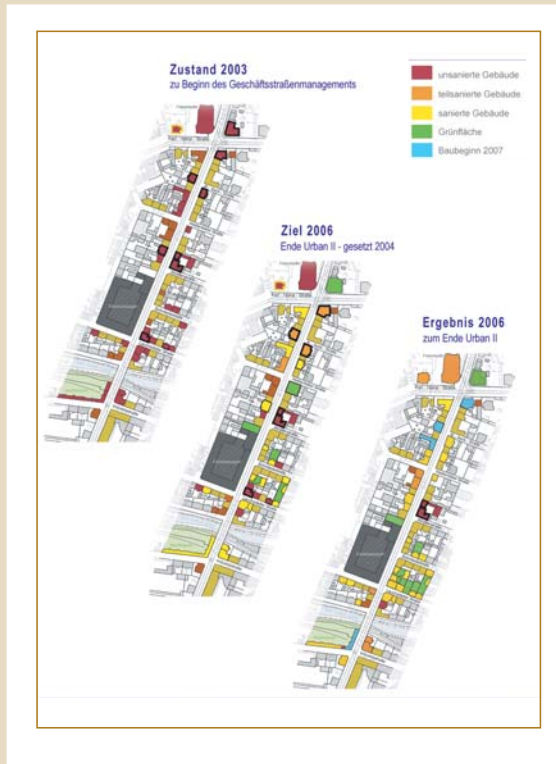


Standortmarketing

Angestrebt war die Schaffung langfristig selbst tragender Strukturen in den Zentren und Geschäftsstraßen, um diese in ihrer Entwicklung zu stärken. Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen sollten dazu beitragen, die Bekanntheit und Attraktivität des Leipziger Westens als Wirtschaftsstandort zu steigern und Investoren, Arbeitsplätze, zusätzliche Kaufkraft und neue Bewohner an den Standort zu locken. Der Leipziger Westen präsentiert sich dabei als ideales Umfeld für Innovationsgeist mit attraktiven Voraussetzungen und branchenspezifischen Standortvorteilen.



Unternehmer-Forum Energie- und Umwelt, Oktober 2003



Zschochersche Straße 28/Weißenfelsstraße 24, 2005



Zschochersche Straße 28/Weißenfelsstraße 24, 2008

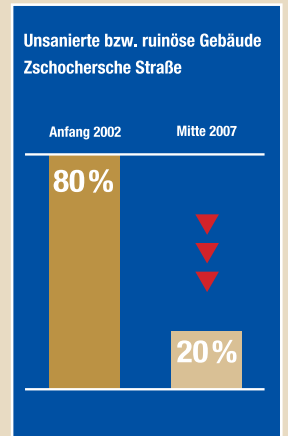
Standortmarketing

Das Standortmarketing ist keine kurzfristige Werbeaktion, sondern eine systematische und vielfältig angelegte Strategie. Neben dem Aufbau von Beratungskompetenzen vor Ort erfolgte auch die Unterstützung von Marketing orientierten Aktivitäten der lokalen Händler und Eigentümerinitiativen sowie zahlreicher Einzelprojekte. Zum Beispiel:

- Unterstützung der Gewerberaumbröse der IG Plagwitzer Geschäftsstraßen e. V.
- Unterstützung von Giebelgestaltungen entlang der Zschocherschen Straße
- Unterstützung »Licht lockt Leute« in der Karl-Heine-Straße

Im Fokus der Aktivitäten steht das Umfeld der Zschocherschen Straße. Neben der Sanierung der desolaten Bausubstanz und der Aufwertung des Wohnumfeldes spielt dabei insbesondere die Ansiedlung neuer Händler und Unternehmer sowie die Stärkung alt eingesessener Unternehmen eine wesentliche Rolle.

Projekträger: Stadt Leipzig, Amt für Wirtschaftsförderung



Integrierte Stadtteilzentren-/Geschäftsstraßenentwicklung

Untersucht wurden die Bereiche: Lindenauer Markt/Kuhturmstraße, Lützner Straße/Merseburger Straße, Rathaus Leutzsch/Georg-Schwarz-Straße, Adler, Zschochersche Straße/Karl-Heine-Straße.

Nach einer Bestandsaufnahme mit einer Problem- und Potenzialanalyse wurde ein Maßnahmenkatalog erstellt und umgesetzt. Er beinhaltete u. a. die Konzeption von Strukturförderungs- und Entwicklungsprojekten, einzelbetriebliche Unterstützungen (KMU-Beihilfen) sowie die Initiierung und Realisierung konsensfähiger Projekte mit lokalen AkteurInnen, HändlerInnen, DienstleisterInnen und Vereinen.

Projekträger: Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH und Behling-Consult