.de

idee+spiel www.idee-spiel-hannover.de

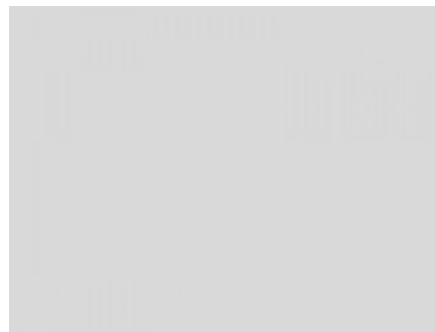
Limo-König www.limo-koenig.de

----Mit aktiven Händlern vor Ort werden die Citys wieder lebendig-----

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
14. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Bäume pflanzen für ein
grünes Hannover,
REWE Markt GmbH,

Hannover

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Bäume pflanzen für ein grünes Hannover

Institution

REWE Markt GmbH

Ansprechpartner

Matthias Brand

Fortunastr. 8, Lehrte

015155129255

matthias.brand@rewe-group.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

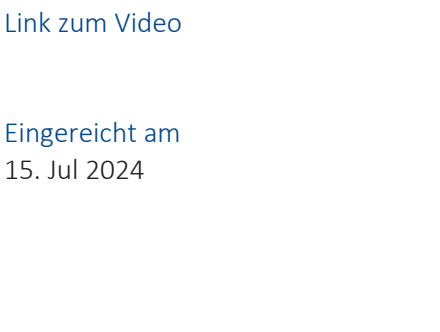
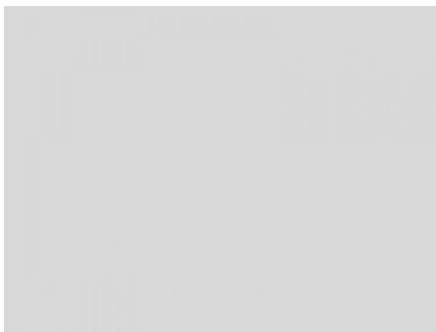
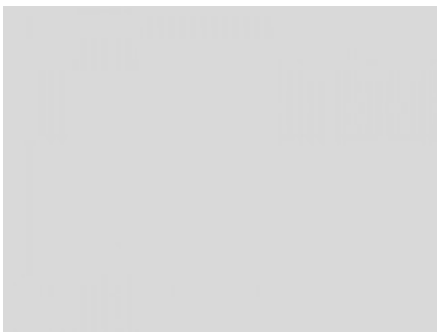
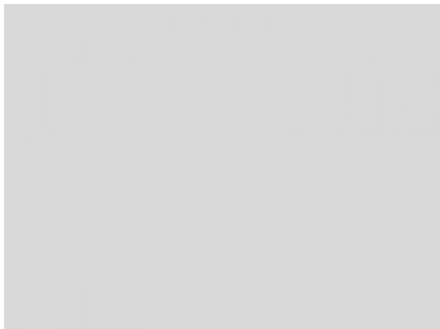
Guten Tag,

ab Oktober im Jahr 2023 haben wir mit der Stadt Hannover insgesamt 96 Obstbäume im Stadtgebiet auf drei Standorte verteilt gepflanzt. Die REWE ist im Jahr 2023 96 Jahre alt geworden und wollte diesen Anlass gebührend und nachhaltig in Hannover feiern. Neben dem Aspekt der Nachhaltigkeit freut es uns, dass die Bäume der Öffentlichkeit zugänglich sind und vor allem das Obst für die Menschen im „wahrsten Sinne des Wortes“ greifbar ist. Das bedeutet nämlich die gereiften Früchte können von den Menschen selber aufgesammelt bzw. gepflückt werden.

Wichtig war es uns etwas langfristiges und nachhaltiges zu schaffen wovon auch noch die folgenden Generationen profitieren werden.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
15. Jul 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Schuhcafé,
desenrasco GmbH,
Leer (Ostfriesland)
2024



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Schuhcafé

Institution

desenrasco GmbH

Ansprechpartner

Bianca Both
Neue Straße 5, 26789 Leer
0162 7151387
info@desenrasco.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Unser Schuhcafé ist ein Konzept unserer Marke desenrasco. Wir sind Leeraner Schuhmarke und spezialisiert auf handgemachte, hochwertige und nachhaltige Schuhe.

Der deutsche Einzelhandel beschäftigt sich aktuell mit vielen Herausforderungen. Wir drängen als Marke unsere Einzelhändler immer zu mehr Kreativität, Kundenzentrierung und Innovation und haben dies selbst in unserem eigenen Geschäft in unserer Heimat Leer umgesetzt.

Unser Schuhcafé ist eine echte Wohlfühloase für unsere Kunden und unser Team. Wir verbinden auf einzigartige Weise Einzelhandel und Gastronomie miteinander und erschaffen dabei ein unvergessliches Erlebnis. Der Kunde wird auf unserer Terrasse oder im Inneren empfangen mit leichter portugiesischer Musik, dem Duft von frisch gebackenen Tartes oder Pasteis de nata und dem wohligen Gemurmel der entspannten Kunden. Bei hausgebackenen Kuchen und hausgemachten Speisen entdeckt der Kunde quasi nebenbei unsere ganz besonderen Schuhe und Accessoires und kommt mit uns ins Gespräch. Dabei erzählen wir ganz entspannt das Storytelling unserer Schuhe und unserer Marke und der Kunde entscheidet, ob für ihn ein Werte-Match vorliegt. So kommt es sehr häufig vor, dass der Kunde zum Kaffee kommt und mit Schuhen geht. Das Besondere daran: Wir erschaffen ein echtes Erlebnis und eine Erinnerung.

Unser Sortiment ist dabei durch und durch nachhaltig. Unsere Schuhe sind alle handgefertigt und rahmengenäht und damit gemacht um unsere Kunden die nächsten Jahrzehnte zu begleiten. Hundertprozent reparierbar und wiederbesohlbar. Wir nutzen dabei ausschließlich pflanzlich gegerbtes und komplett naturbelassenes Leder und fertigen in Portugal in unserer kleinen Familienmanufaktur. Damit treiben wir Slow

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Fashion auf die Spitze und nutzen nicht nur nachhaltige Materialien und faire Fertigung, sondern legen besonders Wert auf echte Langlebigkeit. Der Gegenentwurf zum klassischen Schuhhandel, der auf Saisons und Wegwerfware getrimmt ist.

Passend dazu gestalten wir auch das komplette Produktsortiment des Cafés nachhaltig. Da wir unsere Schuhe in Portugal fertigen und das Land generell über alles lieben, ist unser Café komplett portugiesisch ausgerichtet. Wir nutzen biologische Lebensmittel und wo möglich regionale Lieferanten. Die besonderen, portugiesischen Rezepte und die entspannte Atmosphäre laden ein zu bewusstem und genussvollem Konsum. Dazu verzichten wir komplett auf Fertigprodukte und bereiten alles inhouse und frisch zu. Das Mobiliar aus Vollholzmöbeln und viel Grün rundet das Wohlfühlklima ab.

Unser Team ist dabei unser Herzstück. Wir leben in unserem gesamten Unternehmen das Motto Wertschöpfung durch Wertschätzung in Lieferanten-, Kunden- und vor allem Mitarbeiterbeziehungen aus. Jeder Mitarbeiter ist bei uns ein vollwertiges Teammitglied mit allen Rechten und Verantwortung und auch eine Schülerin, die bei uns minijobbt, wird voll ausgebildet und gefördert. Unsere Personalkostenquote ist bewusst höher angesetzt als branchenüblich, da wir der Meinung sind, dass zufriedene Mitarbeiter und ein erstklassiger Service uns heute von der digitalen Welt abheben und der Schlüssel zum Erfolg sind. Wir treiben unsere Mitarbeiter ganz bewusst nicht zu rasender Effizienz, sondern fördern Smalltalk und Beziehungsaufbau mit den Gästen. Das oberste Kriterium dabei ist Positivität und gute Laune! In unserer Welt existiert so viel Negativität und Frust, dass wir unseren Kunden und unserem Team bei uns eine Auszeit gönnen und einen Ort zum Durchatmen schaffen.

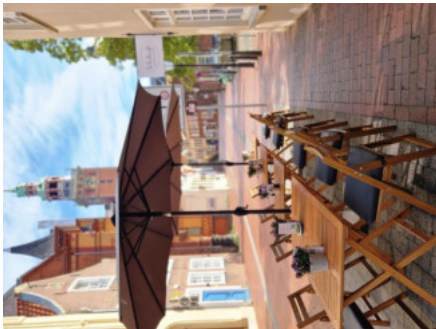
Regelmäßige Community-Events wie Portugiesische Abende oder Kulturveranstaltungen runden das Konzept zielgruppenspezifisch ab.

Der Erfolg gibt uns Recht. Unser Schuhcafé hat am 05.08.2023 seine Türen geöffnet und ist ab dem ersten Tag profitabel. Wir ziehen mittlerweile Kunden aus ganz Deutschland ein und unsere Bewertungen sprechen für sich.

Das Konzept eignet sich für alle, die besondere Produkte verkaufen möchten und Menschenkontakt lieben. Das A und O ist 100% Kundenzentrierung.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
14. Jul 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

DIE GELBE LEITER, Die Gelbe Leiter,

Lüneburg

2024



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



NMT
Niedersachsen Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

DIE GELBE LEITER

Institution

<https://diegelbeleiter.de>

Ansprechpartner

Lotta Höbermann - Vorschlagende/r
Böhmsholzer Weg 19, 21394 Heiligenthal
04135 2370 220
lotta.hoebermann@gmail.com

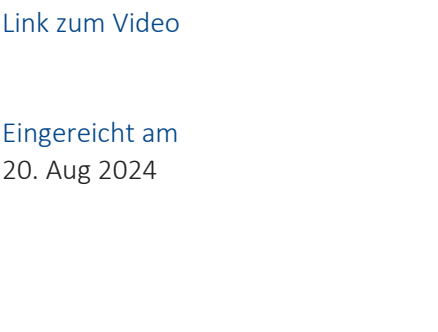
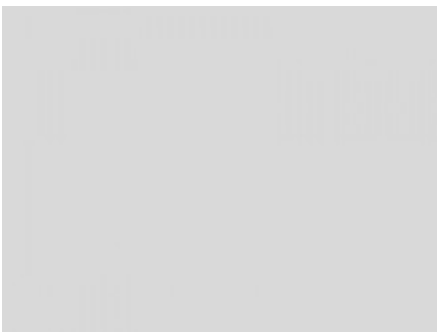
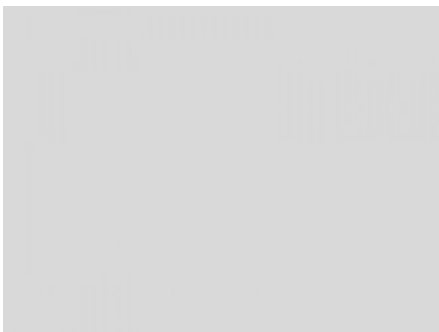
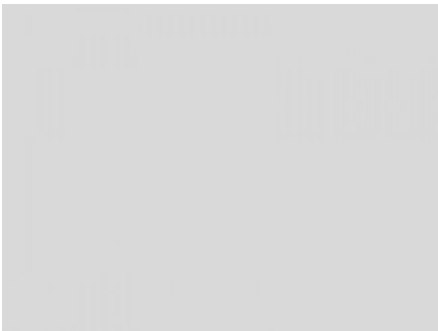
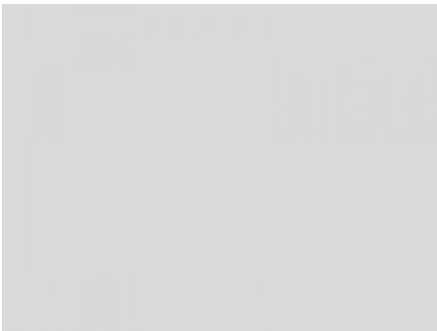
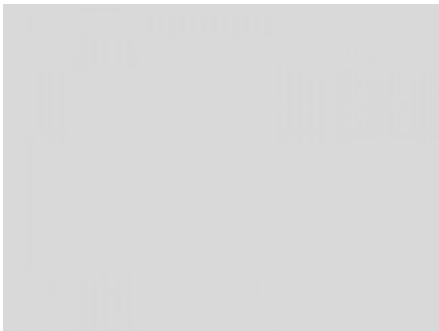
Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Hallo, ich heiße Lotta, bin grade 18 Jahre alt geworden und lebe in Lüneburg. Ich habe die letzten Jahre natürlich auch alles verfolgt was sich um die Corona-Pandemie, unsere Treff-, Aufenthalts- und Einkaufsmöglichkeiten und das Problem mit dem innerstädtischen Handel so tut und muss sagen, das dass einzige, was sich über alle (3+) Jahre NACHHALTIG immer wieder wunderschön zeigt die GELBE LEITER ist. Ohne Worte, großes DrumRum, Geld und Politik steht sie in unserer Stadt und zeigt uns und ganz vielen Besuchern, das dieser Laden aus und nach Lüneburg gehört. Und das finde ich schön, denn ich möchte in einer Stadt leben, lernen und studieren in der man gerne lebt, sich identifizieren kann und weiß wo man hingehört. Und ich finde es toll, das die Ladenbesitzer/innen ohne zu etwas „verpflichtet“ zu sein die GELBE LEITER jeden Tag wieder nach draussen stellen. Das zeigt mir, das die sich auch damit identifizieren ohne zu etwas zu „müssen“. Es scheint ihnen Spass zu machen. Und der kommt oft etwas zu kurz bei allen Überlegungen wie man eine Stadt interessant macht. Geld ist nicht alles. Manchmal reicht GelB ... <https://diegelbeleiter.de>

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
20. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Meller Riesenspass,
Werbegemeinschaft Melle
City e.V.,

Melle

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Meller Riesenspass

Institution

Werbegemeinschaft Melle City e.V.

Ansprechpartner

Schengber Nina
Mühlenstraße 9, 49324 Melle
015119111566
nina@vomkiosk.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wir, die Werbegemeinschaft Melle City e.V., freuen uns, unser Projekt den „Meller Riesenspaß“ vorzustellen. Unser Stadtfest basiert auf einer alten Sage aus dem Grönegau und verbindet die Förderung des Handels, die Nachhaltigkeit und das gemeinschaftliche Leben in unserer Innenstadt.

Die Sage der zwei Riesen, die sich über die Meller Berge hinweg besuchen, um gemeinsam Brot zu backen, ist tief in der Geschichte unserer Region verwurzelt. Diese Geschichte inspirierte uns 2018 erstmals zum Stadtfest „Meller Riesenspaß“. Laut der Sage läuft ein Riese eines Nachts über die Meller Berge, um seinen Freund zu besuchen, weil er glaubt, dieser backe das Brot allein. In Wirklichkeit hat sich der andere Riese jedoch nur am Ohr gekratzt. Als der erste Riese zurückkehrt, stellt er fest, dass er beim Laufen im Dunkel der Nacht alle Blumen im Grönegau zerstört hat. Um den Schaden wiedergutzumachen, bittet er die Kinder von Melle, Blumen zu pflanzen, damit es im Frühling wieder blüht.

Im Rahmen des Stadtfestes setzen wir uns für Nachhaltigkeit und Umweltbildung ein. Eines der zentralen Elemente sind sechs CO₂-neutrale Spielgeräte, die in der gesamten Innenstadt verteilt sind. Kinder erhalten beim Spielen an den Stationen Stempel in ihren Stadtplan. Haben sie drei Stempel gesammelt, erhalten sie eine Blume oder Samen, die sie in Beeten (Form der Fußspuren der Riesen) einpflanzen können. So fördern wir die Begrünung der Stadt und tragen aktiv zum Klimaschutz und zur Artenvielfalt bei. Die Unterstützung lokaler Produzenten von Saatgut und saisonalen und regionalen Blumen stärkt die lokale Wirtschaft und schafft Bewusstsein für nachhaltige Konsumgewohnheiten. Wir investieren in Umweltbildung und schaffen Treffpunkte, die das Gemeinschaftsgefühl stärken.

Auf einer Landwirtschaftsmeile präsentieren lokale Bauernhöfe ihre Produkte und informieren über

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



nachhaltige Anbaumethoden. Besucher können regionale Waren kennenlernen, was nicht nur den Handel in unserer Region unterstützt, sondern auch die CO2-Emissionen durch kurze Transportwege senkt. Ein Jägermobil vermittelt Wissen über die lokale Tierwelt und deren Schutz. So fördern wir die Artenvielfalt und schärfen das Bewusstsein für den Naturschutz. Ein regionaler Streetfood-Markt bietet nachhaltige Köstlichkeiten.

Das Stadtfest nutzt eine Vielzahl von Aktionen zur Umweltbildung. Neben einem spannenden Programm in der Bibliothek, gibt es ein kinderechtes Theater im Zirkuszelt, das die Einbindung aller Altersgruppen und Geschlechter und generationenübergreifendes Entertainment fördert. Die kostenlosen Spielgeräten und Angeboten ermöglichen Begegnungen über soziale Grenzen hinweg. Wir sind bemüht, Menschen mit Beeinträchtigung zu integrieren und sorgen für einen barrierearmen Zugang. Informationen und Flyer bieten wir in leichter Sprache an.

Der Riesenspass ist ein Leuchtturmprojekt, das die Besucher auf spielerische Weise für Nachhaltigkeit sensibilisiert. Es stärkt das Bewusstsein für umweltfreundliches Handeln und schafft Anreize, häufiger die Innenstadt zu besuchen. Das Projekt dient als Vorbild für andere Städte und zeigt, wie Stadtfeste Nachhaltigkeit zum Thema machen können. Die Sage schafft eine sehr individuelle Grundlage für die Anlassgebundenheit des verkaufsoffenen Sonntags. Das Fest wird jährlich zum Frühlingsanfang wiederholt und weiterentwickelt. Es ist ein Best-Practice-Beispiel, das leicht von anderen Städten übernommen werden kann.

Grafische Elemente in der Innenstadt, wie Riesenfüße aus Kreide oder Riesen an den Laternen, werden eingelagert und kommen jährlich wieder zum Einsatz. Der Druck von analogen Werbematerialien erfolgt klimaneutralisiert und wir setzen vermehrt auf digitale Marketingmaßnahmen.

Es handelt sich um ein Projekt in Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketingverein. Idee: vomkiosk GbR
Weitere Informationen und Eindrücke:

<https://vomkiosk.wixstudio.io/meller-riesenspass>

<https://www.melle-city.de/veranstaltungen/detail/meller-riesenspass-beim-fruehlingserwachen-2/>

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

https://www.instagram.com/reel/C4h2b2Silsf/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFlZA==

Eingereicht am
29. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Eine neue Art von Einzelhandel,
sherlock's,

Meppen

2024



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



NMT
Niedersachsen Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Eine neue Art von Einzelhandel

Institution

sherlock's, Inh. Eugene Schulte

Ansprechpartner

Eugene Schulte
Markt 5, 49716 Meppen
05931 8861393
info@sherlocks-shop.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Guten Tag,

mein Name ist Eugene, und ich bin der Inhaber von sherlock's, einem unabhängigen Konzeptladen im Herzen der Meppener Innenstadt.

Mit sherlock's versuchen wir, eine Brücke zwischen Konsum und Nachhaltigkeit zu bauen. Hier bieten wir Schuhe, Taschen, Mode, Accessoires und viele andere schöne Dinge an. Dabei ist uns neben einer ansprechenden Optik und einer hohen Qualität vor allem wichtig, woher die Ware kommt und wer sie wie hergestellt hat. Faire Arbeitsbedingungen und ein ökologisches Engagement sind für uns ein Muss, und auch wenn es nicht immer einfach ist nachzuvollziehen, ob die Produkte tatsächlich aus einer ordentlichen Herstellung kommen, tun wir unser Bestes, um das gemeinsam mit den Produzenten zu recherchieren. Und diese Infos geben wir gerne an unsere Kund*innen weiter.

Diese binden wir nicht mit dem klassischen Einzelhandelsmodell: wir machen aus unseren Kund*innen Gäste, und manchmal entstehen daraus auch Freundschaften. Bei uns ist alles sehr persönlich – das fängt schon bei unserem Namen an: sherlock's. Sherlock ist der Mädchenname meiner Mutter. Die Geschichte dahinter kann man auf unserer Homepage www.sherlocks-shop.de nachlesen. Wir veranstalten gemeinsam mit und für unsere Gäste erfolgreich Events in und vor unserem Laden, wie z.B. Lesungen und kleine Konzerte. Darüber hinaus organisieren wir jedes Jahr eine Gruppenreise, an der bis zu 50 Personen teilnehmen können.

Gemeinsam mit meinem Mann Michael, meiner Angestellten Barbara und unseren lieben Geschäftsnachbar*innen haben wir außerdem das "Rathauseck" erfunden. Der Teil der Innenstadt, in dem sich unser Laden befindet, fand früher wenig Beachtung, obwohl er wunderschön ist: direkt gegenüber unseres Geschäfts steht das historische Rathaus. Durch viele gemeinsame Veranstaltungen (z. B. Modenschauen und ein monatliches Frühshoppen) und eine permanente Vernetzung mit anderen Events in unserer Stadt haben

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



wir es geschafft, das "Rathauseck" zu etablieren. Heute wird es von Einheimischen und Touristen viel stärker frequentiert als früher. Man könnte sagen, dass wir einen Teil der Stadt wiederbelebt haben. Vor unserem Laden befinden sich zwei Tische mit Stühlen. Hier können unsere Gäste Kaffee, Wein oder alkoholfreien Gin Tonic genießen, den wir Ihnen ausschenken. Dabei genießen sie die Kulisse des Rathausecks. Unsere Kund*innen finden uns außerdem auch online. Wir haben uns einen schönen Onlineshop zusammengebaut. Der wird von lokalen Kunden genutzt, um vorab zu stöbern, was wir im Sortiment haben oder für Click & Collect. Wir haben aber auch viele Bestellungen aus ganz Deutschland und Europa. Sie sehen, dass wir abseits des klassischen Einzelhandels unterwegs sind und die Menschen in unserer Umgebung auf ganz unterschiedliche Art und Weise mit verschiedenen Produkten und Leistungen ansprechen. So versuchen wir, unseren Beitrag zu einer lebendigen und erlebnisreichen Innenstadt zu leisten.

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
12. Jun 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Nachhaltigkeit als Chance
für die Zukunft,
Wohncenter Nordenham GmbH,
Nordenham

2024



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2024



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



NMT
Nordenham Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Nachhaltigkeit als Chance für die Zukunft

Institution

Wohncenter Nordenham GmbH

Ansprechpartner

Hendrik Lenz

Atenser Allee 140, 26954 Nordenham

047316064

lenz@wohncenter-nordenham.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Was zu beweisen wäre: Ökonomie und Ökologie schließen sich nicht aus!

Und tatsächlich haben wir durch eine Vielzahl an umgesetzten Projekten im Bereich Nachhaltigkeit unsere Wettbewerbssituation erheblich verbessert.

Zu den umgesetzten Maßnahmen gehören:

- Neue Photovoltaikfassade (Eigenproduktion von Strom sowie Dämmung der Fassade durch eine zusätzliche, vorgesetzte Fassade), Absetzung durch eine Holzoptik, die aus recycelten Hölzern und Kunststoffen besteht. Dieses Material ist bei einem zukünftigen Rückbau zu 100% recycelbar
- Neuer Parkplatz mit viel Bepflanzungen, Bäumen, anliegender Wildblumenwiese (Förderung der Biodiversität), 20 E-Ladepunkten (für Mitarbeiter, Kunden und Fremdnutzer), 3 E-Bike-Ladepunkte
- Intelligentes Beleuchtungskonzept zur Vermeidung von Lichtverschmutzung
- Anschaffung von 13 weiteren E-Fahrzeugen als Firmenwagen für das Personal (auch zur privaten Nutzung)
- Anschaffung von Firmen-E-Fahrrädern (auch zur privaten Nutzung)
- Veränderte Arbeitszeitsysteme zur vereinfachten Schaffung von Fahrgemeinschaften
- Neue Schaufenster und Eingangstüren (bessere Dämmeigenschaften)
- Ergänzung der Bestandsheizung und des eigenen Blockheizkraftwerkes durch Infrarotheizungen (punktuelles, bedarfsgerechtes Heizen). In dieser Verbindung wurde die generelle Raumtemperatur um 2 Grad abgesenkt und der Verbrauch an fossilen Brennstoffen reduziert
- Umstellung der Beleuchtung auf LED-Beleuchtung
- Optimierung der Abfallwirtschaft durch Umstellung des Entsorgungsunternehmens und Umstellung des

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Mülltrennsystems

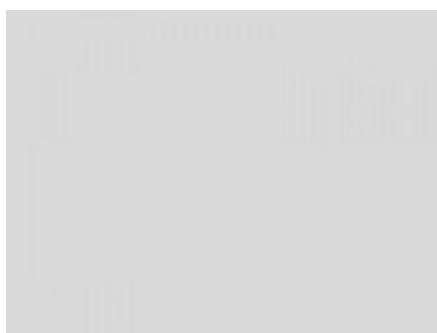
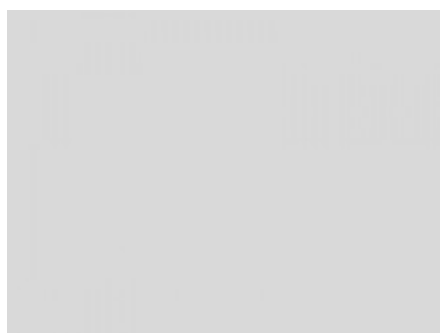
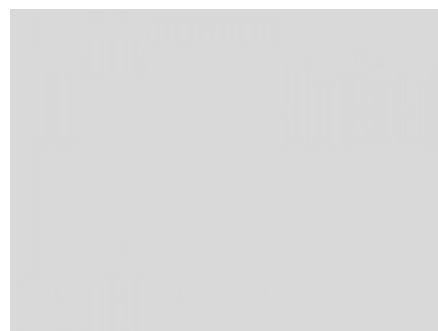
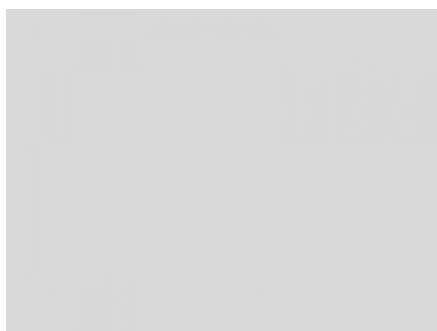
- Veränderung der Lieferanten und Sortimentsstruktur. Verstärkte Zusammenarbeit mit Herstellern, die Nachhaltig und mit Sitz in Deutschland produzieren. Nachhaltige Sortimente durch z.B. Nutzung von recycelten Materialien
- Starke Verringerung von Papierverbrauch durch Investitionen in Digitalisierung (z.B. neues Warenwirtschaftssystem und neues Logistiksystem) und Umstellung der Werbung von der Verteilung von Prospekten auf digitale Werbemedien
- Wir setzen weiterhin auf lokale Kooperationen und Veranstaltungen. Hier haben wir neben unserer Azubibörse, Kochevents und weiteren Messen auch eine Regionale Messe zum Thema Nachhaltigkeit organisiert und umgesetzt. Eingeladen waren alle regionalen Unternehmen, die einen Beitrag zu diesem Thema leisten können (z.B. Heizungsbauer, Landwirte (Präsentation einer Bratwurst aus Gras), Bauunternehmen, Energieberater und viele mehr).

Wir bekommen Zuwachs. Stallungen und Zäune sind bestellt und Rasen"mäh"er ausgesucht. 3 Quessantschafe lösen noch in diesem Jahr unseren herkömmlichen Rasenmäher, auf einer Teilfläche des Grundstücks, ab. Auch Hühner werden dann zur Truppe unserer Mitarbeiter dazustoßen und sich um die nachhaltige Pflege der Grünflächen kümmern.

Unsere bereits umgesetzten Maßnahmen decken so viele Bereiche ab (die Auflistung ist nur ein Teil der umgesetzten Maßnahmen), dass uns das Land Niedersachsen bereits als "Best-Practice-Beispiel" führt. Wir sehen den positiven Effekt auf regionaler wie auch auf überregionaler Ebene. So Haben wir bereits eine Tagung gehabt, bei der sich etwa 30 Möbelhausbetreiber aus ganz Deutschland und aus Luxemburg unser Projekt angesehen haben und sich informierten. Es gab bereits einen Austausch zu mehreren Anfragen. Die Umsetzung scheint viele potentielle Nachahmer zu interessieren. Wir freuen uns sehr darüber, dass wir in dieser Art als Vorreiter wahrgenommen werden und teilen unsere Erfahrungen gerne im aktiven Austausch.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

<https://youtu.be/TAwColaNdG4?feature=shared>

[Eingereicht am](#)

21. Jun 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

das ökolädchen - ökologisch
denken, nachhaltig handeln,
Bees & Nectaries GmbH -
das ökolädchen,

Osnabrück

2024



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

das ökolädchen - ökologisch denken, nachhaltig handeln

Institution

Bees & Nectaries GmbH - das ökolädchen

Ansprechpartner

Herzig Christina
Redlingerstraße 4, 49074 Osnabrück
+49 (0) 5 41 - 40 77 00 75
hallo@oekoelaedchen.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Das ökolädchen ist ein frauengeführtes Familienunternehmen, das seit 2016 in Osnabrücks Innenstadt nachhaltige Produkte mit klarer Funktion und originellem Design anbietet. Ob Spielzeug und Babykleidung, ausgefallene Geschenkartikel, Brotdosen und Trinkflaschen aus Edelstahl, Hygieneprodukte, Papeterie oder Dekorationsartikel – bei uns findet man alles, was das Leben schöner, praktischer und nachhaltiger macht. Das ökolädchen ist mehr als nur ein Laden. Es ist ein Ort der Begegnung und Inspiration, der sich im Austausch mit Kund*innen, Produktions- und Kooperationspartner*innen stetig weiterentwickelt. So haben wir Anfang dieses Jahres unser Angebot um Second-Hand-Kleidung für Kinder und Vintagemode für Erwachsene erweitert. Auch fand kürzlich ein erstes „Wohnzimmerkonzert“ in unseren Räumlichkeiten statt, die wir vermieten und für eigene Veranstaltungen wie Workshops, nutzen. Wer nicht in den Laden kommen kann, hat die Möglichkeit, unsere Produkte per nachhaltigem Versand über unseren Onlineshop zu erwerben.

Mit unserem vielfältigen Angebot zeigen wir, dass ein nachhaltiges Leben für alle Altersgruppen auch ohne großen Verzicht möglich ist. Wir möchten unsere Mitmenschen dazu bewegen, das eigene Kaufverhalten zu reflektieren und auf Alternativen zu herkömmlichen Produkten umzusteigen. Auf diese Weise werden wir unserem Anspruch, einen positiven Beitrag zu einem umweltfreundlichen Umgang mit unserer Erde zu leisten, gerecht. Wir möchten mit unserer nachhaltigen Betriebsführung als Leuchtturmprojekt für den Einzelhandel in Osnabrück und darüber hinaus fungieren.

Jedes Produkt, das wir anbieten, wird von uns auf die Verwendung natürlicher Rohstoffe, eine ressourcenschonende Herstellung und faire Arbeitsbedingungen hin überprüft. Wir setzen auf handwerkliche Qualität und langfristige, persönliche Kooperationen mit Manufakturen und Kleinstbetrieben in der Region, Europa und der Welt. So bieten wir Stoffbinden eines Osnabrücker Unternehmens, biologische Schokolade, die zwei Mal pro Jahr per Lastenrad aus Amsterdam geliefert wird und Mayakerzen aus dem Nebelwald in

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Guatemala an. Außerdem führen wir unter unserer Eigenmarke „dasökolädchen“ regional hergestellte Seifen, Hygieneartikel und Reinigungsequipment. Wir engagieren uns für soziale Projekte, indem wir Produkte aus Werkstätten für Menschen mit Behinderung verkaufen und die örtliche Flüchtlingshilfe Exil sowie die Non-Profitorganisation Viva con Agua mit Spenden unterstützen.

Wir legen großen Wert darauf, unsere internen Betriebsabläufe nach dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft zu gestalten. So verwenden wir für unseren Online-Versand Kartons und Verpackungsmaterial wieder und arbeiten wir mit einem eigenen Pfandsystem für unsere Kosmetiktiegel. Produkte, die umgetauscht werden, gehen wieder in den Verkauf. Wenn kleinere Mängel vorhanden sind, reparieren wir die Produkte, bieten diese reduziert an oder verschenken sie.

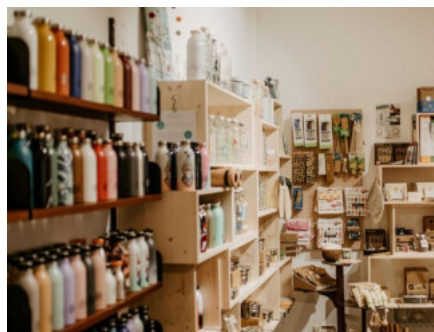
Im Umgang mit unseren Kund*innen ist uns ein persönlicher Umgang sehr wichtig. Wir bieten auf Wunsch umfassende Beratungen zu unseren Produkten an. Kund*innenwünsche hinsichtlich neuer Produkte nehmen wir ernst und integrieren sie gegebenenfalls in unser Sortiment. Der vertrauensvolle Umgang zahlt sich aus, denn es hat sich eine feste Stammkundschaft aufgebaut, die sich nicht nur auf Osnabrück begrenzt, sondern auch auf die weitere Umgebung erstreckt. Sie spiegelt uns immer wieder, dass das ökolädchen für sie einen unverzichtbaren Teil eines vielfältigen und bunten Osnabrücks darstellt.

Wie alle Einzelhändler*innen spüren auch wir die starken Auswirkungen der Pandemie und des Ukraine-Kriegs. Doch getragen von unserer Vision, unserer treuen Kundschaft und der Überzeugung, dass wir mit unserem Handeln eine gesellschaftliche Wirkung erzielen, haben wir nie aufgegeben. Wir haben neue Wege erprobt und umgesetzt. Auch nun entwickeln wir unser Konzept stetig weiter, damit wir weiterhin unsere Vision für eine bunte, vielfältige und nachhaltige Welt hinaustragen können.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.instagram.com/dasoekolaedchen/>

Eingereicht am

28. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Umweltprojekt Dachterrasse
und Bienenvölker,
Carl Schäffer GmbH & Co. KG,
Osnabrück
2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Umweltprojekt Dachterrasse und Bienenvölker

Institution

Carl Schäffer GmbH & Co. KG

Ansprechpartner

Tobias Schonebeck
Nikolaiort 6-9, 49074 Osnabrück
0541/3313151
schonebeck@schaeffer24.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Handelsverband

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Als großes Kaufhaus mitten im Herzen engagieren wir uns besonders leidenschaftlich für die Entwicklung einer lebenswerten Innenstadt. Aus den vielen Aktivitäten möchten wir unser Umweltprojekt „Dachbegrünung und Bienen“ vorstellen, da es ideal zu dem diesjährigen Wettbewerbsthema passt. Direkt an unsere Spielwarenabteilung im 3. OG schließt sich eine große Dachterrasse an, die auch von den Besuchern durch eine offene Verglasung wahrgenommen wird. Hier können wir ökologisch wichtige Themen umsetzen und eben gleichzeitig der Öffentlichkeit zeigen und gerade durch die Spielwarenabteilung v.a. Kinder und Familien einbinden.

Im Kern geht es um den bewussten Umgang mit Ressourcen und die Beheimatung eines großen Bienenvolkes mitten in der City. Bei unserer Umsetzung war das Ziel, ökonomische und ökologische Ansätze zu verbinden und dabei auch pädagogisch mit Kindern und Erwachsenen zu arbeiten.

Zunächst wurde eine ca. 400qm große Flachdachfläche begrünt und um eine PV-Anlage (41,25 kWp) ergänzt. Neben dem selbst produzierten Strom ergeben sich erhebliche Vorteile aus einer mit Sedumpflanzen ausgeführten Dachbegrünung. Neben Klimavorteilen, die sich in der Innenstadt besonders positiv auswirken, ergeben sich auch für die Raumluft des Gebäudes positive Effekte auf Luftqualität und Energieverbräuche, da die Begrünung im Winter gegen Kälte isoliert und v.a. im Vergleich zu herkömmlicher Dachbahn im Sommer erhebliche thermische Vorteile bei Sonneneinstrahlung hat und den Einsatz der Klimaanlage reduziert.

Hauptbestandteil des Projekts sind unsere eigenen Bienenstöcke direkt vor den Glasscheiben der Spielwarenabteilung, die geschützt beobachtet werden können. In der Zusammenarbeit mit einem Osnabrücker Imker werden diese Bienenvölker regelmäßig von ihm betreut und man kann ihn bei seiner Arbeit beobachten. Ergänzend bieten wir Veranstaltungen von einer „Imkersprechstunde“ bis hin zu einer gemeinsamen Honigernte. So haben wir in der Vergangenheit bereits Malwettbewerbe, einen Wettbewerb zur

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Namensfindung für die Bienenkönigin, die gemeinsame Gestaltung der Bienenstöcke durchgeführt, aber auch Veranstaltungen für Erwachsene wie z.B. eine Dichterlesung zum Thema Biene. Die Biene ist allgegenwärtig und führt Menschen jung und alt zusammen, weckt Interesse und Begeisterung für die Natur und das Bewusstsein für einen Ressourcen schonenden Blick auf die Welt. Durch die Anbindung an unsere Spielwarenabteilung werden schon Kinder positiv sensibilisiert und zu kleinen „Bienenbotschaftern“. Der selbst produzierte Honig wird in unserem eigenen Café verköstigt und auch zum Verkauf angeboten. In Zusammenarbeit mit der eigenen Carl Schäffer Stiftung werden aus dem Verkaufserlös erzielte Überschüsse über die Stiftung wieder satzungskonform regionalen Projekten mit dem Fokus auf Tier-/Artenschutz und Unterstützung von Kindern und Jugendlichen in schwierigen Lebenssituationen zugeführt. Das Projekt hat Vorbildcharakter und überregionale Strahlkraft und ist in ähnlicher Form reproduzierbar.

Zusammenfassend ergeben sich vielfältige ökologische, ökonomische und soziale Effekte:

- Innenstadtbegrünung und damit Reduzierung der Energieverbräuche bei Verbesserung der CO₂-Bilanz
- Stärkung der Artenvielfalt und des Lebensraumes von Bienen und Pflanzen
- Beitrag zur Hitzeresilienz gerade in der Innenstadt, Beschattung der Gebäudehaut des Kaufhauskomplexes bei gleichzeitiger Wasserspeicherung in der Sedum-Begrünung als nachhaltige ökologische Flächengestaltung
- Produktion/Verkauf des regionalen Honigs als natürliches Lebensmittel
- Nachhaltiges Bildungsangebot
- Generationenübergreifende Treffpunkt und zahlreiche kostenfreie Angebote, die gerade auch offen sind für benachteiligte Personen oder eben vor inklusivem Hintergrund z.B. als Mal- und Bastelworkshops stattfinden
- Zusammenarbeit mit der Carl Schäffer Stiftung und damit Stärkung von regionalen Aktivitäten im Bereich Tier-/Artenschutz und Jugendarbeit v.a. vor dem Hintergrund schwieriger Lebenssituationen

Förderprogramm(e)

Die Dachbegrünung und PV-Anlage wurden gefördert im Programm Neustart Niedersachsen.



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.instagram.com/p/CuoswSNqpmz/>

Eingereicht am

28. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Zwischenzeit-Concept Store
für Handgemachtes, Krea-
tives und Regionales,
Zwischenzeit,

Osnabrück

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Zwischenzeit-Concept Store für Handgemachtes, Kreatives und Regionales

Institution

Zwischenzeit

Ansprechpartner

Simone Brüggemann
Markt 9, 49074 Osnabrück
01777572175
hello@zwischenzeit-os.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Zwischenzeit-Concept Store für Handgemachtes, Kreatives und Regionales

Entstehung

Im September 2019 startete die Zwischenzeit als temporäres Projekt das sich schnell zu einem festen Bestandteil der Osnabrücker Handmade Szene entwickelte.
Seit Oktober 2021 ist der Laden fest integriert und bietet kreativen und vor allem regionalen Handmade Labels eine Plattform.

Konzept

Unser Konzept basiert auf den Prinzipien Handgemachtes, Bunt, Nachhaltiges und Gemeinschaftliches.

Die Zwischenzeit ist ein Gemeinschaftsprojekt mit flachen Hierarchien. Finanziert wird dieses durch eine geringe Miete, die je nach Fläche und Engagement variiert und einer Verkaufsprovision. Laufenden Kosten können so gedeckt und Rücklagen für zukünftige Investitionen/ Projekte angespart werden. Die Zwischenzeit organisiert und finanziert sich von Beginn an eigenständig.

Von ursprünglich 12 lokalen Produzent:innen, umfasst das Sortiment z.Zt. 31 lokale und 12 überregionale Labels.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Der Schwerpunkt unserer Produktpalette liegt auf nachhaltigen Eigenproduktionen.

Mission

Unser Ziel ist es, kleinen Handmade Labels Sichtbarkeit zu verschaffen, eine direkte Vermarktung und gezielte Aufmerksamkeit auf faire, nachhaltige sowie regionale Produkte zu lenken.

Produkte

Die Produktpalette umfasst eine Vielzahl an Up- und Recyclingprodukten, sowie nachhaltigen Produkten wie:

Taschen, Accessoires und Hundehalsbänder aus gefahrenen Surfsegel der 70er, 80er und 90er Jahre

Gürtel aus 60er/70er Jahre Vorhängen und Frotteehandtüchern

Kunst auf alten Karten, Tapeten und Stoff

Kladden aus alten Büchern, Comics und Schallplattenhüllen

Steh- und Hängelampen aus alten Globen

Vintage Möbel und Accessoires

Taschen aus Werbebannern

Gürtel und Portemonnaies aus ausgedientem Kletterseil

Sandalen aus recyceltem Kork und Kletterseil

Vasen und Kerzenständer aus recyceltem 3D-Druck Filament

vegane Naturkosmetik

Kerzen aus heimischen Wachsen

Apfelschaumwein

Fair Fashion mit lokalem Bezug

Interne Projekte

Seit April 2024 stellen wir an einem Samstag pro Monat Kreativen eine kostenfreie Fläche zur Eigenvermarktung zur Verfügung.

Soziale Projekte

Während der Corona-Pandemie entstand das Gemeinschaftsprojekt „Heimatvitamine“. Hier wurden und werden Taschen aus alten Werbebannern der lokalen Kulturszene angefertigt. 25% des Verkaufserlöses gehen an eine kulturelle oder soziale Einrichtung vor Ort.

Ab dem 31.08.2024 kann die vierte Kollektion „Theater Beach“ in der Zwischenzeit erworben werden. Die Spende kommt dem „Junges Theater Oskar“ zugute.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Seit Januar 2023 besteht die Möglichkeit einer freiwilligen Spende für Tüten und Geschenkverpackungen zugunsten des „Zonta Clubs westfälischer Friede“.

Gemeinschaftliches Handeln im Stadtgebiet

Eines unserer Leitmotive ist das gemeinschaftliche Handeln. Dieses hört nicht hinter unserer Ladentür auf. Kein Geschäft kann jeglichen Wunsch erfüllen, aber dabei behilflich sein, die gesuchten Produkte zu finden, respektive den richtigen Kontakt herzustellen.

Wir sind der festen Überzeugung, dass dieser Grundsatz immer pro Kundschaft orientiert ist und nachhaltig wirkt. Eine funktionierende Einzelhandelsgemeinschaft, die sich nach den Bedürfnissen der Kund:innen richtet ist sicherlich ein Weg zum Erhalt attraktiver Innenstädte

Aus diesem Grund haben wir die Lüneburger „gelbe Leiter“ in Osnabrück vorgestellt und waren maßgeblich an der Umsetzung und Etablierung beteiligt. Die Idee, einen Wegweiser für diese Leiter zu erstellen, ist bereits angeregt worden und so hoffen wir auf eine baldige Umsetzung.

Nachhaltigkeit im Tagesgeschäft

Die nachhaltigen Praktiken des Stores umfassen die Nutzung von Ökostrom und die Reduzierung unnötiger Umverpackungen. Auslieferungen im Stadtgebiet erfolgen per Lastenrad.

Auszeichnungen/ Gewinne

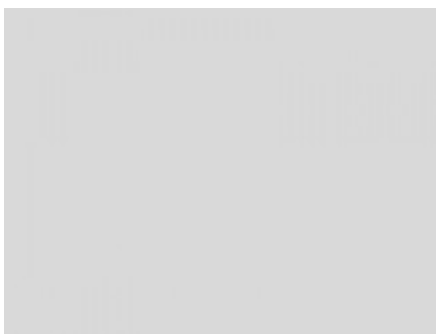
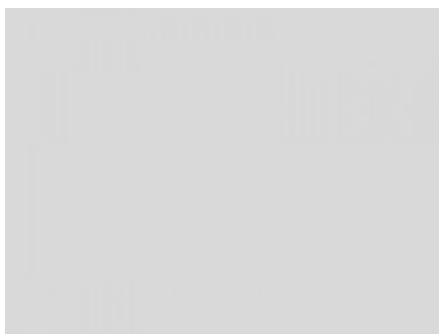
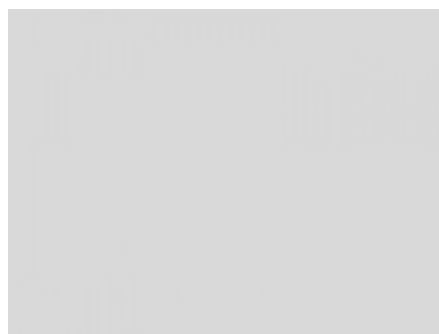
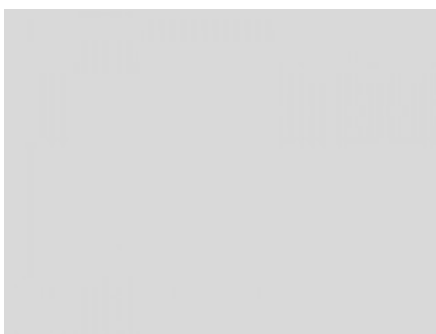
2021 Best Practise „Stadtimpulse“

2022 Gemeinsam aktiv- Handeln vor Ort

Durch die „Best Practise“ Auszeichnung ist unsere Expertise in diesem Bereich gefragt und wird unsererseits aktiv unterstützt.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://we.tl/t-FNPFWICZIR>

Eingereicht am
29. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Scoo Kombucha. Bio-Kombucha aus
Stade für Deutschland,
Scoo Brewery GmbH,

Stade

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Scoo Kombucha . Bio-Kombucha aus Stade für Deutschland

Institution

Scoo Brewery GmbH

Ansprechpartner

Mateo von Rudno Gomez
Harschenflether Weg 14, 21682 Stade
015906413118
mateo.rudno@thescoo.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

- o The Scoo Brewery ist eine kleine Brauerei aus Stade. Gegründet von uns, Mateo und Ziad, und inspiriert von unseren Reisen und gemeinsamen Werten.
- o Doch Scoo ist nicht nur ein Unternehmen, sondern auch ein Gefühl, ein besonderer Moment, ein kulturelles Erlebnis. Eine Lebenseinstellung.
- o Nach einem Aufenthalt in Kanada, bringen wir unsere erste Kombuchakultur mit zurück nach Deutschland. Wir sind uns darüber einig, dass gutes Kombucha auch in Stade gebraut werden kann. Mit viel Herz, Leidenschaft und Experimentierfreudigkeit schaffen wir die Kreation eines außergewöhnlichen Getränks. Scoo Kombucha.

Wir produzieren Bio-Kombucha. Kombucha ist ein fermentiertes Teegetränk. Ein aromatisches, prickelndes und ganz natürliches Readyto-Drink Produkt.

o Scoo wird mit der perfekten Mischung aus Assam- und Sencha-Tee zubereitet und durchläuft einen langsamen Fermentationsprozess, der bis zu zwei Wochen dauern kann und dem Kombucha eine ausgewogene Säure verleiht.

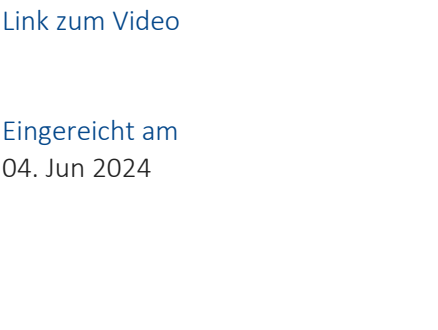
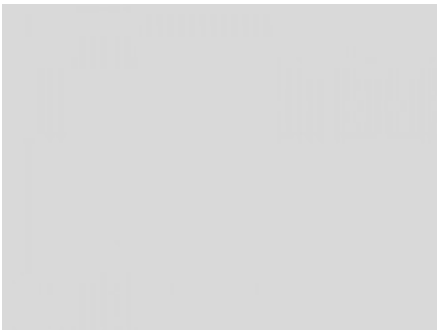
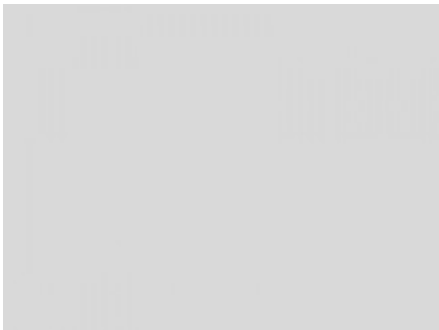
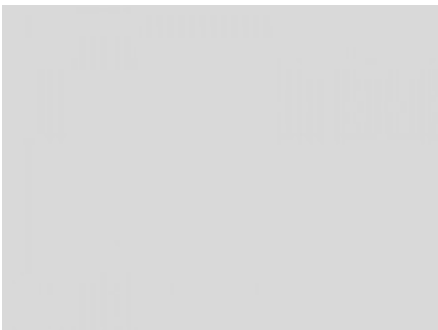
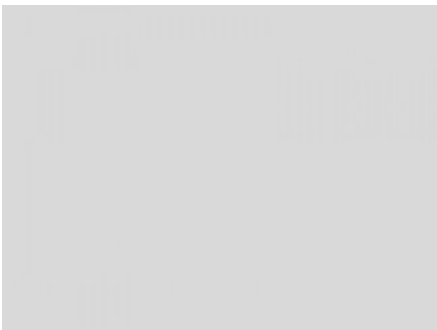
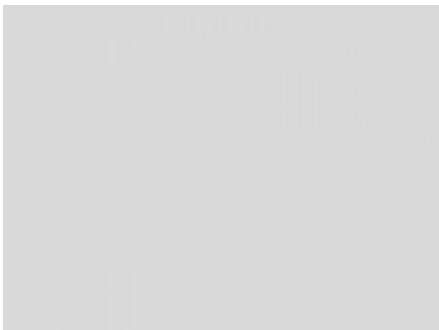
o In unserer kleinen Brauerei in Stade mischen wir den leicht sauren fermentierten Teegetränk mit einer Reihe von natürlichen Geschmäckern, die den aromatischen Körper des Kombuchas ergänzen und es in eine

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Erfrischung für jede Gelegenheit verwandeln.

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
04. Jun 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Kleinkunstbühne Stader
Wohnzimmer, Stade Aktuell -
Gemeinschaft der Gastronomen
und Kaufleute,

Stade

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Kleinkunsthöhne Stader Wohnzimmer

Institution

Stade Aktuell - Gemeinschaft der Gastronomen und Kaufleute

Ansprechpartner

Wilfried Stief

Alter Dubbenweg 36, Stade

015110695586

STIEF77@ICLOUD.COM

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Im Herzen von Stade ist ein neuer Treffpunkt für Kulturfreunde entstanden: Das Stader Wohnzimmer / Stader Sofa

Dabei handelt es sich um eine fahrbare Bühne, die durch ihr charmantes und nostalgisches Ambiente hervorsteht.

Im Mittelpunkt steht das markante rote Sofa, welches von einer stilvollen Stehlampe, einer liebevoll gestalteten Blümchentapete und einem gemütlichen Teppich ergänzt wird.

Doch was dieses „Wohnzimmer“ besonders auszeichnet:

Alle prägenden Elemente wurden gebraucht gekauft, auch die Unterkonstruktion der Bühne besteht aus gebrauchten Paletten.

Mit Kreativität und handwerklichem Geschick eines Zimmermanns ist eine eigene Bühne erschaffen worden, um nicht bei jeder Idee oder Veranstaltung zur Belebung der Stader Innenstadt eine externe Bühne mieten und an- und abtransportieren lassen zu müssen. So können geplante Aktionen nachhaltiger und kostengünstiger realisiert werden. Dies soll ein Beitrag zur Schonung von Ressourcen sein und ein Beweis dafür, dass eine große Wirkung nicht immer großer Mittel bedarf.

Beim ersten verkaufsoffenen Sonntag des Jahres im April 2024 wurde das Stade Sofa erstmals feierlich eingeweiht. Verschiedene Künstler führten mit Musik durch das Programm. Innerhalb kürzester Zeit entwickelte sich das Stade Sofa zu einem beliebten Fotomotiv, das sowohl Einheimische als auch Touristen anzieht. Es ist zu einem Symbol für kreative und nachhaltige Kulturarbeit in Stade geworden.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Immer wenn die Bühne gebraucht wird, holen die Helfer sie aus dem Lager und schieben sie von Hand zum Ort des Geschehens. Wegen der kleinen Räder und des Stader Kopfsteinpflasters eine anspruchsvolle Aktion. Das war in diesem Jahr mehrmals der Fall: bei Stadtfesten und den so genannten Open Stage-Events auf dem Roten Sofa.

Bei der Open Stage kommen Kleinkünstler, Poetry-Slammer oder ganz spontan Menschen von der Straße ins Wohnzimmer und tragen etwas vor. Ein/e Moderator/in leitet durch den Abend und sorgt dafür, dass das Programm wie gewünscht unterhaltsam über die Bühne geht. Manchmal wird es auch ernster: So kam eine Frau auf die Bühne, die ihre tiergestützte Therapie erläuterte und dazu ein sehr emotionales Lied sang. Eine wichtige Info: Hinter den Kulissen wird jeder Vortragende darauf hingewiesen, dass politische, diskriminierende, rassistische o. ä. Texte verboten sind.

Wir vom Aktuellen Stade sind der Meinung, dass wir mit einfachen Mitteln ein Projekt auf die Beine gestellt haben, das die Menschen zusammenbringt und ihnen ein Gemeinschaftserlebnis vermittelt. Die Stader Kulturszene wurde um einen Spot bereichert.

Die besonderen Merkmale im Sinne des Wettbewerbs in Kürze:

Jede/r darf auf die Bühne gehen, das sorgt für ein buntes und vielfältiges Angebot.

Das Kulturangebot sorgt für ein friedliches, soziales Miteinander.

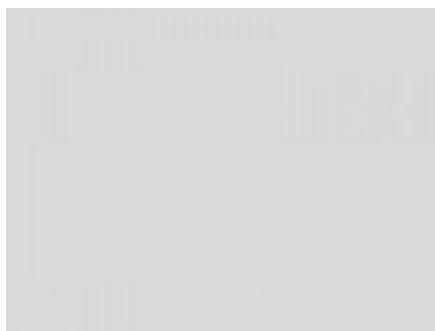
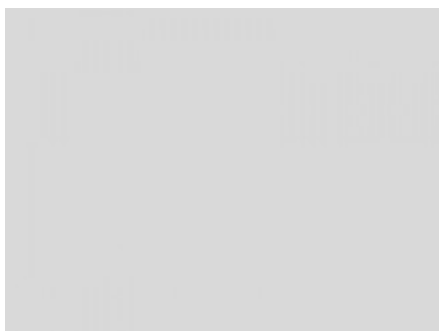
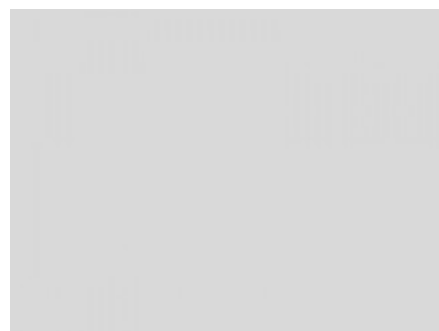
Beim Bau der Bühne wurden weitgehend gebrauchte Dinge verwendet, das ist ressourcenschonend.

Beim Einsatz der Bühne ist viel Muskelkraft angesagt, was umweltschonend ist.

Die Bühne kann recht einfach so oder so ähnlich nachgebaut werden.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
29. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Einzelhandel der Zukunft,
Studio 1 Schlafwerkstatt GmbH,

Vechta

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Einzelhandel der Zukunft

Institution

Studio 1 Schlafwerkstatt GmbH

Ansprechpartner

Simon Meyer

Falkenweg 8a, 49377 Vechta

044415062

info@studio1-vechta.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Einzelhandel der Zukunft:

Im verlaufe des vergangenen Jahres haben wir unseren seit 1976 bestehenden Familienbetrieb neu ausgerichtet. In dem 500 qm großen Einzelhandelsgeschäft in Vechta dreht sich alles um die Themen Schlafen und Wohnen.

Durch unser Kernthema der Inneneinrichtung möchten wir Menschen nicht nur für ästhetische Gestaltung begeistern, sondern sie auch für Themen wie Gesundheitsbewusstsein, Umweltschutz sowie ihre eigene Inspiration und Kreativität sensibilisieren.

Bei uns geht es nicht nur um den Verkauf von Produkten, sondern vielmehr darum, Konzepte zu vermitteln und einen Raum zu schaffen, in dem Menschen ihrer eigenen Kreativität näher kommen. Wir sind überzeugt, dass Kreativität eine wesentliche Grundlage für den Aufbau einer nachhaltigen Gesellschaft bildet.

Unser Konzept ruht auf drei zentralen Säulen: Raumgestaltung, Schlafsysteme und unserem kreativen Ergänzungsbereich Upcycling und Kunst. Jeden Bereich entwickeln wir kontinuierlich weiter.

1. Nachhaltige Raumgestaltung:

Wir sind überzeugt, dass ein Zuhause, in dem man sich wirklich wohlfühlt, einen positiven Einfluss auf die psychische Gesundheit hat – ein Thema, das in unserer Gesellschaft immer wichtiger wird. Mit Leidenschaft und Kreativität unterstützen wir unsere Kunden bei der Gestaltung ihrer Wohnräume und legen dabei großen Wert auf umfassende gestalterische Beratung.

Aktuell erweitern wir unser Sortiment an natürlichen Materialien, darunter umweltfreundliche Fußböden wie der Parkettboden von Admonter, Tretford-Teppiche aus Ziegenhaar, die Kreidefarben von Painting the Past

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



sowie schadstofffreie Tapeten. Dank unserer Farbmischmaschine können wir Farben auch in kleinen Mengen passgenau anmischen. In Planung sind Lehmputze und Lehmfarben. Unsere ressourcenschonende Raumgestaltung zeigt sich dadurch, dass wir unsere Kunden dazu motivieren, mit wenigen Mitteln große Veränderungen in ihren Wohnräumen zu erreichen.

2. Innovation Schlafsysteme:

Der Verkauf von Schlafsystemen ist derzeit unser Hauptgeschäft. Uns liegt es am Herzen passgenaue Lösungen zu finden, die einen positiven Einfluss auf die Gesundheit unserer Kunden haben und dabei so ressourcenschonend wie möglich sind.

Unter unserer eigenen Marke Sleeply bieten wir eine Matratze, die individuell anpassbar ist. Sie besteht aus einem Kern- und Topper- Element in verschiedenen Härtegraden und Materialien, die mit wählbaren Bezügen kombiniert werden. Dieses modulare System mit seinen vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten ermöglicht bei Abnutzung oder veränderten Bedürfnissen den Austausch einzelner Elemente und senkt das Risiko eines Fehlkaufs, da während der Testphase einzelne Komponenten kundenindividuell anpassbar sind.

Außerdem bieten wir für bestehende Boxspringbetten den Austausch des Boxspringkerns, ein Angebot, welches auf dem Markt bisher einzigartig ist.

Als vollständig nachhaltige Option führen wir die Naturlatexmatratzen von Prolana. Diese sind vollständig biologisch abbaubar und fair produziert. Mit Naturlatex ist es möglich ein besonders gesundes und hygienisches Schlafumfeld zu schaffen.

3. Design durch Upcycling und Kunst

Unsere Upcycling-Werkstatt ist ein Herzstück unseres Ladens. Hier verleihen wir alten Möbeln neues Leben – entweder als Auftragsarbeit oder gemeinsam mit unseren Kunden. Wir verwenden dafür ausschließlich nachhaltige Kreidefarben und schaffen einzigartige Möbelstücke, die Geschichten erzählen.

Ein wichtiger Teil unseres Engagements ist außerdem die Zusammenarbeit mit lokalen Künstlern und Kunsthandwerkern, denen wir in unserem Geschäft Ausstellungsfläche bieten. Diese Kooperationen bereichern nicht nur unser Angebot und unsere Designs, sondern stärken auch die lokale Kultur- und Handwerksszene.

Das ist erst der Anfang unserer Reise, in unseren Köpfen stecken noch viele Ideen. Wir hoffen, dass unsere Geschichte dazu inspiriert, sich mit uns auf den Weg in eine nachhaltigere Zukunft zu machen.

Für mehr Informationen: studio1-vechta.de

Förderprogramm(e)

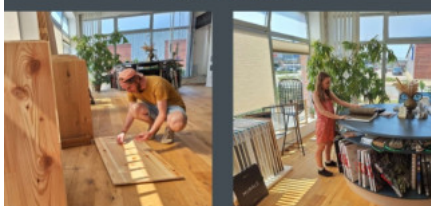
Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



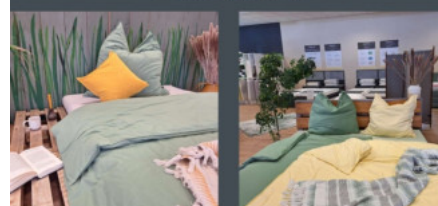
Das sind wir



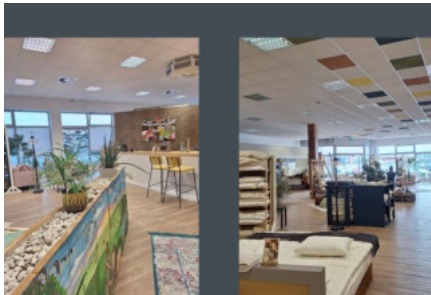
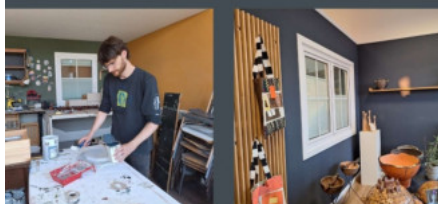
Raumgestaltung



Schlafsysteme



Upcycling und Kunst



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
29. Aug 2024

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Upcycling-Projekt der
Stadtmarketinggesellschaft
Vechta in Zusammenarbeit mit
der JVA für Frauen,
Moin Vechta e.V.,

Vechta

2024



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Upcycling-Projekt der Stadtmarketinggesellschaft Vechta in Zusammenarbeit mit der JVA für Frauen

Institution

Moin Vechta e.V.

Ansprechpartner

Maleen Kordes
Große Straße 42, 49377 Vechta
044418859744
mk@moinvechta.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Die Stadtmarketinggesellschaft Moin Vechta setzt sich aktiv für die Stärkung und Belebung unserer Innenstadt ein und legt dabei großen Wert auf Nachhaltigkeit. Im Rahmen dieser Bemühungen organisieren wir das ganze Jahr über verschiedene Veranstaltungen, die durch bedruckte PVC-Planen an den Ortseingängen und stark frequentierten Plätzen beworben werden. Diese Planen informieren die Bürgerinnen und Bürger über die vielfältigen Aktionsmöglichkeiten in unserer Stadt.

Leider werden diese PVC-Banner nach den Veranstaltungen durch die aufgedruckten Daten unbrauchbar. Um diesem Umstand entgegenzuwirken und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten, haben wir ein innovatives Upcycling-Projekt in Kooperation mit der Justizvollzugsanstalt für Frauen in Vechta ins Leben gerufen.

In der Näherei der JVA für Frauen erhalten inhaftierte Frauen die Möglichkeit, den Umgang mit Nähmaschinen, Stoffen und anderen Materialien zu erlernen. Dieses Projekt bietet ihnen wertvolle Erfahrungen und Kenntnisse, die ihnen sowohl während ihrer Inhaftierung als auch nach ihrer Entlassung nützlich sein können. Die Frauen schneiden die PVC-Planen in verschiedene Größen und fertigen daraus farbenfrohe Taschen. Das Sortiment reicht von großen Shoppers und Umhängetaschen bis hin zu kleinen Kosmetik- oder Stiftetaschen. Alle Taschen sind mit Reißverschlüssen und Tragegurten aus farbigem Gurtband versehen und jede einzelne ist ein handgefertigtes Unikat.

Durch die Wiederverwendung des robusten PVC-Materials sind die Taschen nicht nur langlebig, sondern auch regenfest, was sie besonders praktisch für den Alltag macht. Jede Tasche erzählt eine Geschichte von Nachhaltigkeit und sozialem Engagement und trägt zur Reduzierung von Abfall bei. Im Rahmen des Projektes war es ebenfalls von besonderer Bedeutung, dass die angestrebte Nachhaltigkeit nicht durch lange Transportwege geschmälert wird. Dass die Verarbeitung der Banner direkt hier vor Ort stattfindet ist eine tolle

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Bereicherung.

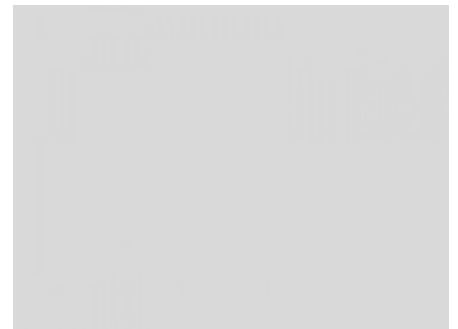
Dieses Projekt fördert nicht nur die ökologische Nachhaltigkeit durch das Upcycling von PVC-Planen, sondern hat auch eine starke soziale Komponente. Die Frauen in der JVA erhalten eine sinnvolle Beschäftigung und die Chance, ihre handwerklichen Fähigkeiten zu verbessern. Dies stärkt ihr Selbstbewusstsein und bietet ihnen Perspektiven für die Zeit nach der Haft.

Die hergestellten Taschen werden im lokalen Einzelhandel verkauft, was die lokale Wirtschaft unterstützt und die Verbundenheit der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt stärkt. Die grafische Gestaltung der verschiedenen Banner greift außerdem bekannte Vechtaer Motive, wie bspw. Pferd und Reiter oder das traditionelle Kinderkarussell zum jährlichen Thomasmarkt auf. Durch die gefertigten Taschen finden diese Motive auch ihren Platz im Alltag der Besitzer sowie einen festen Schauplatz entlang Vechtas Straßen. Die 'Zugänglichkeit zur kulturelle Identität Vechtas wird damit noch einmal gestärkt.

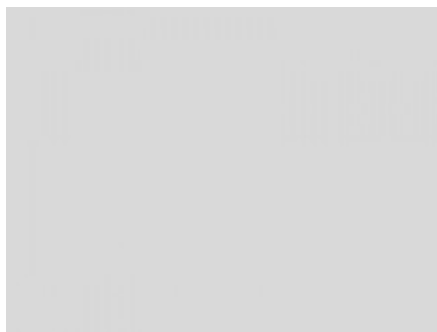
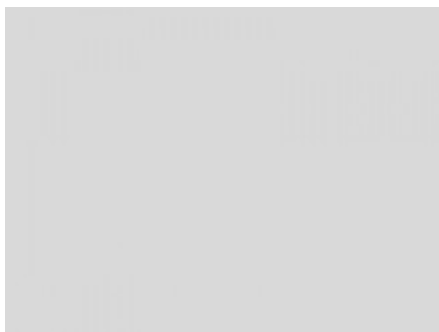
Dieses Projekt soll als Beispiel dafür gesehen werden, wie Nachhaltigkeit auf verschiedenen Ebenen wirken kann. Es verbindet ökologische Verantwortung mit sozialem Engagement und fördert gleichzeitig die lokale Wirtschaft.

Die Taschen stoßen auf sehr positive Resonanz in der Bevölkerung, einige Banner-Motive sind bereits ausverkauft. Das Projekt soll mit weiteren Bannern, die über das Veranstaltungsjahr gesammelt werden, weitergeführt werden.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
13. Jun 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Vissel on Top – Mitmachen erwünscht,
Gewerbeverein Visselhövede e. V.,

Visselhövede

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

"Vissel on Top – Mitmachen erwünscht"

Institution

Gewerbeverein Visselhövede e. V.

Ansprechpartner

Sascha Michaelis

Im Gewerbepark 17, 27374 Visselhövede

0170 2430657

info@gewerbeverein-visselhoevede.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Idee und Zielsetzung:

„Vissel on Top“ wurde im Herbst 2023 als gemeinsame Aktion von Gewerbeverein, Bürgerstiftung und Stadt Visselhövede ins Leben gerufen, um Projekte zu realisieren, die das Leben in Visselhövede nachhaltig, bunt und attraktiver machen, die aber bisher allein aus dem städtischen Haushalt oder von Vereinen und Institutionen im Stadtgebiet nicht umgesetzt und finanziert werden konnten. Ziel des Projekts ist es, innovative und praktikable Ideen zu erhalten und weiterzuentwickeln, die das Leben nachhaltiger gestalten und gleichzeitig sowohl ökologischen als auch ökonomischen Anforderungen gerecht werden.

Umsetzbarkeit:

Das Mitmachen ist einfach. Bürgerinnen und Bürger können ihre Ideen einbringen. Mit ein paar Klicks ist die Website des Gewerbevereins zu erreichen. Hier können die Wünsche formuliert und aufgegeben werden. Regelmäßig trifft sich ein Gremium aus Verwaltung, Bürgerstiftung und Gewerbeverein, um die Wünsche zu sichten und um bereits im Vorfeld zu klären, was sich wie, wo, wann und durch wen realisieren lässt. Als Basis steht ein höherer fünfstelliger Betrag zur Verfügung, der durch Gewerbetreibende und Bürger weiter aufgefüllt werden soll. Bis Mitte Juli waren bereits 60 interessante Vorschläge eingegangen, von denen bereits einige umgesetzt wurden. Viele davon haben den Freizeitwert der Stadt deutlich erhöht. Ausdrücklich erwünscht ist, dass Ideengeber die Patenschaft für ihre Ideen übernehmen.

Nachhaltigkeit:

Durch die Einbindung aller Bürger identifizieren diese sich verstärkt mit ihrem Heimatort. Der Ort Visselhövede soll aber auch für Neubürger interessanter werden, damit u. a. die Einpendlerquote reduziert wird. Bei sämtlichen Projekten wird darüber nachgedacht, wie diese ressourcenschonend umgesetzt werden können. So

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



wurde für die Errichtung von Umkleidekabinen, Toiletten und teilweise Sitzmöglichkeiten am örtlichen Badensee sowie bei Projekten in den umliegenden Dörfern ausschließlich Sturmholz verarbeitet. Dies gilt außerdem für die Errichtung von Unterstellhäuschen an Wanderwegen etc.

In Folge der Glasfaser-Anbindung ist der digitale Wandel Impulsgeber für Innovationen, die die Attraktivität des ländlichen (Frei-) Raumes stärken, wie z. B. die Vermittlung von Coworking-Space. Eine weitere Idee ist die Schaffung einer lokalen Anlaufstelle für Menschen, die Unterstützung im Umgang mit digitalen Medien und Geräten suchen.

„Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort 2024“:

Ein zentrales Thema bei den Wunscheingaben für „Vissel on Top“ sind optische Gesichtspunkte. Dazu gehören u. a. die Leerstände in der Visselhöveder Innenstadt. Auch hier geht es um Bündelung der Kräfte in einer gemeinsamen Initiative, um kreative Ideen zu entwickeln und den Handel neu zu beleben. Pop-Up-Stores, Ausstellungen der ortsansässigen Künstler und Kunstvereine, „Schlaufenster“ und ein zentrales Leerstandsmanagement, die Ideen zeigen mit welchem Engagement Visselhöveder Bürger, Unternehmen, der Gewerbeverein und die Stadt die Herausforderung annehmen, ihr Stadtbild für sich und ihre Besucher zu beleben und attraktiver zu machen.

„Vissel on Top“, ein erstes Fazit:

Bereits kurz nach Bekanntwerden der Idee, mithilfe der Einbindung der Bürger auf kurzem Wege einfache Dinge ohne viele bürokratische Hürden im Ort umzusetzen, gab es viele positive Rückmeldungen. Die Synergieeffekte für alle Beteiligten wachsen. Gemeinschaftsgefühl und Verantwortungsgefühl wird gefördert. Das Gemeinwesen in der Kommune profitiert, da Vieles sichtbar wird und kleine Verbesserungen im Alltagsleben an unterschiedlichen Stellen realisiert werden. Die Motivation aller Beteiligten, sich für ihren Ort einzusetzen und darauf aufmerksam zu machen, zeigt der erst kürzlich von Visselhöveder Bürgern in Eigenregie erstellte Filmbeitrag (siehe Link), eine entsprechend mediale Verbreitung ist in Vorbereitung. Wir würden uns freuen, wenn Sie unser Engagement finanziell unterstützen. Die Vielfalt der Projekte kann der beigefügten Dokumentation entnommen werden.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video
<https://gewerbeverein-visselhoevede.de/vissel-on-top/>

Eingereicht am
20. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Einfach.Mehr.Gemeinsam,
Beelocal Wildeshausen e.V.,

Wildeshausen

2024

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Einfach.Mehr.Gemeinsam

Institution

Beelocal Wildeshausen e.V.

Ansprechpartner

Marit Hoffmann

Postfach 1323, 27793 Wildeshausen

01734426354

info@beelocal-wildeshausen.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wir sind dabei den Beelocal-Gedanken zu erweitern. Betraf er in 2017 nur einen Gutschein in Papierform mit der Erweiterung zur digitalen Mitarbeiterkarte, so wird die Idee Beelocal, die Stärkung des Handels und der Gewerbetreibenden in Wildeshausen und umzu, nun weiter ausgeführt und entwickelt. Dabei geht es nicht nur um die Ver- und Ausbreitung des Stadt-Gutscheins, sondern auch um die Kommunikation zwischen den Kunden bzw. Bürgern mit dem Handel und den Gewerbetreibenden durch Informationen über Geschehnisse des Handels und der Gewerbetreibenden, Hinweisen auf Aktionen in der Stadt, im Handel, und das Ganze unterstützend mit sehr vielen, schönen und wirkungsvollen Aktionen, damit die Stadt, das Einkaufserlebnis durch den Handel gestärkt und weiter ausgebaut wird!

Die Bedeutung des lokalen Handels und aller Gewerbetreibenden, egal ob Gastronomie, Handwerk, Industrie oder Dienstleistung, als wichtigen kulturellen, wirtschaftlichen und sozialen Faktor möchten wir mit der neuen ausgeweiteten Initiative in die Köpfe der Menschen bringen. Auch die Stadt profitiert durch eine Belebung der Innenstadt, Steigerung der Attraktivität und Erhöhung der Besucherfrequenz. Deshalb befürwortet die Politik sowie die Wirtschaftsförderung des Landkreises Oldenburg das Projekt. Gleichzeitig möchten wir uns als starke, vielfältige, bunte Gemeinschaft präsentieren, die gemeinnützige, nachhaltige Aktionen realisiert. Hierfür hat sich der Verein Beelocal Wildeshausen e.V. aus dem Handels- und Gewerbeverein e.V. Wildeshausen neu gegründet.

Wir möchten, dass die Marke Beelocal, die schon seit 2016 als Gutschein etabliert und in vielen Geschäften eingelöst werden kann, in aller Munde ist! Nach dem Motto Einfach. Mehr.Gemeinsam. wollen wir zudem weitere Unternehmen überzeugen, den Gutschein einzulösen. Ein neues Aktionslogo allein hilft nicht weiter. Wir wollen eine Geschichte entwickeln - eine echte Markenstory - die wir zu unterschiedlichen Anlässen immer wieder und an ganz unterschiedlichen Orten erlebbar machen! Denn Wildeshausen liebt lokal. Hierfür planen

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



wir weitreichende Kampagnen, analog und digital, die u.a. folgende Punkte umfassen:

Neugestaltung der Markenbasis

- mehr Lokalkolorit und eine stärkere Bindung zu Wildeshausen und umzu, klarere und deutlichere Markenbotschaft

- Die Idee muss bekannter und sichtbarer gemacht werden

Neugestaltung Webseite

- Grafische, inhaltliche und technische Anpassung, Einbindung des digitalen Gutscheins

Contententwicklung

- Produktion von Videosequenzen und Fotoaufnahmen zur späteren Verwendung für ein Gesamtvideo und der Produktion von Einzelposts für Social Media

Social-Media Begleitung

- Entwicklung eines Redaktionsplanes
- Content-Entwicklung und Community-Management, Produktion von Videosequenzen plus Fotoaufnahmen einzelner Händler und Gewerbetreibenden

Produktion von

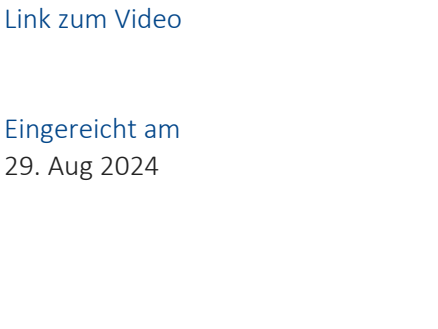
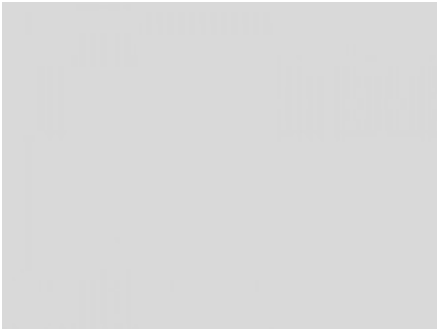
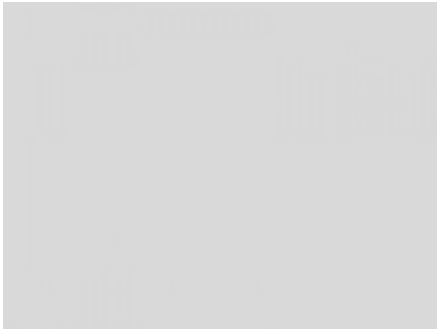
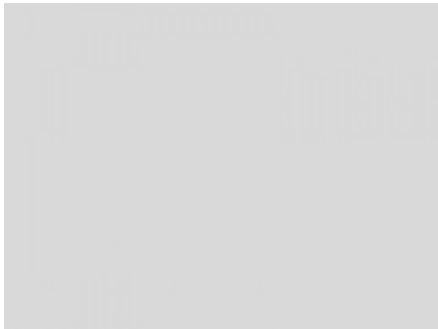
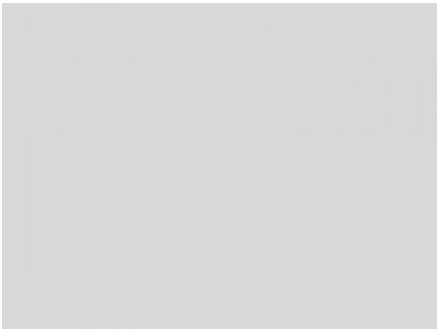
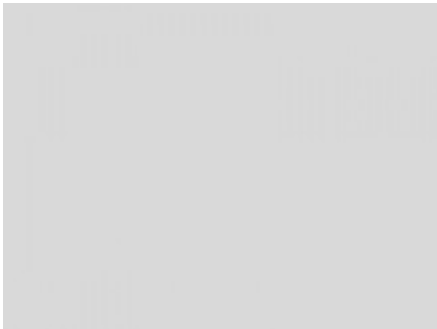
- 2 XXL- Bannern, 2 Motive
- 8 City-lights Plakate
- 2500 Baumwolltaschen
- Adhäsionsfolien-Plakate, 4 Motive je 50 Stück
- 5.000 Flyer
- 1.000 Bierdeckel
- 50 Kassen-Tresenaufsteller etc.

Ein Kampagnenauftritt, der Beelocal-Day, findet am 21.9.24 auf dem Marktplatz in Wildeshausen für Bürger und weitere interessierte Unternehmen statt. Hier wollen wir die Initiative der Wildeshauser Unternehmen, die Köpfe dahinter und die Vorteile des lokalen Handels und unser erstes gemeinnütziges Projekt im Bereich Naturschutz (z.B. Aufstellen von Insektenhotels), Kultur (z.B. Kultur zieht in die Geschäfte), Bildung (z.B. Vermittlung von Ausbildungs-/Arbeitsplätzen) oder anderer karitativer Zwecke (z.B. Unterstützung unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen) präsentieren.

Die Nachricht ist eindeutig und gilt für alle Städte: Die lokale Wirtschaft - insbesondere die inhabergeführte - ist aus diversen Gründen wichtig für das gemeinschaftliche Leben und den Zusammenhalt der Stadt. Nur, was nützt es, wenn wir uns selber die Geschichte erzählen? Die Botschaft muss die Menschen erreichen! Deshalb gilt für uns ab sofort: Einfach.Mehr.Gemeinsam.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
29. Aug 2024



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Marktplatz-Sommer Bramsche –
mehr Frequenz durch multifunktionale
Nutzung für alle!,
Förderkreis Freundliches Bramsche e.V.,

Bramsche

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Marktplatz-Sommer Bramsche – mehr Frequenz durch multifunktionale Nutzung für alle!

Institution

Förderkreis Freundliches Bramsche e.V.

Ansprechpartner

Klaus Sandhaus
Hasestraße 11, 49565 Bramsche
05461/83170
ks@stadtmarketing-bramsche.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Mehr Frequenz durch multifunktionale Nutzung – das ist mittlerweile der Status quo in den Innenstädten – aber wie lässt sich das erreichen? Der Branchenmix ist letztlich Ergebnis unternehmerischer Entscheidungen der Händler und Eigentümer. Kommunale Gestaltungsspielräume bestehen – neben Initiativen wie Pop-ups – primär in der Gestaltung des öffentlichen Raumes: Ist der attraktiv, ist dort was los, kommen die Menschen in die City und kaufen dort ein. Bestes Beispiel ist (nicht nur) in Bramsche der Wochenmarkt auf dem Marktplatz, der jeden Freitag die Innenstadt belebt, außerhalb der Wochenmarktzeiten jedoch ein trister Parkplatz ist. Dabei liegt er günstig zwischen Fußgängerzone Große Straße, Kirchplatz (Bramscher „Wohnzimmer“ mit Außengastronomie) und Rathaus, bietet allerdings wenig Aufenthaltsqualität und Standortattraktivität für Handel und Gastronomie: Es befindet sich dort lediglich ein Fischgeschäft.

Bei noch gutem Branchenmix und nur wenigen Leerständen liegt der Fokus der Stadt Bramsche (Mittelzentrum mit Versorgungsfunktion für ca. 31.000 EW) auf Erhöhung der Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes, namentlich der Stadtplätze Münsterplatz, Kirchplatz und Brückenort sowie der Fußgängerzone. In den letzten Jahren wurden die Plätze neu gestaltet, belebt und bespielt. Erfolgreiches Beispiel ist der „Münsterplatz-Sommer“ 2023 und 2024: ein Modellversuch mit Bürgerbeteiligung für die zukünftige Umgestaltung, u.a. mit neuen Bänken, Bepflanzung und neuer Außengastronomie, gefördert durch den Wettbewerb „Lokalhelden“.

Der „Förderkreis Freundliches Bramsche“ (ein Gesellschafter der Stadtmarketing GmbH) hat über das Akteurs-Netzwerk „City-Offensive Bramsche“ daher den „Marktplatz-Sommer“ ins Leben gerufen, um mit vielfältigen temporären Maßnahmen die Attraktivität, Klimafreundlichkeit und insbesondere Frequenz des Marktplatzes und der angrenzenden 1 A-Lage zu erhöhen – als Grundlage für dauerhafte bauliche Maßnahmen.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Welche Maßnahmen sind bislang erfolgreich gelaufen? Nach der Start-Veranstaltung am 19. Februar mit Akteuren aus Verwaltung und Stadtwerken und dem Workshop der City-Offensive am 3. April wurden die Maßnahmen durch das „Marktplatz-Team“ (Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing / Förderkreis plus Büro CONVENT Mensing) konkretisiert.

- ☐ Die zentrale Aktionsfläche beim „Wäldchen“ wurde zur klimaangepassten Wohlfühlzone: mit einer „Klimakiste“, Bänken, einem City Deck, Sprühnebel, mobilen Zukunftsbäumen, Spielmöglichkeiten und mehr.
- ☐ Zur Eröffnungsveranstaltung am 4. Juni gab es das neue Format „Abendmarkt“ mit Wochenmarktständen, Musik und Gastronomie, der gut besucht war. Dazu eine gelbe „Mitmachsäule“ mit der Möglichkeit, Ideen für den Marktplatz in den „Briefkasten“ einzuwerfen.
- ☐ Auf dem Treffen mit den Marktbesuchern am 1. Juli wurden die Maßnahmen zur Wochenmarktstärkung (Stromanschlüsse, Social Media etc.) besprochen.
- ☐ Die Eröffnung der Klimakiste am 15. August (bis zum 11. Oktober) war ein weiteres High-light: ein 10-Fuß-Container, der von außen klimafreundlich begrünt ist und der innen Infos zum Klimawandel enthält, u.a. die Ausstellung „Klimaneutraler Einkauf“ der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) in Osnabrück.
- ☐ Nach dem Sport- und Aktionstag am 6. und 7. September (u.a. mit dem „Böckmann-Cup“ in Kooperation mit dem Modehaus Böckmann) findet zum Abschluss am 11. Oktober der Klima- und Energietag statt – u.a. mit Workshop und Spaziergang mit der Bevölkerung und Einzelhändlern, um den Marktplatz-Sommer zu evaluieren, damit er eine möglichst erlebbare und nachhaltige Wirkung für die Bevölkerung und neue Geschäfte und Gastronomie entfaltet.

Fazit: Durch den Marktplatz-Sommer realisieren wir einen Aktionsraum, der Klimafreundlichkeit, Aufenthaltsqualität und Kulturangebote mit Handel und Gastronomie verknüpft, um durch die multifunktionale Nutzung mehr Leben auf den Marktplatz zu bringen und dadurch mehr Frequenz für den City-Handel zu schaffen!

Förderprogramm(e)

Zukunftsräume Niedersachsen

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
21. Aug 2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Dein Braunschweig Deine Stadt,
Arbeitsausschuss Innenstadt
Braunschweig e.V.,

Braunschweig

2025



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Dein Braunschweig Deine Stadt

Institution

Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e.V.

Ansprechpartner

Nina Sichtanc
Schuhstraße 42, 38100 Braunschweig
05314703521
info@aai-bs.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Projekt: „Dein Braunschweig, Deine Stadt“
<https://www.deinbs.de>

Mit „Dein Braunschweig, Deine Stadt“ hat der Arbeitsausschuss Innenstadt Braunschweig e. V. (AAI) in Kooperation mit der Braunschweig Stadtmarketing GmbH (BSM) eine Initiative gestartet, die Handel, Gastronomie und Dienstleistungen der Innenstadt sichtbar machen und die Besucherfrequenz nachhaltig steigern soll. Ziel ist es, die Innenstadt als lebendigen Erlebnisraum zu präsentieren, Kaufkraft zu binden und das Bewusstsein für den Mehrwert des stationären Handels zu schärfen.

Das Projekt verbindet digitale Reichweite mit realen Besuchsanreizen: Unter dem Hashtag #deinbsdeinestadt werden auf Instagram Aktionen, Produkte, Geschäfte und gastronomische Angebote vorgestellt. Social-Media-Beiträge, Stories und Videos schaffen Aufmerksamkeit und rufen gezielt zum Besuch vor Ort auf. Begleitend dazu wird die Kampagne mit Veranstaltungen und verkaufsoffenen Sonntagen wie dem Stadtfrühling, dem Trendsporterlebnis oder der Mummegenussmeile verknüpft. So entstehen Anlässe, die digitale Kommunikation in reale Frequenz umwandeln.

Maßnahmen im Überblick:

- Kontinuierliche Social-Media-Präsenz mit direkter Einbindung von Handel und Gastronomie
- Verknüpfung mit innerstädtischen Veranstaltungen und verkaufsoffenen Sonntagen
- Einheitliches POS-Material (z. B. Einkaufstüten, Plakate, Aufsteller) sorgte für starke Sichtbarkeit im Stadtbild
- Kampagnen-Videos mit hoher Reichweite auf Social Media
- Gutscheinkaktionen brachten messbare Kaufimpulse und stärkten die Bindung an die Innenstadt

Social-Media-Performance (Februar – Mai 2025):

- Über 246.000 Aufrufe auf Instagram in nur drei Monaten

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



- Reichweite: über 53.000 Konten, davon 64 % Nicht-Follower
- Starkes Community-Wachstum: +2.272 neue Follower (+9.530 % Wachstum)
- Beiträge und Reels erzielten teils über 56.000 Aufrufe pro Clip
- Hohe Interaktion: über 3.500 direkte Interaktionen (Likes, Kommentare, Speicherungen)
- Kernzielgruppe: urban, weiblich (75 %), 25–44 Jahre, vor allem aus Braunschweig
- Einheitliches Kampagnenbild mit hoher Wiedererkennbarkeit in der Innenstadt

Wirkung und Ergebnisse:

Die erste Kampagnenphase zum Stadtfrühling erreichte mehrere zehntausend organische Kontakte. Viele Händlerinnen und Händler berichteten von direkten Kundenanfragen und spürbaren Frequenzsteigerungen. Insgesamt beteiligten sich über 40 Innenstadtakteure mit kreativen Aktionen, die sowohl online als auch vor Ort zusätzliche Aufmerksamkeit erzielten. Die Gutscheinaktion brachte Kaufimpulse, während die Kampagnen-Videos hohe Reichweiten erzielten. Digitale Sichtbarkeit und analoge Erlebnisse griffen so ineinander.

Besonderheiten des Projekts:

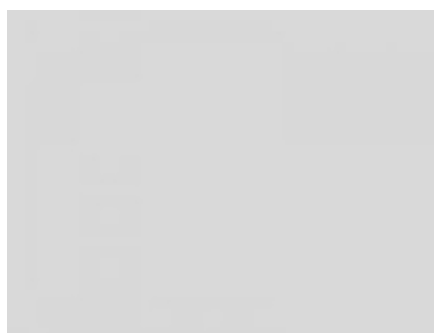
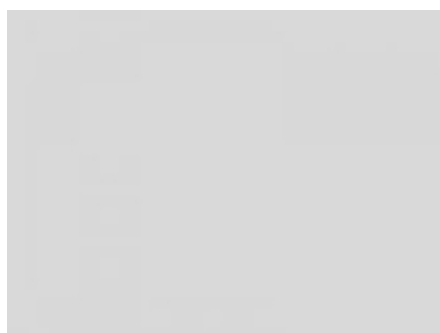
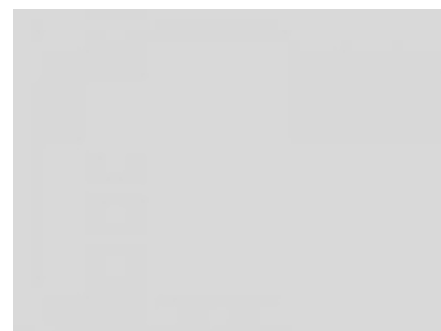
- Frequenzsteigerung: digitale Ansprache führt nachweislich zu Ladenbesuchen und Konsum vor Ort.
- Kreativität: die Verbindung von Social-Media-Formaten und Innenstadt-Events schafft innovative Frequenzimpulse.
- Multifunktionalität & Kooperation: Händler, Gastronomen und Dienstleister treten gemeinsam auf und nutzen Synergien.
- Nachhaltigkeit: die Kampagne ist langfristig angelegt, nicht punktuell. Inhalte und Strukturen lassen sich kontinuierlich fortführen.
- Reproduzierbarkeit: das Konzept ist flexibel und auch in anderen Städten umsetzbar.
- Barrierefreiheit: durch die parallele Nutzung analoger Formate und digitaler Zugänge werden unterschiedliche Zielgruppen erreicht.

Fazit:

„Dein Braunschweig, Deine Stadt“ ist mehr als eine Werbemaßnahme – es ist eine Plattform für lokales Engagement, die die Vielfalt der Innenstadt sichtbar macht, Besuchsanlässe schafft und die emotionale Bindung der Bürgerinnen und Bürger an ihre Stadt stärkt. Die Initiative zeigt beispielhaft, wie digitale Reichweite und analoge Angebote Hand in Hand gehen, um die Innenstadt zukunftsfähig zu gestalten.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.instagram.com/p/DI3RrqOspTY/>oder <https://www.deinbs.de/>

Eingereicht am

22. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Unverpackt trifft regionales,
alle Generationen umfassendes
Veranstaltungszentrum mit tollem Café,
Unverpackt und gut,

Bückeburg

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Unverpackt trifft regionales, alle Generationen umfassendes Veranstaltungszentrum mit tollem Cafe

Institution

unverpackt und gut

Ansprechpartner

Detlef Rieger
Lange Strasse 58, 31675 Bückeburg
0162 9036722
info@unverpacktundgut.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

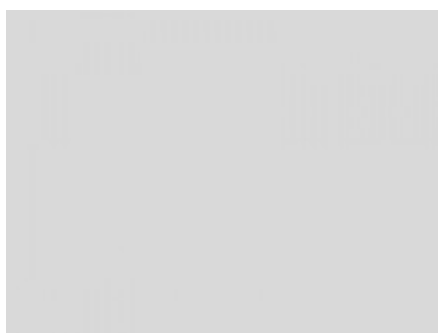
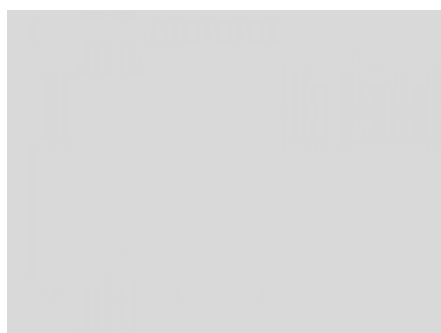
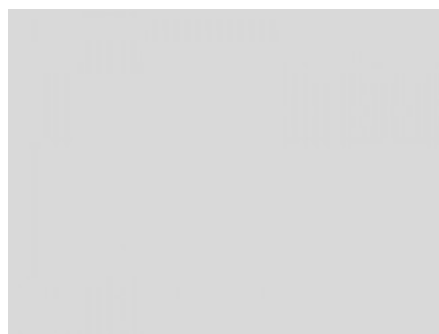
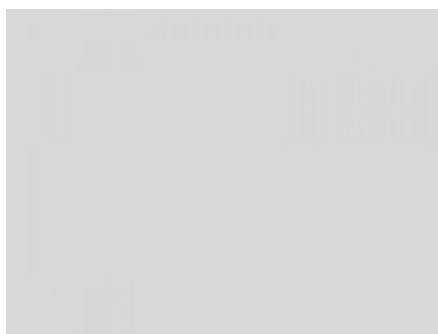
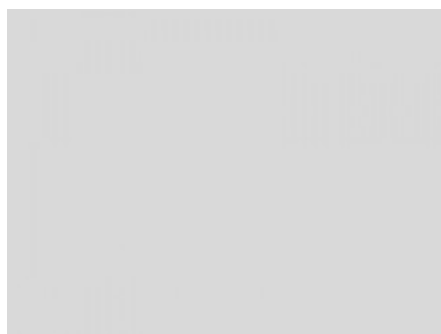
Internet

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wir haben in 5 Jahren ein lokales regionales, aber auch internationales Cafe mit vielen Veranstaltungshighlights UND einem Unverpacktladen entworfen. Bei uns trifft Alt auf Jung, Familie auf Rentner, Frau auf Mann, Manager auf Schüler zu einem munteren Austausch - bei gemeinsamen Fahrradtouren, Kinoabenden, Biertastings aber auch zu "Beats und Bohnen" - elektronischer Musik mit leckeren Drinks aber auch zu gemeinsamen Müllsammelaktionen, Kunstausstellungen und heißen politischen Diskussionsabenden zum Thema "Innenstadtgefahren für Bürger" oder "Innenstadttemporeduzierungen" - nebenbei ein vollwertiges Spezialitätencafe mit einem Unverpacktladen, um Müll und Plastik zu reduzieren....
Insgesamt ein in dieser Form, Fülle, Vielfalt, Kreativität und Gemeinsamkeit einmaliges Konzept, welches seinesgleichen sucht.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
13. Aug 2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

ErsterFreitag Goslar,
Parfümerie Kosmetik Bellissima,

Goslar

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

ErsterFreitag Goslar

Institution

Parfümerie Kosmetik Bellissima

Ansprechpartner

Dorothee Pfannenschmidt

Breite Str.9, 38640 Goslar

05321/686367

info@parfuemerie-bellissima.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Der „Erste Freitag Goslar“ ist ein monatliches Abendshopping Event in der Innenstadt Goslars, welches Handel, Gastronomie, Stadtverwaltung und GOSLAR marketing gmbh auf besondere Weise vereint. Unter wechselnden Mottos, wie z.B.: „Flower-Power“, „50er Rock’n’roll/Oldtimer“ und „Karibische Nacht“, bieten teilnehmende Betriebe seit April 2025 jeden ersten Freitag im Monat verlängerte Öffnungszeiten bis 21.00 Uhr an. Die Gewerbetreibenden dekorieren liebevoll, bieten Aktionen, Getränke oder Rabatte an. Zudem findet ein mottogerechtes Rahmenprogramm, in Form von Walk Acts, Shows etc., im öffentlichen Raum statt. Dadurch entsteht ein besonderes Einkaufserlebnis, welches über den reinen Konsum hinausgeht und zum Verweilen und Entdecken einlädt. Weitere Informationen zur Ausgestaltung des Projekts sowie Impressionen der vergangenen Veranstaltungen sind unter folgendem Link zu finden: <https://www.meingoslar.de/erleben-und-genießen/erster-freitag>

Die Veranstaltungsreihe hat für den Standort Goslarer Innenstadt viele positive Auswirkungen:

Sie steigert die Attraktivität der Innenstadt und erhöht die Verweildauer der Besucherinnen und Besucher. Durch thematische Abende und ein einladendes Rahmenprogramm wird die Innenstadt zu einem lebendigen Treffpunkt, welcher zu einem längeren Aufenthalt anregt. Dies stärkt das Bild der Goslarer Innenstadt als Ort der Begegnung und des Erlebnisses.

Sie stärkt Einzelhandel und Gastronomie.

Lokalen Geschäften und Gastronomiebetrieben bieten sich zusätzliche Umsatzchancen. Die Gewerbetreibenden können kreative Konzepte und Angebote passend zum jeweiligen Motto entwickeln und so

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



gezielt Kunden ansprechen.

Sie führt zur Bindung von und Gewinnung neuer Zielgruppen.

Die Veranstaltung richtet sich an ein breites Publikum und spricht neben den Stammkundinnen und -kunden auch neue Zielgruppen an. Darüber hinaus fördert die regelmäßige Wiederholung langfristig die Bindung an den Standort und schafft Anreize für wiederholte Besuche.

Sie fördert die Zusammenarbeit der Innenstadtakteure.

Mit der Anregung für das Projekt trat ich an die Stadt Goslar, an die GMG und an weitere Gewerbetreibende von Goslars Innenstadt. Durch die gemeinsame Ausgestaltung und Koordination der Eventreihe mit weiteren relevanten Innenstadtakteuren wird die Kooperation und das lokale Netzwerk nachhaltig gestärkt.

Sie gibt Impulse für das Stadtmarketing und die Standortprofilierung.

Die Eventreihe schafft nicht nur kurzfristig Aufmerksamkeit, sondern positioniert die Stadt Goslar als innovative und lebendige Innenstadt, die auf die Wünsche ihrer Bürgerinnen und Bürger eingeht und regelmäßig neue Erlebnisse bietet. Die Stadt Goslar positioniert sich neben ihren bisherigen Standortmerkmalen, wie z.B. Tourismus und Weltkulturerbe, nun auch ganz klar als Einkaufsstadt für die Region. Dies wirkt sich positiv auf das Stadtimage aus und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt gegenüber anderen Einkaufsorten.

Das Projekt trägt insgesamt dazu bei, die Innenstadt als lebendiges Zentrum zu stärken, Besucherfrequenz und Umsatz zu steigern und eine nachhaltige Belebung des Standortes zu erzielen.

Förderprogramm(e)

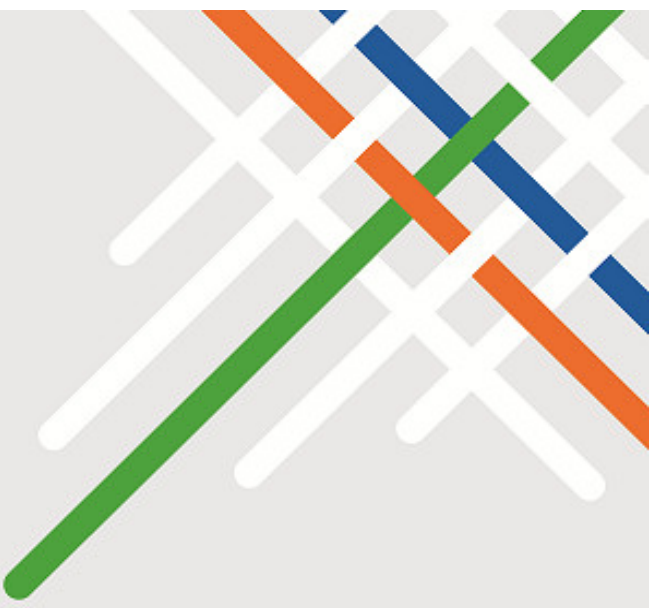


Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
22. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Göttinger Graffiti-Walk – Kunst im
öffentlichen Raum erlebbar machen,
Göttingen Marketing GmbH,

Göttingen

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Göttinger Graffiti-Walk – Kunst im öffentlichen Raum erlebbar machen

Institution

Göttingen Marketing GmbH

Ansprechpartner

Petra Aschenbach

Markt 9, 37073 Göttingen

0551-49980-23

petra.aschenbach@goettingen-marketing.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Konzeptskizze „Göttinger Graffiti-Walk“

Antrag im Rahmen des Programms „gemeinsam handeln“

Projektname:

Göttinger Graffiti-Walk – Kunst im öffentlichen Raum erlebbar machen

Antragsteller: Göttingen Marketing GmbH

Projektzeitraum: Juli bis September 2025

Projektort: Innenstadt Göttingen

Göttingen ist vielfältig, bunt und voller Street-Art. Mit dem „Göttinger Graffiti-Walk“ entsteht ein innovatives Stadterlebnis, das Kunst, Beteiligung und Stadtentwicklung kreativ verbindet. Ziel ist es, die Innenstadt als resilienten, lebendigen und attraktiven Raum erlebbar zu machen, die Frequenz zu steigern und die Aufenthaltsqualität nachhaltig zu verbessern. Begegnungen im öffentlichen Raum werden gefördert; Street-Art wird sichtbar und zugänglich – für Bürger:innen und Tourist:innen.

Zentrales Element sind neun großflächig besprühte Überseecontainer (18 Seitenflächen), gestaltet von regionalen Graffiti-Künstler:innen. Der Kick-off fand am 4. und 5. Juli 2025 mit Live-Sprühevent auf dem Bahnhofsvorplatz und Jacobi-Kirchhof statt – begleitet von Musik und kulinarischen Angeboten. Die Container stehen bis Ende September an zentralen Orten der Innenstadt.

Die Themen der Container wurden mit Partner:innen aus Wirtschaft, Vereinen und Stadtgesellschaft entwickelt und spiegeln zentrale Aspekte Göttingens wider:

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



- Shopperlebnis Innenstadt
- Fachkräftemangel
- Kerngeschäfte und Historie der Partner
- Standortqualitäten Göttingens
- Vielfalt, Freizeit, Internationalität

Der „Graffiti-Walk“ unterstützt die lokale Wirtschaft durch erhöhte Laufkundschaft an den Container-Standorten und bietet den Partner:innen eine attraktive Präsentationsfläche. Die gestalteten Flächen verbinden Kunst, Freizeit, Lebenslust und Handel und erhöhen die Sichtbarkeit beteiligter Partner:innen. Begleitend führen Stadtführungen zu Fuß und per Fahrrad zu den Container-Standorten. Auf der Website (www.goettingen-tourismus.de/graffiti-walk/) und auf einem 8-seitigen Folder mit Karte sind alle Standorte übersichtlich dargestellt. Jeder Container hat einen QR-Code, der direkt zu Informationen zu Künstler:in, Motiv und Partner:innen führt.

Die Container sind multifunktional nutzbar: Neben der künstlerischen Gestaltung ist eine Nachnutzung geplant. Sie sollen als temporäre Showrooms, Lagerfläche oder als Fahrradwerkstatt genutzt werden.

Der „Graffiti-Walk“ verbindet bestehende Urban-Art-Orte (z. B. „Galeria Tor“, „Hall of Fame“, JUZI) mit neuen Kunstflächen. Der Kontrast zwischen Altstadtflair und urbaner Gestaltung erzeugt ein spannendes Stadtbild, das neue Perspektiven auf Göttingen eröffnet. Die kreative Nutzung stärkt die Resilienz der Innenstadt durch Frequenzsteigerung und bessere Aufenthaltsqualität.

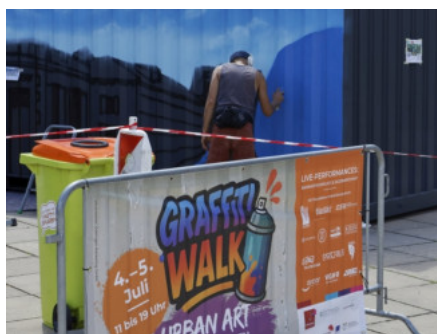
Barrierefreiheit ist durch gut erreichbare Standorte sowie die digitale Zugänglichkeit aller Infos via QR-Code und barrierefreier Website gewährleistet.

Zielgruppen sind Stadtbevölkerung, Jugendliche, Tourist:innen, Kunstinteressierte sowie die Kreativ- und Bildungsszene.

Die Vermarktung erfolgt über die Social-Media-Kanäle der Göttingen Marketing GmbH, Kampagnen, Newsletter, Pressearbeit, die Website und einen hochwertigen Print-Flyer (DIN lang, 8-seitig, 5.000 Auflage). Der Graffiti-Walk stärkt die Identifikation mit Göttingen, aktiviert Innenstadtflächen kreativ und trägt zur Entwicklung einer resilienten Innenstadt bei, die auf Wandel, Vielfalt und Gemeinschaft setzt.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
04. Aug 2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Göttinger Quanten-Welten,
Göttingen Marketing GmbH,

Göttingen

2025



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



Norddeutsches Marketing & Dienstleistungen e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Göttinger Quanten-Welten

Institution

Göttingen Marketing GmbH

Ansprechpartner

Petra Aschenbach

Markt 9, 37073 Göttingen

0551-49980-23

petra.aschenbach@goettingen-marketing.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Projektname:

„Göttinger Quanten-Welten“

Antragsteller: Göttingen Marketing GmbH

Projektzeitraum: Juli bis September 2025

Projektort: Innenstadt Göttingen

Am 11. Mai 2025 fanden in der Göttinger Innenstadt erstmals die „Göttinger Quanten-Welten“ statt – ein innovatives Stadtfest mit verkaufsoffenem Sonntag (VOS), das Wissenschaft und Handel auf einzigartige Weise miteinander verband. Anlass waren das Internationale Jahr der Quantenwissenschaft und Quantentechnologie. Ziel des Events war es, die Quantenwissenschaft für alle erlebbar zu machen und zugleich die Frequenz sowie Attraktivität der Göttinger Innenstadt nachhaltig zu steigern – mit einem klaren Fokus auf den lokalen Einzelhandel (EZH).

Die Innenstadt wurde an diesem Tag in sechs Erlebniswelten gegliedert, die thematisch und räumlich unterschiedliche Zielgruppen ansprachen und den Besucherstrom gezielt steuerten:

- **Wissenschafts-Welt:** Im Herzen der Innenstadt präsentierten Universitätsinstitute und Forschungseinrichtungen spannende Experimente und Vorträge rund um Quantenphysik. Besucher:innen konnten mit modernster Technik interaktiv forschen und so einen spielerischen Zugang zu komplexen Themen finden. Die Wissenschafts-Welt fungierte als Anziehungspunkt für Familien, Studierende und Wissenschaftsinteressierte.
- **Kinder-Welt:** Speziell für die jüngeren Besucher:innen gab es ein vielfältiges Programm mit Experimentierstationen, Quantenrätseln und Mitmachaktionen, die spielerisch Neugier und Verständnis für

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Naturwissenschaften weckten. Pädagogisch aufbereitete Angebote sorgten für eine familienfreundliche Atmosphäre. Darüber hinaus wurden auch Bewegungsangebote wie eine Kletterwand oder ein Geschicklichkeitsparcours initiiert.

- Kreativ-Welt: Künstler:innen, lokale Kreativunternehmen und Designer zeigten Werke und Projekte und luden dazu ein, selbst kreativ zu werden.
- Kulinarik-Welt: Regionale Gastronomen boten kulinarische Spezialitäten mit kreativen „Quanten“-Bezügen an.
- Shopping-Welt: Kernstück für den lokalen Einzelhandel war die Shopping-Welt. Zahlreiche Händler:innen in der Innenstadt beteiligten sich aktiv am verkaufsoffenen Sonntag von 13 bis 18 Uhr. Mit quantenbezogenen Sonderangeboten und interaktiven Produkterlebnissen wurde das Einkaufen zum Erlebnis. Thematische Schaufensterdekorationen, Quiz- und Gewinnspiele sowie kleine Workshops sorgten für zusätzliche Kundenbindung und erhöhten die Verweildauer in den Läden.
- Muttertags-Welt: Ergänzend dazu gab es eine eigene Welt mit speziellen Aktionen und besonderen Geschenkideen für Mütter, die den Tag emotional aufluden.

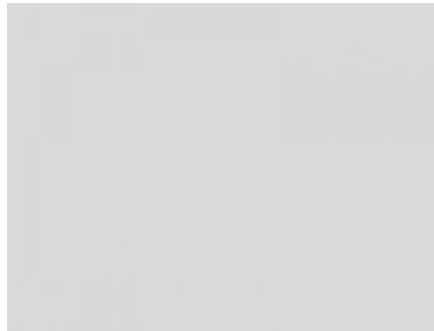
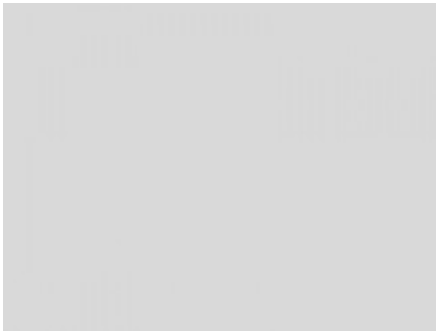
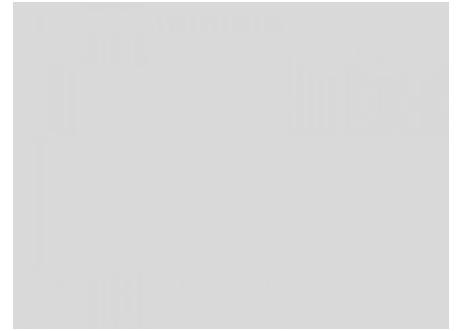
Die enge Kooperation mit dem Pro City e.V., der Göttingen Marketing GmbH, der Stadt Göttingen sowie der Georg-August-Universität machte die „Göttinger Quanten-Welten“ zu einem echten Gemeinschaftsprojekt. So konnte die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt deutlich gesteigert werden.

Der verkaufsoffene Sonntag bot dem lokalen Einzelhandel eine exzellente Plattform, neue Kund:innen anzusprechen und bestehende Kundenbeziehungen zu intensivieren. Die thematisch abgestimmten Aktionen führten zu einer spürbaren Belebung der Einkaufsstraßen. Das Event zeigte, wie Wissenschaftskommunikation mit einem starken EZH-Bezug und innovativen Handelaktionen die Innenstadt als modernen, attraktiven Einkaufs- und Erlebnisort nachhaltig stärken kann.

Das positive Feedback von Händlern und Gästen unterstrich die Wirkung der thematischen Erlebniswelten in Verbindung mit dem VOS. Die „Göttinger Quanten-Welten“ sind damit ein gelungenes Beispiel für erfolgreiche Stadtentwicklung, die Wissenschaft und Handel verknüpft und die Innenstadt zukunftsfähig macht.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
04. Aug 2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Kleine Münze. Große Wirkung!
Die Parkmark wird zu deiner
MobilitätsMünze!,
Göttingen Marketing GmbH,

Göttingen

2025



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Kleine Münze. Große Wirkung! Die Parkmark wird zu deiner MobilitätsMünze!

Institution

Göttingen Marketing GmbH

Ansprechpartner

Petra Aschenbach

Markt 9, 37073 Göttingen

0551-49980-23

petra.aschenbach@goettingen-marketing.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Kleine Münze. Große Wirkung! Die Parkmark wird zu deiner MobilitätsMünze!

Antragsteller: Göttingen Marketing GmbH

Projektzeitraum: Juli bis September 2025

Projektort: Innenstadt Göttingen

Die „MobilitätsMünze“ ist eine Weiterentwicklung der bekannten Göttinger Parkmark und dient als nachhaltiges, vielseitiges Kundenbindungsinstrument. Ziel ist es, trotz der sommerlichen Baustellen in der Göttinger Innenstadt die Kundenfrequenz zu erhöhen und gleichzeitig den lokalen Handel, die Gastronomie sowie nachhaltige Mobilitätsangebote wie den ÖPNV und Fahrradfahren zu stärken. Kund:innen sollen für ihr Engagement belohnt werden, lokal einzukaufen, gastronomische Angebote zu nutzen oder umweltfreundliche Verkehrsmittel zu wählen. So wird die Innenstadt als attraktiver und lebendiger Standort gefestigt.

Das Projekt verfolgt mehrere zentrale Ziele:

- ☑ Erhöhung der Besucherzahlen in der Göttinger Innenstadt trotz Verkehrsbehinderungen
- ☑ Förderung nachhaltiger Mobilitätsformen (Parken, ÖPNV, Fahrradverleih)
- ☑ Stärkung des lokalen Einzelhandels und der Gastronomie durch Kundenanreize
- ☑ Vernetzung von Handel, Mobilitätsanbietern und Stadtgesellschaft
- ☑ Unterstützung einer resilienten, lebendigen Innenstadt mit hoher Aufenthaltsqualität

In der Praxis werden die MobilitätsMünzen an Kund:innen in teilnehmenden Geschäften, Gastronomiebetrieben und auf Wochenmärkten ausgegeben. Diese können die Münzen flexibel einlösen: Beispielsweise für vergünstigtes Parken in Parkhäusern oder Parkzonen, für den Erwerb von ÖPNV-Tickets und für Rabattangebote im EZH. Damit entsteht ein vielfältiges Belohnungssystem, das verschiedene Mobilitäts-

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



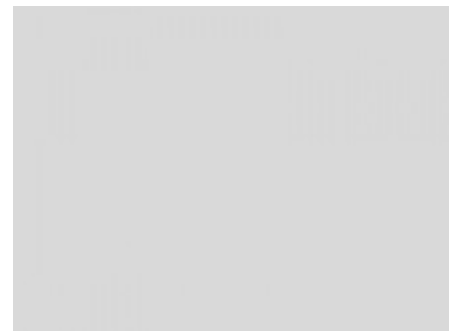
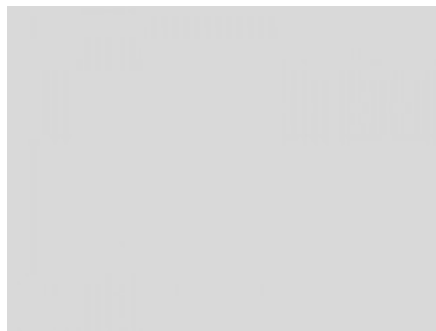
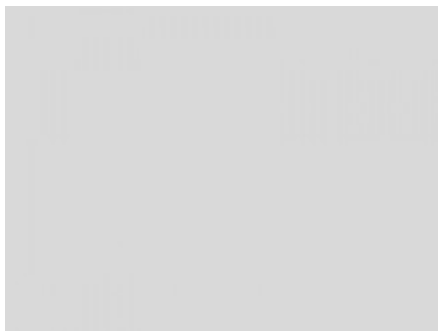
und Einkaufsbedürfnisse abdeckt. Durch die enge Zusammenarbeit mit lokalen Einzelhändler:innen, Gastronomen und Mobilitätsdiensten wird ein flächendeckendes Netz geschaffen, das die gesamte Innenstadt abdeckt. Neue Akzeptanzstellen erhalten Starterpakete mit 100 Münzen und Informationsmaterialien zur kostenlosen Weitergabe an ihre Kund:innen, um Lust auf die Aktion zu machen. Die MobilitätsMünze wird zunächst in der Zeit von Juni bis September 2025 umgesetzt.

Begleitende Öffentlichkeitsarbeit, darunter Pressemitteilungen, Newsletter, Social-Media-Kampagnen sowie die Aktualisierung der Website „Einkaufen in Göttingen“, sorgt für eine hohe Bekanntheit und Akzeptanz der MobilitätsMünze. Die Kommunikation richtet sich gezielt an unterschiedliche Zielgruppen, um sowohl Stammkund:innen als auch neue Besucher:innen zu gewinnen. Die Händler können die MobilitätsMünze als Marketinginstrument nutzen, indem sie z. B. spezielle Aktionen mit Münz-Einlösung anbieten oder thematische Schaufenster gestalten.

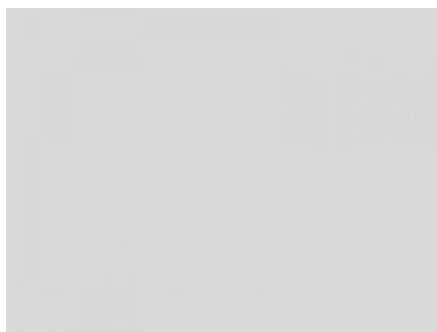
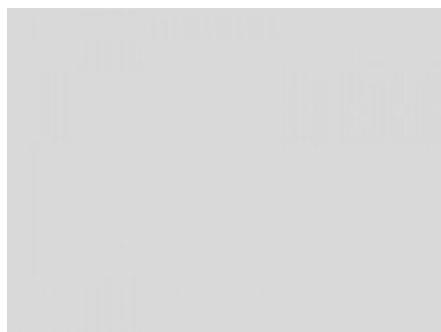
Die MobilitätsMünze leistet einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Stadtentwicklung. Sie aktiviert lokale Handelspartner und Gastronom:innen, stärkt die Gemeinschaft und reduziert Verkehrsbelastungen durch die Förderung umweltfreundlicher Mobilitätsformen. Die Beteiligung der Bevölkerung erfolgt transparent und niedrigschwellig, was eine breite Akzeptanz und Nutzung fördert. Insgesamt trägt das Projekt zur langfristigen Stärkung der Göttinger Innenstadt als multifunktionalen und resilienten Raum bei, der sowohl zum Einkaufen als auch zum Verweilen einlädt.

Die erwarteten Effekte sind vielfältig: Neben einer messbaren Steigerung der Frequenz in der Innenstadt profitieren lokale Unternehmen von zusätzlichem Umsatz und höherer Sichtbarkeit. Das Belohnungssystem ist innovativ und flexibel, was Mobilität und Handel auf smarte Weise verbindet. Zudem wird durch gemeinsames Marketing die Wahrnehmung der beteiligten Partner gestärkt. Das Projekt setzt damit ein Zeichen für eine positive Stadtentwicklung, die Kundenbindung, Nachhaltigkeit und Gemeinschaftssinn vereint.

Förderprogramm(e)

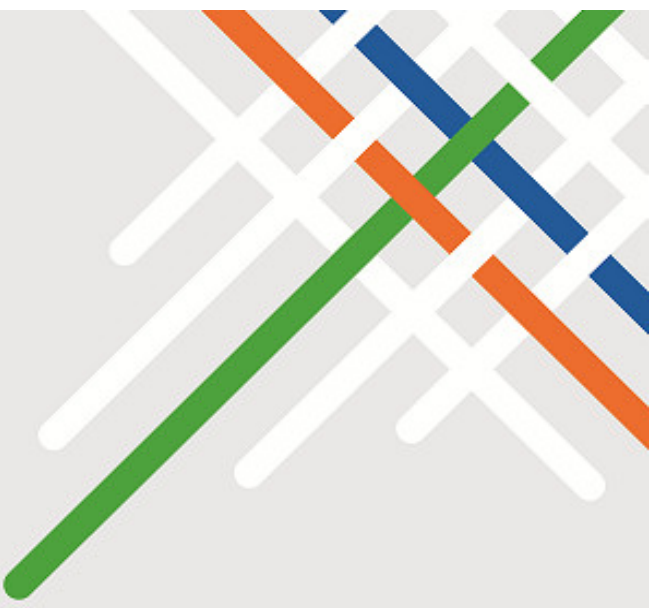


Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
04. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Adventskalender: Tür für Tür -
Göttingen neu kennenlernen,
Göttingen Marketing GmbH,

Göttingen

2025



Niedersächsisches Ministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Bauen



IHK Niedersachsen
Landesarbeitsgemeinschaft



GENOSSENSCHAFTS-
VERBAND
WESER-EMS



Handelsverband
Niedersachsen-Bremen



NMT
Niedersachsen Marketing & Tourismus e.V.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

„Adventskalender: „Adventskalender: Tür für Tür - Göttingen neu kennenlernen“

Institution

Göttingen Marketing GmbH

Ansprechpartner

Petra Aschenbach

Markt 9, 37073 Göttingen

0551-49980-23

petra.aschenbach@goettingen-marketing.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

„Adventskalender: „Adventskalender: Tür für Tür - Göttingen neu kennenlernen“

Gemeinnütziger Adventskalender zur Belebung der Göttinger Innenstadt

Antragsteller: Göttingen Marketing GmbH

Projektzeitraum: November und Dezember 2025

Projektort: Innenstadt Göttingen

Das Adventskalender-Projekt soll die Göttinger Innenstadt in der Vorweihnachtszeit lebendig und sozial gestalten. Mit 24 dezentralen Aktionen an 24 Tagen wird der Gemeinschaftsgedanke der Adventszeit gestärkt und besonders die weniger frequentierten Seitenstraßen belebt. Ziel ist es, Handel, Kultur, soziale Initiativen und Bürger*innen eng zu vernetzen und eine nachhaltige Teilhabe zu ermöglichen.

Projektidee und Umsetzung

Der gemeinnützige Adventskalender findet vom 1. bis 24. Dezember statt. Die „Türchen“ verteilen sich auf den Einzelhandel, Kirchen, Leerstände und öffentliche Orte. Jede Aktion steht unter dem Motto einer gemeinnützigen Organisation, die vor Ort Spenden sammelt bzw. der die Spenden zugutekommen. Angeboten werden Lesungen, Bastelaktionen, kleine Konzerte, Verkostungen, Rabattaktionen und Mitmachangebote. Die teilnehmenden Orte sind mit individuell gestalteten Tür-Aufstellern versehen, die über die Aktion und die unterstützte Organisation informieren. QR-Codes ermöglichen eine einfache und kontaktlose Spendenmöglichkeit.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Eine zentrale Ausschreibung und Projektskizze richtet sich an gemeinnützige Vereine, Kulturakteure, den Einzelhandel, Kirchen und Ehrenamtliche, um möglichst viele lokale Akteure zu gewinnen.

Begleitende Aktionen und Besucherbindung

Zur Steigerung der Frequenz gibt es tägliche Social-Media-Beiträge, die kurz in die jeweiligen Aktionen einführen. Zusätzlich sind ein Adventssingen an öffentlichen Plätzen und in Kirchen sowie eine Parade mit weihnachtlichen Figuren (wie Engel oder Gänseliesel) in Prüfung. Diese Parade soll Besucher*innen vom Weihnachtsmarkt zu den Aktionsorten führen und die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt erhöhen.

Nachhaltigkeit und Innovationsansatz

Das Projekt setzt auf nachhaltige, ressourcenschonende und niedrigschwellige Angebote ohne kommerziellen Fokus. So steht die soziale Dimension der Adventszeit im Vordergrund. Die enge Zusammenarbeit zwischen Handel, Kultur, sozialen Trägern und Ehrenamt fördert die multifunktionale Nutzung des Innenstadtbereichs und stärkt die Vernetzung. Digitale Begleitung über eine interaktive Landingpage sowie QR-Codes ermöglichen einfache Teilhabe und Barrierefreiheit.

Stärkung von Handel und Innenstadtbelebung

Der Handel ist zentraler Partner und profitiert durch die Aktionen von zusätzlicher Kundenfrequenz, insbesondere in den weniger belebten Seitenstraßen. Die Händler beteiligen sich mit speziellen Angeboten, Rabatten und Veranstaltungen. Die Kombination aus Kultur- und Sozialangeboten schafft neue Anreize für Besucher*innen, länger in der Innenstadt zu verweilen. Dies fördert die Identifikation mit dem Standort und hebt die multifunktionale Nutzung des Zentrums hervor.

Wirkung und Zukunftsperspektiven

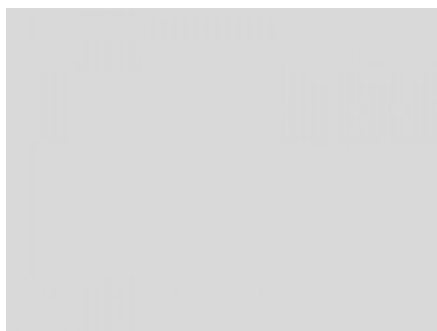
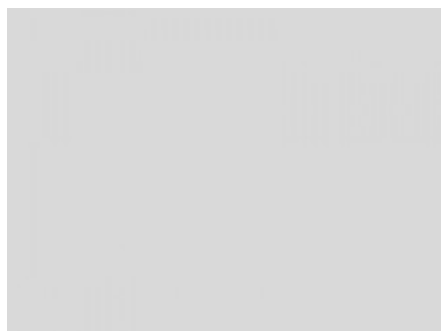
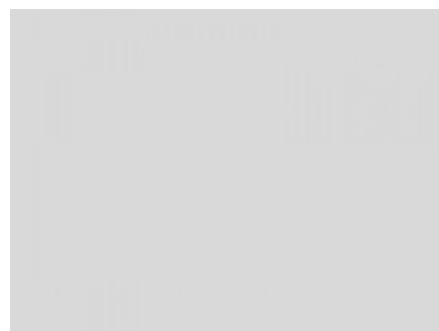
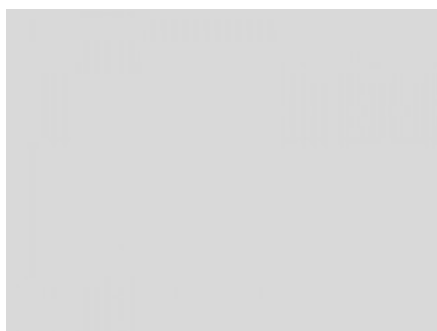
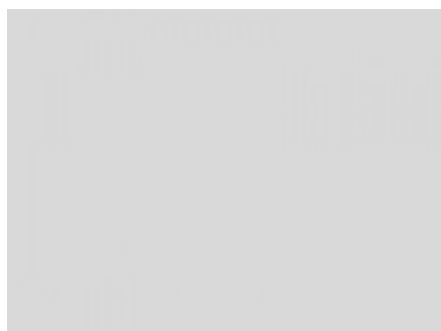
Das Adventskalender-Projekt sensibilisiert Bevölkerung, Politik und Wirtschaft für die Bedeutung lebendiger Innenstädte. Es setzt Maßstäbe für gemeinschaftliches Engagement in der Vorweihnachtszeit. Die dauerhafte Einbindung sozialer Initiativen, Handel und Kultur macht das Konzept nachhaltig und als Best-Practice-Beispiel auch für andere Städte interessant.

Organisatorisches und Zeitplan

Die Teilnehmenden werden bis August 2025 akquiriert, um eine verlässliche Planung zu ermöglichen. Die Umsetzung ist für Dezember 2025 vorgesehen. Einheitliche Gestaltungselemente wie Tür-Aufsteller, Plakate und Social-Media-Materialien sorgen für ein konsistentes Erscheinungsbild. Eine digitale Plattform mit Kalenderübersicht und Teilnahmeformular wird bereitgestellt. Die Kommunikation erfolgt über Presse, Newsletter, Social Media und den Innenstadtverteiler der Göttingen Marketing GmbH und des Pro City e.V.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
04. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Handel beleben, Menschen
verbinden: Das Schuhcafé-Konzept,
desenrasco GmbH,

Leer (Ostfriesland)

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Handel beleben, Menschen verbinden: Das Schuhcafé-Konzept

Institution

desenrasco GmbH

Ansprechpartner

Both, Bianca
Neue Straße 5, 26789 Leer
0162 7151387
info@desenrasco.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Das Schuhcafé verbindet auf einzigartige Weise Handel, Kultur und Gastronomie und schafft damit eine lebendige Erlebniswelt, die Menschen nachhaltig in die Innenstadt bringt. Unser Ansatz ist klar: Wir wollen Frequenz schaffen, die über den reinen Einkauf hinausgeht – mit einem Ort, der Schuhe, Kaffee und Kultur vereint und damit ein neues Kapitel für den stationären Handel aufschlägt.

Im Zentrum steht als Flagshipstore die Zentrale unserer eigenen Schuhmarke desenrasco. Unsere Marke steht für handgemachte Qualität, nachhaltige Produktion und portugiesische Leichtigkeit. Das Schuhcafé ist damit nicht nur ein Verkaufsraum, sondern Herzstück und Schaufenster unserer Philosophie: Schuhe mit Charakter, die Geschichten erzählen und Menschen verbinden.

Besonders macht uns die Verbindung von Alltäglichem und Außergewöhnlichem. Schon der Besuch im Café wird zu einem Erlebnis: Gäste genießen ihren Kaffee in entspannter Atmosphäre – und entdecken ganz nebenbei unser Schuhsortiment. Oft verwandelt sich ein kurzer Cafébesuch in ein spontanes, unvergessliches Einkaufserlebnis mit einem neuen Paar handgefertigter Schuhe. Umgekehrt wird der Schuhkauf durch das Café zu einem Moment des Genießens, der bleibt. So entstehen Erlebnisse, die Handel weit über das klassische Einkaufen hinaus aufwerten.

Dass dieses Konzept wirkt, zeigt der Zuspruch: Wo wir als reines Ladengeschäft für handgemachte Schuhe mit unserem kleinen Gastraum von 40 m² vielleicht 10–15

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Besucherinnen und Besucher am Tag erwarten dürften, zieht das Schuhcafé heute regelmäßig bis zu 200 Gäste täglich an. Diese Vielfalt an Begegnungen bringt Leben in die Stadt, erzeugt Atmosphäre und bietet ein Highlight, das Einheimische ebenso wie Touristinnen und Touristen anzieht. Ab dem kommenden Jahr wird unser Schuhcafé sogar als Geheimtipp in mehreren Reiseführern zu finden sein – ein klarer Beleg für die Strahlkraft des Konzepts.

Darüber hinaus sind wir deutschlandweit und in der Schweiz aktiv – über unseren Onlineshop, auf Messen, Landpartien und mit Handelspartnern. Viele unserer Kundinnen und Kunden reisen gezielt aus anderen Regionen an, um das Schuhcafé persönlich zu erleben. Nicht selten buchen sie gleich ein komplettes Übernachtungspaket, das wir in Zusammenarbeit mit einem Hotel in der Altstadt anbieten. So vernetzt sich unser Konzept direkt mit dem lokalen Tourismus und trägt zusätzlich zur Belebung der Stadt bei.

Ergänzt wird der Alltag durch ein lebendiges Veranstaltungskonzept: portugiesische Abende mit Musik und Kulinarik, Lesungen, kleine Konzerte oder Feste. Damit bringen wir ein Stück portugiesische Leichtigkeit und das dort so typische Miteinander nach Deutschland. Unser Schuhcafé wird so zur Bühne für Austausch und Kultur – und der Handel wird zum Ort echter Begegnung.

Für die Innenstadt bedeutet das: mehr Besucherinnen und Besucher, die länger bleiben, öfter wiederkommen und die lokale Wirtschaft insgesamt stärken. Wir sind überzeugt, dass Handel mehr sein kann als Ware und Preis – er kann Kulturträger, Gastgeber und Impulsgeber sein.

Darüber hinaus sind wir Initiator des Gründernetzwerks Nordwest. Mit diesem Engagement möchten wir Gründerinnen, Gründern und Jungunternehmern eine Bühne geben, ihnen Inspiration und Austausch ermöglichen und sie dabei unterstützen, sich nachhaltig zu entwickeln. Unser Schuhcafé ist damit nicht nur ein Frequenzbringer im Handel, sondern zugleich ein Ort, an dem neue Ideen entstehen, unternehmerisches Denken gefördert und die Zukunftsfähigkeit der gesamten Region gestärkt wird.

Mit unserem Schuhcafé stellen wir ein Modell vor, das zeigt, wie Handelsflächen neu gedacht werden können: als Erlebnisräume, die Menschen anziehen und verbinden. So leisten wir einen aktiven Beitrag zur Belebung des Handelsstandorts und zum gesellschaftlichen Miteinander.

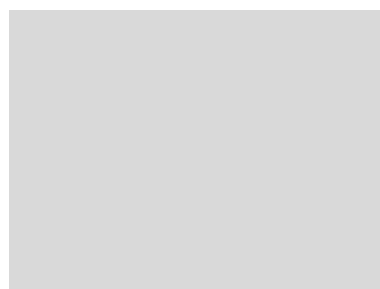
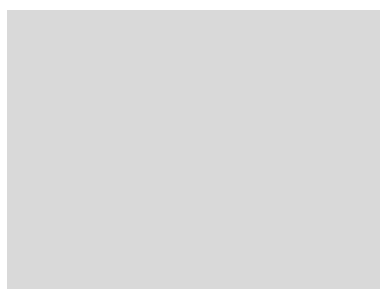
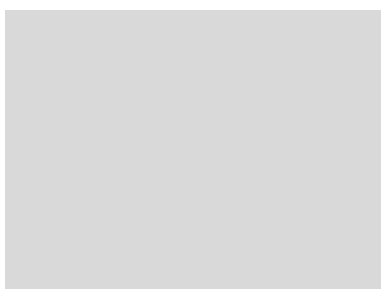
Handel wird Begegnung – und genau darin liegt die Frequenz der Zukunft.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Förderprogramme

Fotos oder Links zu Videos:



Datum: 20.08.2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Ein Wohnzimmer für die Innenstadt!,
Bücher von Bestenbostel,

Nordenham

2025



AUSGEZEICHNET!
Siegerprojekt im Jahr
2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Ein Wohnzimmer für die Innenstadt!

Institution

Bücher von Bestenbostel

Ansprechpartner

Anne v. Bestenbostel
Marktpassage 2, 26954 Nordenham
04731 923040
anne@bestenbostel.com

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Nordenham Marketing & Touristik

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Ein Wohnzimmer für die Innenstadt!

In Zeiten sinkender Frequenz und steigendem Internethandel möchten wir unsere Buchhandlung als Wohnzimmer für die Nordenhamerinnen und Nordenhamer anbieten. Wir sitzen mitten in der Fußgängerzone und sind schon lange Anlaufstelle für Fragen aller Art, weit über das Buch hinaus. Seit über zehn Jahren kann man unseren Verkaufsraum abends buchen zum „Einschließen & Genießen“, d.h. kleine Gruppen stöbern stundenlang bei Wein und Knabbereien und klönen in unserer Lese-Ecke auf dem Sofa. Dabei sind sie wirklich ganz alleine, bis wir sie abends um halb zehn wieder befreien. Natürlich dürfen die Leute dann alles kaufen, was sie in der Zeit entdeckt haben und gleich weiterlesen wollen.

Nun gehen wir noch einen Schritt weiter: Wir bauen einen Teil der Buchhandlung um und machen alles noch gemütlicher. Vier Meter Regalwand fliegen raus, ein langes Sofa, Tische und bequeme Sessel nehmen den Raum ein und bieten noch mehr Platz für entspanntes Beisammensein in der Buchhandlung. In unserem Wohnzimmer können sich Freundinnen nach dem Wochenmarkteinkauf auf einen Kaffee treffen. Eltern warten auf ihre stöbernden Kinder oder lesen ihnen ein neues Buch vor. Wer vom Regen überrascht wird, kann bei uns abwarten und dabei sogar seinen Laptop zücken und ein bisschen arbeiten. Viele Orte, an denen man sich gerne aufhält, gibt es in unserer Innenstadt ja nicht (mehr). Wer ein Buch verschenkt, schreibt vielleicht gleich die Glückwunschkarte dazu. Wer zum Getränk eine Zigarette rauchen will, setzt sich einfach vor die Tür auf unsere grüne Bank.

Wir selber möchten auch weiterhin zum „Einschließen & Genießen“ einladen, endlich unseren Leseclub an den

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Start bringen und zu einer „Silent Reading Party“ bitten. Dieser neue Trend verbindet Leute, die zusammenkommen, sich evtl. kurz vorstellen und dann jeder für sich ein Buch lesen. Verrückt, aber wahr – und in immer mehr Städten sehr beliebt. Außerdem können wir Mal- oder Handarbeitskurse anbieten, Schlaue Stunden oder Happy Hours, ohne dass wir erst groß umräumen müssen. Die Fans koreanischer Popmusik (K-Pop) treffen sich eh schon zum Stammtisch bei uns und sind auch weiter willkommen.

Auch über die Öffnungszeiten hinaus kann unser Wohnzimmer genutzt werden. Buchclubs oder Handarbeitskreise, das monatliche Händlerfrühstück, Sprachkurse oder die Flötengruppe? Hereinspaziert! Der Förderverein einer Schule möchte in Ruhe eine Vorstandssitzung durchführen? Erzieherinnen wollen neue Bilderbücher für ihren Kindergarten aussuchen und dabei gleich eine Dienstbesprechung abhalten? Tante Ruth wird achtzig und lädt zu Sekt und Häppchen? Das Wohnzimmer bietet Platz! Unser kleines Team wird dabei nicht immer vor Ort sein, sondern den Feierabend genießen. Die Leute im Laden sind auf Vertrauensbasis dort. So können wir auch abends Geld verdienen, und die Besucher*innen müssen sich nicht an starre Öffnungszeiten halten. Wir verbinden die Vorzüge von online und offline und bieten beides!

Die Kaffeemaschine steht schon lange im Verkaufsraum, nun kommt noch ein Kühlschrank dazu. Wir haben unser Gewerbeanmeldung erweitert und dürfen jetzt auch Getränke verkaufen. Dabei wollen wir der benachbarten Gastronomie keine Konkurrenz machen, sondern den Menschen, die bei uns sind, einen noch schöneren Aufenthalt beschieren. Wir sind sicher, dass wir mit diesem erweiterten Angebot mehr Menschen auf uns aufmerksam machen können. Wir möchten den Leuten einen guten Grund geben, in die Innenstadt zu gehen. Wenn sie erstmal bei uns sind, können wir sie von unserer Herzlichkeit, unserem Service und von unserer sorgfältig kuratierten Buchauswahl überzeugen, mit der wir seit über 100 Jahren für Nordenham da sind.

Die Möbel sind bestellt, die Termine mit den Handwerkern koordiniert! Im September wird umgebaut; eingeweiht wird das Wohnzimmer dann mit der Premierenlesung einer Nordenhamer Autorin! Wir freuen uns auf eine noch schönere Buchhandlung und auf noch mehr Begegnungen mit vielen netten Menschen.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
14. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Herzlich willkommen!
Wir begrüßen unsere Innenstadt
im Gewerbegebiet,
Wohncenter Nordenham GmbH,

Nordenham

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Herzlich willkommen! Wir begrüßen unsere Innenstadt im Gewerbegebiet

Institution

Wohncenter Nordenham GmbH

Ansprechpartner

Hendrik Lenz

Atenser Allee 140, 26954 Nordenham

04731-6064

lenz@wohncenter-nordenham.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Nordenham Marketing & Touristik

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Die Innenstadt im Gewerbegebiet? Wir machen es möglich!

Zu verschiedensten Veranstaltungen laden wir ortsansässige Unternehmen in unser Einrichtungshaus ein. Auf 4.000 qm Fläche präsentieren sich zu dieser Gelegenheit verschiedenste Unternehmen, Vereine und hiesige Kleinkünstler. Dabei geben wir mehrmals im Jahr Themenschwerpunkte vor, kümmern uns mit viel Aufwand und Liebe zum Detail um die Organisation und das Marketing. Auf eine Standgebühr der Teilnehmenden wird verzichtet. Die Besucher (je nach Veranstaltung zwischen 500 und 4.000) können kostenlos die Events besuchen.

Wir bieten somit eine bunte Plattform, auf der kontaktet und auf sich aufmerksam gemacht werden kann. Die Geschäfte aus unserer Innenstadt profitieren somit von unserer guten Peripherie und Kundenfrequenz. Wir profitieren von einem lebendigem Angebot, guter Stimmung und einer abwechslungsreichen Arbeit.

Hier einige Beispiele unserer bereits durchgeführten Events: Ladies Night; Männersache; Amerikanisches Wochenende; Winterzauber; Nachhaltigkeits Messe; Azubi-Börse; Halloween; Moden Schauen und vieles mehr!

Kochabende: Gerne können Firmen auch unsere Show-Küche nutzen. Ob VIP-Abende mit deren Kunden, Mitarbeitern oder Geschäftspartnern: Diese geselligen Abende werden gerne genutzt. Gekocht wird durch eine ortsansässige Köchin. Unter Anleitung können aber auch die Besucher selbst den Rührlöffel schwingen.

Wir setzen auf Regionalität!

Auch bei Investitionen in unser Unternehmen setzen wir auf ortsansässige Unternehmen und arbeiten viel mit

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Handwerksbetrieben aus unserer Region zusammen.

Sponsoring

Ob Tombola-Gewinne oder Möblierungen bei Theateraufführungen. Wir unterstützen Vereine, Kultur und andere Veranstaltungen. Immer unter dem Motto: Je mehr Leben in der City, je besser! ;)

Auch neue Mitbürger werden unterstützt. So beteiligen wir uns zum Beispiel am "Willkommensguide" der Wirtschaftsförderung unseres Landkreises oder engagieren uns bei der kostenlosen Ausstattung von Flüchtlingsunterkünften.

Infrastruktur

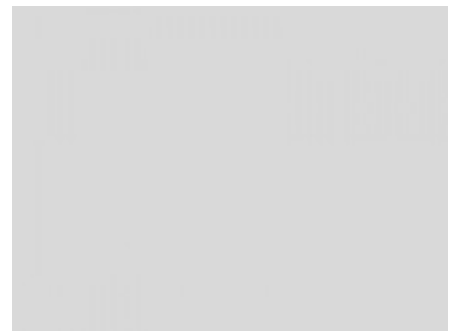
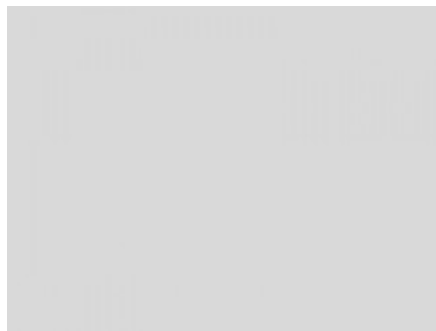
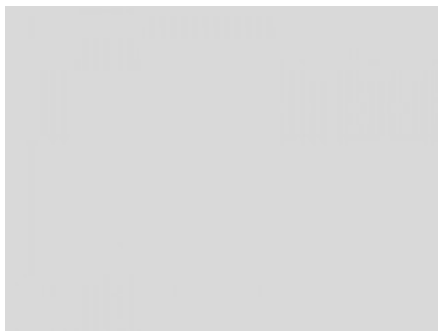
Wir bieten mit unseren 22 E-Ladestationen und 3 E-Bike-Ladestationen eine Möglichkeit und einen weiteren Anreiz, dass die Anreise für Auswertige in unsere Stadt erleichtert wird. Davon profitieren alle Anderen auch!

Wir sind dabei

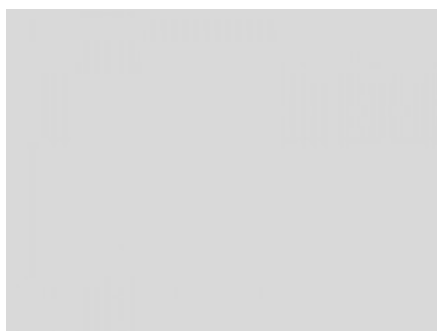
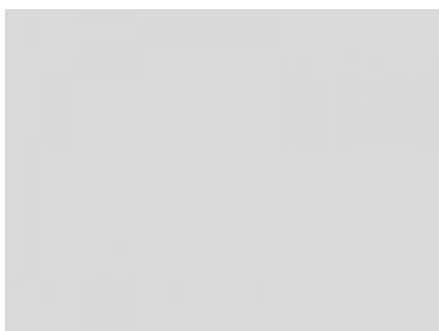
Als Mitglied von NMT unterstützen wir die Arbeit und das Engagement unseres Stadtmarketings, die sich mit viel Einsatz für unsere schöne Stadt einsetzt (Danke Ilona :) Wir bedauern etwas, dass NMT als Jury-Mitglied nicht nominiert werden kann. Verdient hätten Sie es!

Als Möbelhaus im Gewerbegebiet schaffen wir mit unserem Engagement Erlebnisse, die über unser eigenes Sortiment hinaus gehen. Bei unseren Veranstaltungen präsentieren sich auch Händler aus der Innenstadt. So bringen wir Kunden auf neue Ideen und lenken sie gezielt in die City.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
14. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Die Oldenburger Tüte,
Oldenburgs Gute Adressen GbR,

Oldenburg

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Die Oldenburger Tüte

Institution

Oldenburgs Gute Adressen GbR

Ansprechpartner

Matthias Glanz
Haaresnstraße 33, 26122 Oldenburg
04419556070
glanz@schrift-und-form.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

„Oldenburgs Gute Adressen“ ist ein Zusammenschluss inhabergeführter Einzelhändler und Gastronomen. 2010 mit dem Ziel gegründet, durch Events und Aktionen, Interesse und Aufmerksamkeit auf die Oldenburger Innenstadt zu lenken.

Die Bandbreite und das Engagement reicht vom Private View der World Press Photo Ausstellung im Oldenburger Schloss, über den Tweed Run (www.tweedrund.de), den Oldenburger Theaterball bis hin zu vielen Aktionen und Kooperationen mit unseren Kulturpartnern. Zu allen Veranstaltungen werden die Kunden persönlich eingeladen, mit dem Ziel durch wertvolle soziale Interaktion und besondere Events emotionale Marker zu setzen die für Gesprächsstoff und Begehrlichkeit sorgen.

Für den Wettbewerb möchten wir „Die Oldenburger Tüte“ vorstellen. Der Kreativwettbewerb startete erneut in 2024 mit einer KIBUM-Sonderedition. Anlässlich des 50-jährigen Jubiläums der Kinder- und Jugendbuchmesse waren diesmal Kinder und Jugendliche bis 16 Jahre eingeladen, ihre kreativen Ideen auf weißen Einkaufstüten umzusetzen.

Der Kreativwettbewerb wurde 2015 ins Leben gerufen. Bei der Gestaltung der Tüte können Kinder und Jugendliche ihren Ideen freien Lauf lassen - ob mit Buntstiften, als Collage, Fotografie oder mit Geschichten. Die Tüten waren bei allen Mitgliedern, der Tourist-Info und Partnern gegen eine Spende von 2 € für den guten Zweck erhältlich. Aufgefordert waren auch Paten und Unternehmen, Kindergartengruppen, Schulklassen oder Kunstkurse mit Tüten auszustatten, um jungen Menschen zu ermöglichen an dem Wettbewerb teilzunehmen und gleichzeitig einen guten Zweck zu unterstützen.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Oldenburg wird zum Outdoor-Museum

Nach der Einreichung der Tüten bei allen Ausgabestellen wurden die besten Gestaltungen von einer Jury in vier Altersklassen gekürt. Die Gewinnertüten wurden auf der KIBUM und zusammen mit allen Tüten in den Schaufenstern der Mitglieder von „Oldenburgs Gute Adressen“ ausgestellt. So wurde die Oldenburger Innenstadt zu einem Outdoor-Museum, das viele Familien anzieht.

Die Tüte als sympathischer Frequenzbringer

Das Marketing für den Wettbewerb fand über die Social Media Kanäle (Links nachstehend), über die Mitglieder und Partner mit Flyern, Aufstellern und Plakaten statt. Pressemitteilungen wurden von der regionalen Presse veröffentlicht und weitere Partner wie die Tourist-Info oder Sponsoren wie eine Kinderbuchhandlung oder Kinderzahnarzt waren zusätzliche Multiplikatoren.

Die Förderung der Kreativität sowie der gute Zweck machen den Wettbewerb für alle Beteiligten sympathisch und niederschwellig. Die Steigerung der Frequenz in der Innenstadt erfolgt durch die folgenden Schritte:

- Beschaffung der Tüte gegen eine Spende
- Einreichung der Tüte für den Wettbewerb
- Verfolgung des Wettbewerbsverlaufes durch erste ausgestellte Tüten in den Schaufenstern
- das „Auffinden“ der eigenen Tüte in einem der Schaufenster von „Oldenburgs Gute Adressen“

Zudem wurde mit den Tüten die Fenster eines Leerstands in der Innenstadt „zugeklebt“. Diese Aktion wurde vom Innenstadtmanagement der Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg unterstützt (Link zum Facebook-Video: <https://www.facebook.com/Oldenburgsguteadressen/videos/358439007330953>)

Für den guten Zweck

Eine rege Beteiligung hat in der Vergangenheit dazu beigetragen, dass zahlreiche Spenden für wohltätige Zwecke zusammengekommen sind. Organisationen wie die Oldenburger Tafel oder TrostReich, eine Trauerhilfe für junge Menschen, wurden damit unterstützt. In 2024 kam die Spenden der Leseförderung in Oldenburg zugute.

Der Song: Es ist an der Zeit bunte Tüten zu malen...

Jürgen Fastje von der gleichnamigen Gitarrenschule in Oldenburg komponierte direkt einen Song zur Tüte „Musik fördert einfach die Kreativität“. (Auch im Blog auf der Website: <https://www.oldenburgs-gute-adressen.de/die-oldenburger-tuete/>)

Weitere Informationen

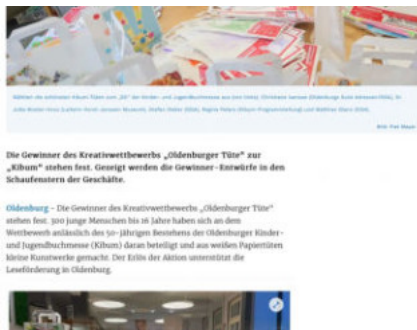
www.oldenburgs-gute-adressen.de/die-oldenburger-tuete/



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort

www.facebook.com/Oldenburgsguteadressen
www.instagram.com/oldenburgs_gute_adressen/

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
22. Aug 2025

Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Papenburglocals-Treffen,
Papenburglocals GmbH,

Papenburg

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Papenburglocals-Treffen

Institution

Papenburglocals GmbH

Ansprechpartner

Sabine Pinkernell

Ölmühlenweg 21, 26871 Papenburg

+49 151 44169939

sabine.pinkernell@papenburglocals.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

2020 gab es diverse nicht mehr funktionsfähige Werbegruppen mit fehlender Innovationskraft. Daraufhin wurde das Papenburglocals-Treffen unter der Leitung der Papenburglocals / 100%-ige Tochtergesellschaft der Stadt Papenburg initiiert. Die Teilnahme ist kostenlos.

Ziel: Monatliches Treffen aller Händler:innen vor Ladenöffnung, zur Entwicklung gemeinsamer Konzepte, Veranstaltungsreihen, Informationsplattform für Neugründungen und Vereine etc. mit dem Ziel der Frequenzsteigerung in der Innenstadt.

Keine Gremienstruktur – alle Teilnehmer:innen sind gleichberechtigt

Kurze Entscheidungswege

Keine Partikulärinteressen, keine Historienbetrachtung. Es zählt nur das gemeinsame Ziel mehr Menschen in die Innenstadt zu bringen

Papenburglocals als neutrale Klammer und direkte Abstimmung mit Rathaus, Ordnungsamt etc. möglich. Die Locals teilen Informationen der IHK, Förderungsmöglichkeiten, BCSD usw.

Erfolge:

Papenburger-Meilen :

Um die Frequenz in der Innenstadt nach Corona zu erhöhen wurde das Veranstaltungsformat der Meilen entwickelt. Von Mai bis Oktober findet eine Meile unter einem speziellen Motto statt wie Nachhaltigkeitsmeile, Blaulichtmeile. Es werden bis zu 9k Besucher erreicht

Social Media:

Alle Aktivitäten werden als collab im Papenburglocals-account geteilt. Es werden Reels mit der Kaufmannschaft gedreht und die Reichweiten deutlich erhöht auf Instagram, TikTok und Facebook. Beispielsweise über 6k Follower bei Instagram und es gibt Social Media Stammtische

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Weihnachtsschokolade :

Gemeinsam wurde eine eigene, Fairtrade-Schokolade mit Gewinnmöglichkeiten von Papenburg-Gutscheinen entwickelt. Auflage 20k

Bummeltied :

2024 wurde ein Couponheft für die Touristen entwickelt. Die Ausgabe erfolgt am Campingplatz und in der Touristinfo

Budenzauber:

Es wurde ein Weihnachtsmarkt mit Eislauffläche, Verkaufsständen des lokalen Handwerks und vielen Attraktionen entwickelt

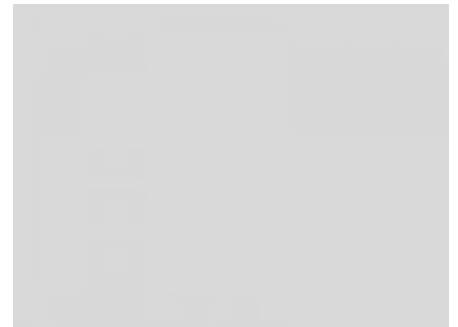
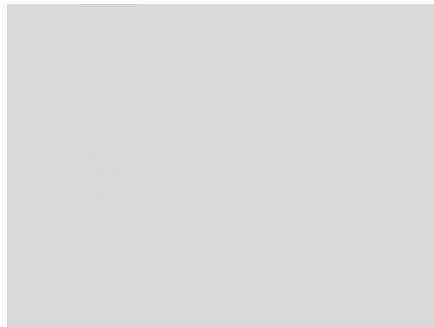
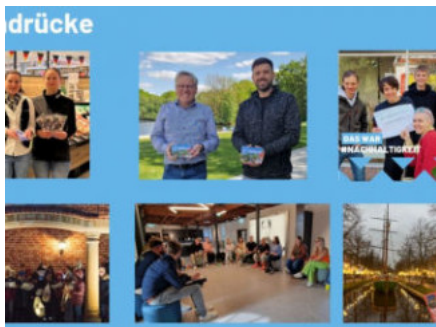
Papenburg-Gutschein:

Um die Kaufkraft der Innenstadt zu erhöhen wurde der digitale Papenburg-Gutschein entwickelt.

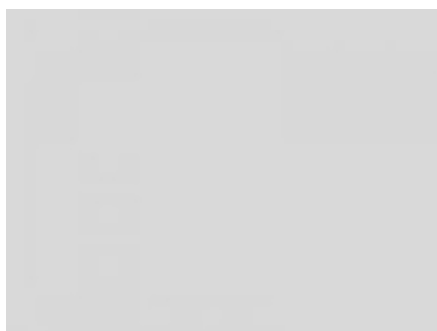
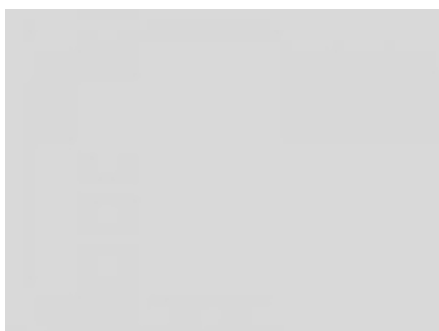
Umsatzvolumen 2024 fast 600.000 €

Weitere Aktionen für die Zukunft, wie Gesundheitsmesse, neue Eventformate, Kunstsommer etc. sind geplant

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
21. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Ein Standort der Synergien schafft,
Carl Hasselbach GmbH & Co. KG,

Rosdorf

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Ein Standort der Synergien schafft

Institution

Holzland Hasselbach

Ansprechpartner

Carl Hasselbach GmbH&Co KG
Am Flüthedamm 2, Carl Hasselbach GmbH & CoKG, Rosdorf
01725648100
birgitt.wirsam@holzland-hasselbach.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Bewerbung für den Wettbewerb „Innovative Standorte“: Holzland Hasselbach – Ein Ort, der Geschichte und Zukunft verbindet Wir freuen uns sehr, Holzland Hasselbach als Kandidaten für den Wettbewerb „Innovative Standorte“ der IHK Hannover vorstellen zu dürfen. Seit 140 Jahren, genauer gesagt seit 1885, ist unser Familienunternehmen im Holz- und Baustoffhandel tätig und hat sich über Generationen hinweg stets neu erfunden. Vor drei Jahren wurde die Unternehmensführung erfolgreich in die nächste Generation übergeben, was nicht nur unsere Beständigkeit, sondern auch unsere Offenheit für zukunftsweisende Entwicklungen unterstreicht.

Ein Standortkonzept, das Synergien schafft Unser heutiger Standort, der 2010 auf einer Fläche von 25.000 qm vor den Toren Göttingens auf der grünen Wiese neu errichtet wurde, ist das Herzstück unserer Innovationsstrategie. Mit dem Ziel, die Kundenfrequenz zu erhöhen und ein einzigartiges Einkaufserlebnis zu schaffen, haben wir uns bewusst für ein ganzheitliches Standortkonzept entschieden. Unser Gebäude beherbergt neben unserem umfangreichen Holz- und Baustoffhandel eine Vielzahl weiterer Unternehmen, die sich perfekt ergänzen und gegenseitig stärken:

- * Schuhhaus Heinmüller: Ein großes Schuhgeschäft auf 1.200 qm mit vielen Fachabteilungen, das eine breite Kundenbasis anzieht.
- * GB Meesenburg GmbH & Co. KG: Ein Bau-Beschlagshändler auf 1.100 qm, der unser Angebot ideal ergänzt.
- * Tischlerei & Holzbau GmbH: Eine moderne Tischlerei mit 500 qm Werkstattfläche, die Handwerkskunst erlebbar macht.
- * Schuh- und Schlüssel Profi Dschurny: Ein praktischer Serviceanbieter für den täglichen Bedarf.
- * Manamia - Ruch GmbH: Ein gemütliches Café mit großer Außenterrasse auf 300 qm, das zum Verweilen und Genießen einlädt.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Diese Diversität macht unseren Standort zu einem lebendigen Treffpunkt, an dem Kunden nicht nur einkaufen, sondern auch Dienstleistungen in Anspruch nehmen und sich austauschen können.

Gemeinschaft und Nachhaltigkeit als Grundpfeiler Ein besonderes Highlight unseres Gemeinschaftsgedankens ist unser jährlich im Frühjahr stattfindendes Frühlingsfest/Hausmesse. Über zwei Tage hinweg versammeln sich alle Gewerbetreibenden des Standorts sowie zahlreiche externe Aussteller, um ein unvergessliches Erlebnis zu bieten. Eine große Tombola, deren Erlös stets einem anderen lokalen Verein zugutekommt und vollständig von uns gesponsert wird, sowie zahlreiche Attraktionen für Kinder und Erwachsene machen dieses Fest zu einem echten Publikumsmagneten. Jeder Partner bringt sich mit vollem Engagement ein – ein klares Zeichen für unseren starken Zusammenhalt.

Darüber hinaus legen wir größten Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Unser gesamtes Gebäude wurde in Holzbauweise mit einer Brettstapeldecke errichtet, was nicht nur eine besondere Atmosphäre schafft, sondern auch unsere Verpflichtung zu ökologischem Bauen unterstreicht. Auf dem Dach befindet sich eine große PV-Anlage mit über 300 kWp, ergänzt durch sechs Wallboxen für Elektrofahrzeuge, einen Solar-Carport und den Einsatz von Elektrostaplern. Diese Maßnahmen spiegeln unser umfassendes Engagement für eine umweltfreundliche und ressourcenschonende Betriebsführung wider.

Holzland Hasselbach ist mehr als nur ein Handelsunternehmen – wir sind ein zukunftsweisender, gemeinschaftlicher und nachhaltiger Standort, der Tradition und Innovation auf einzigartige Weise verbindet. Wir sind davon überzeugt, dass unser Konzept die Kriterien des Wettbewerbs „Innovative Standorte“ in besonderem Maße erfüllt und freuen uns auf die Möglichkeit, dies im Rahmen Ihrer Veranstaltung näher zu präsentieren.

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
21. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Kreativhaus Sottrum - Gemeinsam
gegen Leerstand, für gelebte Vielfalt,
poshpinks GmbH,

Sottrum

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Kreativhaus Sottrum - Gemeinsam gegen Leerstand, für gelebte Vielfalt

Institution

poshpinks GmbH

Ansprechpartner

Melanie Köster
Große Straße 4, 27367 Sottrum
0160-2380185
melanie@poshpinks.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Seit Januar 2025 beleben poshpinks Stoffdesign und das Gardinenhaus Sackmann gemeinsam den Einzelhandel im Ortskern von Sottrum. Durch diese Kooperation wurde nicht nur ein drohender Leerstand verhindert, sondern ein ganz neuer, lebendiger Ort geschaffen – das Kreativhaus Sottrum.

Der Hintergrund: Aufgrund voller Auftragsbücher bietet Michael Sackmann Gardinenberatung nur noch nach Terminvereinbarung an. Ohne die kreative Mitnutzung durch poshpinks hätte das Traditionsgeschäft, welches seit 1954 im Ortskern ansässig ist, dauerhaft geschlossen werden müssen. Stattdessen entstand durch unternehmerischen Mut und Gemeinschaftssinn eine neue Wirkungsstätte, die weit über den Verkauf hinausgeht.

Im Kreativhaus finden heute Nähkurse, kreative Treffen sowie Veranstaltungen mit kulturellem Anspruch statt. Ein erstes Konzert des Jugendchors „Rising Voices“ wurde bereits umgesetzt, weitere kleine Konzerte für 2026 sind in Planung. Darüber hinaus bietet poshpinks regelmäßige Formate wie „Stoff’n’Schnack“-Wochenenden oder offene Näh-/Stricktreffen an – Begegnungsräume, in denen Kreativität, Gemeinschaft und Selbstwirksamkeit im Mittelpunkt stehen.

Das Stoff’n’Schnack Format wirkt sogar überregional: Teilnehmer:innen reisen aus ganz Deutschland & darüber hinaus an und übernachten im Gasthof Röhrs. Für die Verköstigung wird die Igelbäckerei Holste oder die örtliche Gastronomie gebucht. So wird nicht nur der Leerstand belebt, sondern auch das regionale Wirtschaftsleben gestärkt.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Das Besondere am Projekt: Zwei völlig unterschiedliche Betriebe arbeiten unter einem Dach, teilen Fläche, Ressourcen, Kundschaft – und ergänzen sich ideal. Statt Konkurrenz lebt das Kreativhaus von Kooperation. Der gemeinsame Ort wirkt einladend, farbenfroh und offen – ein echter Gegenpol zur Verödung vieler Ortszentren. Die Besucher:innen erleben hier Beratung mit Herz, Austausch auf Augenhöhe und das gute Gefühl, Teil von etwas zu sein, das wächst.

Finanziert wurde das Projekt bisher ausschließlich aus Eigenmitteln: durch Umsätze, ein Gesellschafterdarlehen und zeitweise umsatzbasierte Finanzierungen. Trotz kaufmännischer Ausbildung im Groß- und Außenhandel stieß Gründerin Melanie Köster bei klassischen Banken oft auf Skepsis – nicht selten mit der Frage, ob ihr (inzwischen geschiedener) Mann als Bürge zur Verfügung stehe. Das war ernüchternd – und zugleich Antrieb, ihren eigenen Weg zu gehen.

Heute steht poshpinks für kreatives Unternehmertum mit Haltung. Mit dem Kreativhaus Sottrum wurde ein Ort geschaffen, der inspiriert – Frauen, Kreative, Jugendliche und alle, die mehr wollen als Onlinebestellung und anonyme Dienstleistung. Hier entsteht echte Verbindung: zwischen Menschen, Gewerken, Ideen und Generationen.

Für dieses Engagement wurde Melanie Köster 2024 mit dem Gründungsbotschafter-Preis der IHK Elbe-Weser ausgezeichnet – als Mutmacherin im Einzelhandel. Die damals eingereichte Idee ist inzwischen vollständig umgesetzt.

Für die Zukunft ist geplant, das Kurs- und Veranstaltungsangebot weiter auszubauen, die Zusammenarbeit mit Schulen und Kulturakteuren vor Ort zu vertiefen und langfristig ein kreatives Netzwerk im Landkreis zu etablieren.

„Chancen bieten sich dir, wenn du bereit bist und Wachstum entsteht außerhalb der Komfortzone.“

Diesen Leitsatz lebt Melanie Köster mit jeder Entscheidung.

„Sei bunt. Sei mutig. Sei kreativ.“ – das ist keine Floskel, sondern gelebte Einladung.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Link zum Video

<https://www.instagram.com/reel/DE-OtfUsEna/?igsh=MWWVzb3Z2MDFxYzRkeg==>

Eingereicht am

18. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

"Heimatshoppen & Handwerk meets
Handel - Hermannsburg geht fremd",
Unternehmerverband Südheide,

Südheide

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

"Heimatshoppen & Handwerk meets Handel - Hermannsburg geht fremd"

Institution

Unternehmerverband Südheide

Ansprechpartner

Vanessa Gaede (Forensprecherin Handel)
Am Markt 5, 29320 Hermannsburg
0173 5922879
gaede.weesen@t-online.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Am 13. September 2025 veranstalten lokale Unternehmen, Handwerksbetriebe und Einzelhändler in Hermannsburg gemeinsam mit dem Unternehmerverband Südheide eine besondere Mitmachaktion unter dem Motto: „Hermannsburg geht fremd“. Dabei präsentieren sich die lokalen Geschäfte und Handwerksbetriebe gegenseitig – Handwerk trifft auf Handel, der Laden auf die Werkstatt, die Schere auf die Säge.

Ziel der Aktion ist es, die Sichtbarkeit des lokalen Handels und Handwerks zu stärken, neue Synergien zu schaffen und die Besucherfrequenz im Ortskern zu erhöhen. Durch kreative Partnerschaften und außergewöhnliche Präsentationsformen entsteht ein lebendiges Zentrum, das den ländlichen Raum auf innovative Weise belebt.

Die Aktion „Heimatshoppen & Handwerk meets Handel“ verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz: Lokale Händler und Handwerksbetriebe schließen sich für einen Tag zusammen und gestalten gemeinsam Verkaufsflächen, Schaufenster und Aktionsstände. Ein Malerbetrieb präsentiert sich im Buchladen, ein Friseur im Modegeschäft, die Tischlerei in der Bäckerei. Dieses „Fremdgehen“ macht neugierig und schafft Aufmerksamkeit.

Besucher können so bei einem Rundgang durch Hermannsburg ein ganz neues Einkaufserlebnis entdecken, das weit über klassisches Shopping hinausgeht. Ergänzt wird die Veranstaltung durch ein Gewinnspiel, das die Besucher animiert, mehrere Stationen zu besuchen und mit den Akteuren ins Gespräch zu kommen. So wird die Kundenbindung gestärkt, das Bewusstsein für lokale Wirtschaft geschärft und die Attraktivität des Ortskerns spürbar gesteigert.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Gleichzeitig bietet die Aktion eine Plattform zur Präsentation innovativer Services – z. B. QR-Codes an Schaufenstern mit Kurzvideos zu den teilnehmenden Unternehmen, interaktive Beratung, exklusive Tagesrabatte oder kleine Mitmachaktionen vor Ort.

Das Projekt adressiert mehrere Ziele der Zentrenentwicklung:

- Frequenzsteigerung: Durch das Cross-Marketing zwischen Handel und Handwerk entsteht ein neues Veranstaltungskonzept mit hoher Anziehungskraft – besonders für regionale Zielgruppen.
- Multifunktionalität: Der stationäre Handel wird als Plattform für andere Branchen genutzt, wodurch neue Kombinationen entstehen (z. B. Friseur im Einrichtungshaus, Handwerk im Drogeriemarkt).
- Belebung des Zentrums: Die gemeinsame Aktion findet dezentral im Ortszentrum statt – mit Schwerpunkten in Ladenlokalen und auf öffentlichen Flächen, die gezielt aktiviert werden.
- Storytelling und Identität: Die Aktion erzählt eine originelle Geschichte mit lokalem Bezug und unterstreicht die Besonderheit inhabergeführter Betrieben.

Wirkung des Projekts:

- Lokale und regionale Sichtbarkeit: Die Aktion wird in der Region beworben und schafft Aufmerksamkeit für Hermannsburg als lebendigen Handelsstandort im ländlichen Raum.
- Nachhaltige Impulse: Bereits im Vorfeld entstehen neue Kooperationen zwischen Betrieben, die langfristig bestehen bleiben können.
- Sensibilisierung: Die Aktion macht deutlich, wie wichtig lokale Strukturen für die Attraktivität eines Ortes sind – für Bewohner*innen, Politik und Wirtschaft.
- Beispielwirkung: Die Veranstaltung kann leicht von anderen Orten übernommen werden – durch ihre modulare Struktur und die einfache Umsetzbarkeit mit lokal vorhandenen Akteuren.

Kreativität & Innovationskraft:

„Hermannsburg geht fremd“ ist ein ungewöhnlicher, aufmerksamkeitsstarker Slogan, der bewusst mit traditionellen Denkmustern bricht. Die Idee, dass sich Handwerk und Handel „gegenseitig besuchen“, schafft nicht nur neue Perspektiven, sondern auch ein spannendes Erlebnis für die Kundschaft. Dieses intersektorale „Cross-Selling“ ist ein innovatives Veranstaltungsformat im ländlichen Raum.

Nachhaltigkeit und Reproduzierbarkeit:

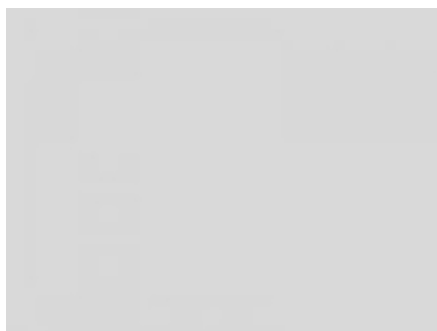
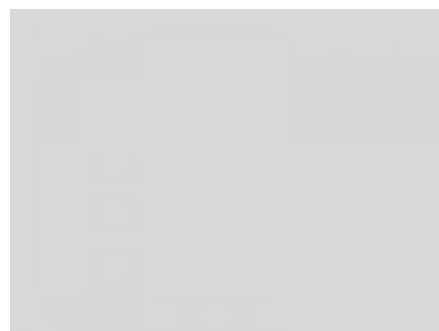
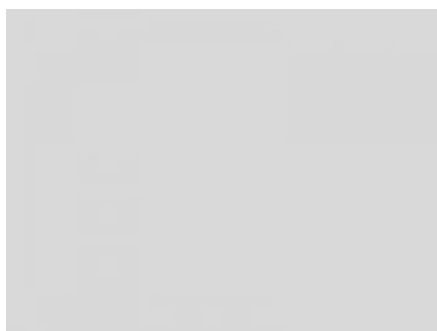
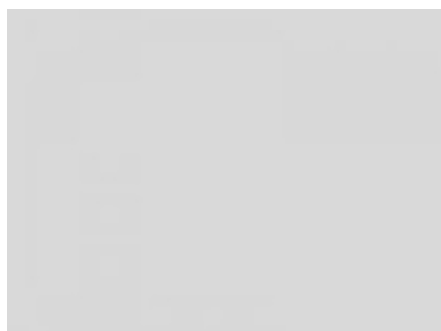
Das Projekt ist nicht als Einmalaktion gedacht. Bereits jetzt planen viele der teilnehmenden Betriebe, ihre Kooperationen über den Tag hinaus fortzusetzen – z. B. durch gemeinsame Angebote, Events oder dauerhafte geteilte Präsentationsflächen.

Förderprogramm(e)

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Die Idee ist durch das Heimatshoppen entstanden, was jährlich von der IHK durchgeführt wird.



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
22. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Vom Pop Up Store zum langfristigen
handmade Shop mit Fotostudio,
Fotowerk_dieWerkstadt,

Vechta

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Vom Pop Up Store zum langfristigen handmade Shop mit Fotostudio

Institution

Fotowerk_dieWerkstadt

Ansprechpartner

Julia Pöstges
Bremer Tor 7, 49377 Vechta
015730031019
julia@fotowerk-vechta.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

Sonstiges

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Stell dir vor, du schlenderst durch die Innenstadt und entdeckst eine kleine kreative Welt – erfüllt von Kaffeeduft, handgemachten Schätzen und Geschichten in jedem Regal.

Ein Ort, an dem Menschen zusammenfinden, kreativ werden und sich ein Stück Zuhause mitten in der Stadt schaffen. Bei uns geht es nicht nur ums Einkaufen – hier wird gestaltet, gelernt und gelacht. In unseren Räumen mit Wohnzimmer-Charakter laden wir zu Workshops ein: Armbänder knüpfen, Kränze binden oder nachhaltige Projekte wie „Pimp my Trash“, bei denen aus alten Schubladen, Gläsern oder Bilderrahmen einzigartige Unikate entstehen.

Darüber hinaus öffnen wir unsere Türen für besondere Formate: Yogaabende mit Klangschalen, Lesungen oder Poetry Slams schenken im hektischen Alltag Momente der Entschleunigung. An Aktionstagen wie dem Weltfrauentag entstehen kreative Mitmachaktionen und Gemeinschaftsprojekte, die Achtsamkeit und Dankbarkeit fördern. Hier entsteht mehr als nur Schönes zum Mitnehmen – hier wachsen Freundschaften, Ideen und Momente, die man im Herzen trägt. Ganz nebenbei verweilen die Menschen länger in der Stadt, schlendern weiter oder kehren noch zum Essen ein – wir sind echte Frequenzbringer.

Auch im Eventbereich sprudeln die Ideen. Unser Fotostudio mit seiner sieben Meter langen Kreidewand verwandelt sich in eine Bühne für Kindergeburtstage, Junggesellenabschiede, kreative Shootings – oder ein Speed-Dating im amerikanischen Stil. Für diese Veranstaltungen arbeiten wir mit umliegenden Gastronomen zusammen, die das bunte Treiben kulinarisch bereichern.

Und damit nicht genug: Im Keller wartet unsere kleine Holzwerkstatt. Hier entstehen individuelle Produkte – vom Frühstücksbrettchen mit Namensgravur bis zu besonderen Geschenkkisten. Viele unserer Aussteller fertigen zudem persönliche Werke an – von bemalten Schallplatten über Schmuck bis zu handbestickten Textilien. So wird jedes Stück zu einem Unikat.

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



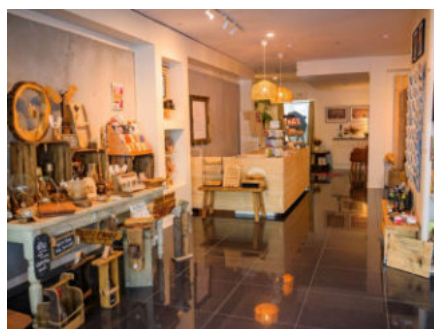
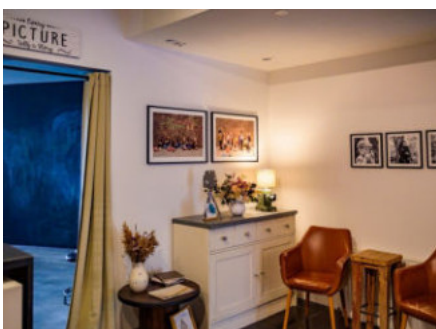
Heute umfasst unser Laden 160 m² voller Herz, Ideen und Kreativität. Mehr als 50 Aussteller(Mieter von Regalfläche) aus der Region zeigen hier ihre Produkte – von Kunst, Deko und Schmuck über Kleidung bis hin zu Seifen, Duftkerzen und Feinkost. Damit entsteht Raum für Kreative, die sich die hohen Innenstadtmieten allein nicht leisten könnten – und deren handgemachte Schätze mitten in die Stadt gehören.

Die Werkstatt begann im Oktober 2023 als Pop-up-Projekt mit Förderung der Stadt und entwickelte sich schnell zu einer Erfolgsgeschichte mit Zukunft. Seit April 2025 gehören das integrierte Fotostudio und die Holzwerkstatt fest dazu. Hinter all dem stehe ich: Julia Pöstges, 36 Jahre alt, seit über 11 Jahren selbstständig mit meinem Fotostudio – eine Frohnatur mit Visionen und einem kreativen Kopf, die es liebt, Dinge zu bewegen und Menschen zusammenzubringen.

Unsere Vision:

Wir träumen von einer Innenstadt voller Leben – ein Ort, an dem Menschen zusammenkommen und Geschichten teilen. Ein Wohnzimmer für die Stadt, in dem Ideen wachsen und Neues entsteht. Dabei wollen wir beim Thema Nachhaltigkeit mit gutem Beispiel vorangehen: Altes neu denken, Dingen ihren Wert zurückgeben und aus Vergangenem etwas schaffen, das Zukunft hat.

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
21. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

1. Wir für Wallenhorst /
Porta Lagerverkauf,
„Wir für Wallenhorst“ – Marketing e. V.,
Wallenhorst
2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

1. Wir für Wallenhorst / Porta Lagerverkauf

Institution

Marketingverein Wir für Wallenhorst

Ansprechpartner

Hans Jürgen Klumpe
Stegerwaldstraße 2, 49134 Wallenhorst
☎+49 151 11649033
post@wirfuerwallenhorst.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Wie aus einem Lagerverkauf ein Schnäppchenmarkt mit vielen Einzelhändlern und buntem Programm für die ganze Familie wird

Dem Ringen um im letzten Moment verhinderte oder aufgrund gesetzlicher Regelungen nicht mögliche Verkaufsoffene Sonntage zum Trotz sucht „Wir für Wallenhorst“ seit Jahren nach alternativen Formaten zur Stärkung des lokalen Einzelhandels – und findet diese! Der 1. Wir für Wallenhorst / Porta Lagerverkauf ist nach der Corona-Aktion „Wir fahren mit Abstand Karussell“, Crazy Windows und Kaninchenrennen eine weitere Initiative, mit der die Mitgliedsunternehmen im Marketingverein der 25.000 Einwohner-Gemeinde zwischen dem Oberzentrum Osnabrück und dem Mittelzentrum Bramsche gemeinsam aktiv vor Ort Handel(n). Rückblende: Die Idee für den gemeinsamen Schnäppchenmarkt bei Porta Möbel entstand im Frühjahr 2024. Porta-Wallenhorst Geschäftsführer Mario Heinhold präsentiert dem Vorstand von „Wir für Wallenhorst“ seinen Plan am Wochenende nach dem 3. Oktober zu zwei Tagen Lagerverkauf voller Überraschungen einzuladen. Und dies wollte er dabei keinesfalls allein tun, sondern gerne zusammen mit so vielen Einzelhändlern aus Wallenhorst, denen er hierfür Platz vor, in und rund um das Porta-Möbelhaus zur Verfügung stellte – mit Erfolg! Unter anderem präsentierten beim Schnäppchenmarkt im und rund um das Möbelhaus am Samstag, 4., und Sonntag, 5. Oktober, die Unternehmen Stavermann (Rasenmäher, Gartengeräte, Kommunaltechnik), Sprenger und Brünink (Fahrräder), Dierker (Sportmode), Meyer (Schuhe), Gemüsegiärtner (Bio-Gemüse aus der Region), Together we are Strong (Merchandising), Klute und Sohne (Bodenbeläge) und die Laptopstube (Computer) sich und ihre Produkte. Ein weiteres Highlight: der Kinnius-Foodtruck mit der Aktionstag-Mantaplatte (Currywurst Pommes Mayo) für nur 4,50 Euro, damit auch wirklich niemand hungrig shoppen oder schwer bepackt und entkräftet wieder nach Hause musste. Nicht zu vergessen auch Hüpfburg und viele weitere Angebote für die Kinder sowie die Porta-Spielshow „Quiz mal mit“ mit vielen tollen Direktgewinnen und

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



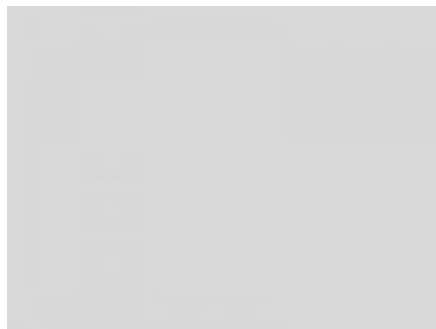
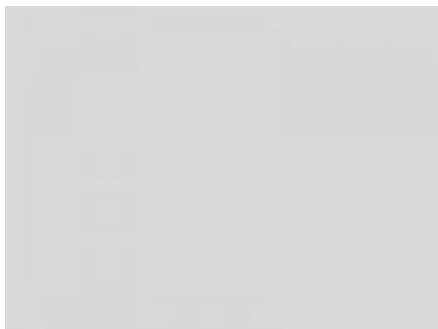
Einkaufsgutscheinen der lokalen Einzelhändler.

Medial in Szene gesetzt und in Social Media beworben wurde der 1. Wir für Wallenhorst / Porta Lagerverkauf mit von der Digitalagentur Hälker, ebenfalls Mitglied im Marketingverein. Mit mehreren kleinen Clips präsentierte Mario Heinhold höchstpersönlich auf einladende und zuweilen humorvolle Art die Idee, das Möbelhaus und die Partner der Aktion. Entsprechend in einer gemeinsam definierten Zielgruppe rund um Wallenhorst, Bramsche und Osnabrück sowie im angrenzenden Emsland und den benachbarten Niederlanden wurde der Schnäppchenmarkt so nicht nur über gemeinsame lokale Werbeaktivitäten, sondern auch weit über die Grenzen der Gemeinde Wallenhorst hinaus wahrgenommen – selbst das Radio hat berichtet.

Das Angebot war wie schon einige andere Aktionen von „Wir für Wallenhorst“ ein toller Erfolg. Viele Menschen aus den vier Ortsteilen, den umliegenden Zentren und der ganzen Region kamen nach Wallenhorst. Sie erlebten das vielfältige Einkaufsangebot der Gemeinde und verbrachten einen bunten Tag mit der Familie beim 1. Wallenhorster Lagerverkauf im und um das Porta Möbelhaus.

Übrigens blieb es auch nicht bei der Premiere! Am 22. und 23. August 2025, passend zum Bewerbungsschluss des Wettbewerbs „Gemeinsam aktiv Handel(n)“ folgte die 2. Auflage der Aktion. Wir berichten gern!

Förderprogramm(e)



[Link zum Video](#)

<https://we.tl/t-kD1gha3Aqa>

[Eingereicht am](#)

20. Aug 2025



Gemeinsam aktiv –
Handel(n) vor Ort

Warum Wildeshausen?
Der Stadtpodcast,
Beelocal Wildeshausen e.V.,

Wildeshausen

2025

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



Projekttitel

Warum Wildeshausen? Der Stadtpodcast

Institution

Beelocal Wildeshausen e.V.

Ansprechpartner

Marit Hoffmann
Moorweg 14, 27793 Wildeshausen
01734426354
info@beelocal-wildeshausen.de

Wie haben Sie von dem Wettbewerb erfahren?

IHK

Projektbeschreibung (ca. 4.000 Zeichen)

Der Podcast ‚Warum Wildeshausen?‘ wird präsentiert vom Beelocal Wildeshausen e.V., der im Jahr 2024 aus dem Handels- und Gewerbeverein Wildeshausen hervorgegangen ist. Eine neue Marke, neue und erfahrene Menschen, neuer Spirit prägen den Verein seitdem. Steigende Mitgliederzahlen zeigen, dass Totgegläubtem neues Leben eingehaucht werden kann.

Eines unserer Projekte ist der Podcast aus unserer Stadt, für unsere Stadt. Warum Wildeshausen? Der Stadtpodcast ist auf allen Streamingdiensten wie Apple Podcast, Spotify, Amazon Music, Deezer etc. jederzeit und überall zu hören. Unser 1. Vorsitzende des Beelocal Wildeshausen e.V. Stefan Gerdes interviewt einmal im Monat Unternehmer der Stadt, lokale Persönlichkeiten oder andere Akteure in der Innenstadt Wildeshausens, in der Digitalen Erlebnisswelt, zu ihren Tätigkeiten, Persönlichkeiten, Lieblingsplätzen, zum Standort Wildeshausen und vielem mehr.

Es gibt bereits 4 Sendungen:

Folge 1: Jens Kuraschinski - Bürgermeister der Stadt

Folge 2: Dr. Julia Koch - Leiterin des neuen Urgeschichtlichen Zentrums Wildeshausen

Folge 3: Start-Up Unternehmen - The Woofy

Folge 4: Franz Duin - Träger des Bundesverdienstkreuzes

Der Podcast dauert etwa eine halbe Stunde und wird monatlich gesendet. Dadurch machen wir Werbung für unsere Stadt über die Stadtgrenzen hinaus, stärken Wildeshausen als Tourismusstandort und die Attraktivität und fördern zugleich das Gemeinschaftsgefühl. Unsere Stadt wird als lebendig und vielfältig wahrgenommen und weil wir den Podcast präsentieren, färbt dieser Eindruck auch auf uns Unternehmer und Händler ab. Wir

Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



schaffen Vertrauen bei den Bürgern, Lokalität und Transparenz.

Des Weiteren sprechen wir mit dem Medium Podcast sowohl jüngere als auch ältere Zielgruppen an. Die Produktion ist im Vergleich zu anderen Kommunikationsmitteln vergleichsweise günstig und nachhaltig, weil die Episoden dauerhaft abrufbar bleiben.

Aus dem Trailer:

“Warum Wildeshausen? Der Stadtpodcast.

Zwischen uralten Hühnergräbern, lebendiger Geschichte und moderner Lebensqualität. Das ist Wildeshausen.

In unserem neuen Podcast nehmen wir euch mit in die charmante Kreisstadt an der Hunte.

Lernt spannende Menschen kennen, entdeckt geheime Ecken und erfahrt, warum Wildeshausen mehr ist als nur ein hübscher Fleck auf der Landkarte. Ob Kultur, Natur oder Stadtgespräch, hier ist für jeden was dabei.

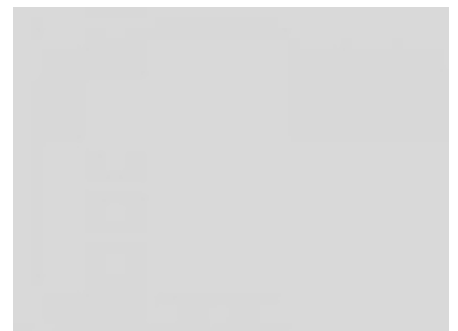
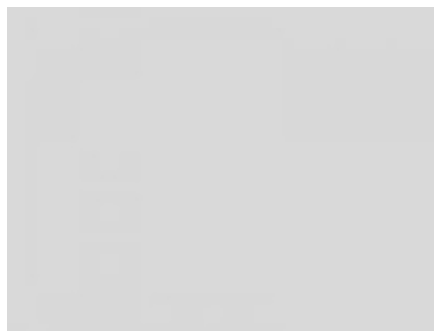
Also, Kopfhörer auf, Ohren spitzen.

Wildeshausen wartet auf euch. Mein Name ist Stefan Gerdes, euer Podcasthost und gleichzeitig erster Vorsitzender des Handels- und Gewerbevereins Beelocal Wildeshausen.”

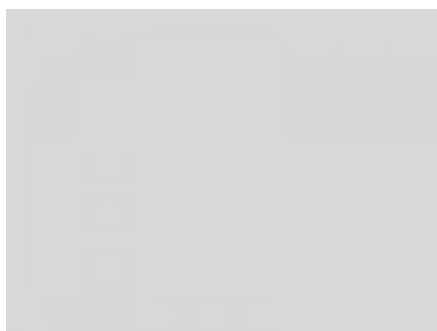
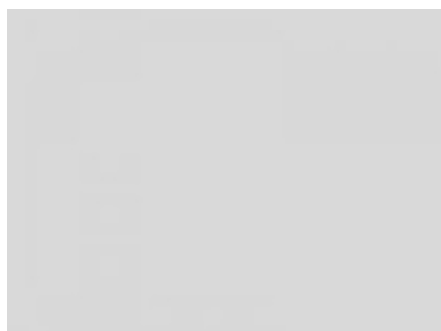
Von Warum Wildeshausen?: Trailer, 10. Mai 2025

<https://podcasts.apple.com/de/podcast/warum-wildeshausen/id1813692481?i=1000707970906&r=14>

Förderprogramm(e)



Gemeinsam aktiv – Handel(n) vor Ort



[Link zum Video](#)

Eingereicht am
22. Aug 2025

Impressum

Herausgeber

IHK Elbe-Weser
Am Schäferstieg 2 | 21680 Stade
Telefon: 04141 524-0, Fax 04141 524-111
E-Mail: info@elbeweser.ihk.de
Internet: www.ihk.de/elbeweser

Fotos

Die Fotos wurden von den jeweiligen Projektträgern/
Bewerbern zur Verfügung gestellt.

Gestaltung

IHK Elbe-Weser, Emma Blasewitz, Elisa Mavie Klü-
ver, Franziska Skrey-Schulze

Auflage Stand

1. Auflage, Online- & Printpublikation
Oktober 2025