

Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), Beschlussvorlage VII/0254/20 Gemeinsame Stellungnahme der Kaufmannsgilde und AKA

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
<p>Innenstadtentwicklung, Präsentation vom 24.09.2020, Anmerkungen:</p> <p>Generell muss aus unserer Sicht der Baustein Kultur/Freizeit mehr Beachtung finden, als es in dem Papier zur Innenstadtentwicklung der Fall ist. Er kann nicht als Hauptnutzungsaspekt aufgeführt sein und dann im Folgenden nicht als ein wichtiger Bestandteil der Entwicklung thematisiert werden.</p>	<p>Tabelle, S. 2. 3. Absatz sowie S. 11, letzter Absatz:</p> <p><i>gegenseitige Belebung zwischen Wohnen in der Altstadt und attraktivem Einzelhandel sowie der Gastronomie und Freizeitgestaltung, einschl. Orte des Erholens im Grünen</i></p> <p><i>das aufgezeigte Potenzial in den Bereichen Bildung, Kultur/Tourismus sowie Handel soll durch sog. Augmented Reality sichtbar gemacht werden (Verbindung von analog Sichtbarem mit digital abrufbarem Wissen)</i></p>
<p>Der Bildungsstandort Aschersleben, der in der Innenstadt sichtbar ist, fehlt hier komplett. Gleiches gilt für Kirchen, Vereine und soziale Träger.</p>	<p>Tabelle, S. 1, 2. Absatz sowie S. 11, letzter Absatz:</p> <p><i>Bildungsstandort umfasst neben den Schulstandorten weitere zentrumsnah angesiedelte Orte der Qualifizierung und Weiterbildung/Fachschulen sowie alternative Orte des Lernens im Freien (analog zur Akademie Überlingen oder „Maker Space“ der AOS u. ä.)</i></p> <p><i>das aufgezeigte Potenzial in den Bereichen Bildung, Kultur/Tourismus sowie Handel soll durch sog. Augmented Reality sichtbar gemacht werden (Verbindung von analog Sichtbarem mit digital abrufbarem Wissen)</i></p>
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 7 – 8: Risiken der Einzelhandelsentwicklung – Ergänzungen der Kaufmannsgilde</p>	<p>Dieser Teil des Vortrages stellt die IST-Situation dar, es handelt sich nicht um Ziele oder eine Strategie.</p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
<ul style="list-style-type: none"> - Unflexible Parkgebühren - Fehlende zentrumsnahe Parkplätze und Fahrrad-Infrastruktur - Hohe Gebühren – und Steuerlast - Keine abgestimmten Öffnungszeiten zwischen Einzelhandel sowie Stadt- und Kreisverwaltung sowie der öffentlichen Bereiche, wie zum Beispiel der Bibliothek - Kernöffnungszeiten des Einzelhandels sind montags bis freitags von 10 bis 17 Uhr und sonnabends von 9 bis 12 Uhr. - Fehlende Unterstützung bei der Vermarktung des Standortes Aschersleben - Zu wenige Flächen für die Außengastronomie bzw. Aufenthaltszonen für Kinder 	<p>Nachfrage: Welche Gebühren und welche Steuerlast sind gemeint?</p> <p>Nachfrage: Wessen Unterstützung fehlt?</p>
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 9: Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vorhandenes gelebtes Netzwerk, das durch die Kaufmannsgilde ehrenamtlich zur Verfügung gestellt wird und weiter ausbaufähig ist - Eine Reihe von erfolgreichen Veranstaltungen in der Innenstadt, die sich belebend auf die Innenstadt auswirken. Das hat eine Vertrauensbasis für weitere Projekte in der Zukunft geschaffen - Eine attraktive Innenstadt, die auch Gäste von außen zum Verweilen einlädt - Die Stadt als Erlebnisraum für Jung und Alt 	<p>Dieser Teil des Vortrages stellt die IST-Situation dar, es handelt sich nicht um Ziele oder eine Strategie.</p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 12: Erfolge</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erfolgreiche partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Kulturanstalt und Kaufmannsgilde bei zentralen Veranstaltungen der Stadt, wie zum Beispiel dem Weihnachtsmarkt, dem Lichtereinkauf, der Fete de la Musique, Grüner Markt 	<p>Dieser Teil des Vortrages stellt die IST-Situation dar, es handelt sich nicht um Ziele oder eine Strategie.</p> <p>z. T. in Tabelle S. 14, 2. Anstrich, enthalten: <i>koordinierte Aktionen, u. a.: Gildefest, Frühjahrsmarkt, Herbstmarkt, Lichtereinkauf, Händlertage, Heimat shoppen</i></p>
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 18: Anpassung der Parkraumbewirtschaftung – Seite 24</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Kaufmannsgilde spricht sich gegen die Abschaffung der Brötchentaste aus - Die Kaufmannsgilde spricht sich gegen eine angemessene Preiserhöhung für Tageskarten An der Darre aus, so lange es einen eklatanten Mangel an ausreichend preiswertem Parkraum gibt 	<p>im Rahmen des Workshops durch die Teilnehmer bereits abgelehnt, daher nicht mehr in Tabelle enthalten</p> <p>Tabelle, S. 7, 3. Absatz: <i>Tarifanpassung und Begrenzung der maximalen Parkdauer (Abschaffung der Tageskarten) auf dem Parkplatz „An der Darre“ zur Steuerung der Parkplatzbelegung und der Verkehrsströme im Zusammenspiel mit allen anderen Parkplätzen in der Innenstadt</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> - Schaffung von mehr Wohnmobilstellplätzen – Dezentralisierung 	<p>Abstimmung im STEWA am 24.03.21 zur Aufnahme in die Tabelle:</p> <p>7 Ja, 0 Nein, 3 Enthaltungen</p>
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 21:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weiterentwicklung des touristischen Leitsystem Fahrzeuge und Fußgänger 	<p>Festlegung im STEWA am 24.03.21:</p> <p>Übernahme in die Tabelle nicht notwendig</p>

<p>Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021</p>	<p>Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang</p>
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 27: Machbarkeitsstudie Touristische Radtour</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Kaufmannsgilde bedauert, dass es der Stadt in den zurückliegenden Jahren nicht gelungen ist, das städtische Radwegenetz an das überregionale Radwegenetz wie den Wipperradweg und den Europaradweg R1 anzubinden. Dies gilt es schnell zu ändern, um für den überregionalen Radtourismus besser wahrgenommen zu werden - Die Kaufmannsgilde empfiehlt langfristig eine Rad-Rasthaus am R1 mit direkter Anbindung zur Stadt Aschersleben zu errichten - Radtourismus ist wichtig, bei der vorgeschlagenen Tour fehlen jedoch wichtige Stationen - Die Radtour muss auch als Fußgänger machbar sein 	<p>ergänzende Ziele und Maßnahmen zu Tabelle, S. 4, 4. Absatz:</p> <p><i>Aufwertung der Radwegeinfrastruktur, dadurch:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Förderung der touristischen Entwicklung mit einer zunehmenden Zahl von Radtouristen</i> • <i>sowie Erreichung und Unterstützung der häufigeren und gefahrenärmeren Nutzung des Fahrrades anstatt eines PKW</i> <p>Nachfrage: Welche Stationen fehlen?</p>
<p>Vortrag vom 24.09.20, Seite 32: Entschleunigung Breite Straße</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Kaufmannsgilde ist aktuell gegen eine Veränderung oder Einschränkung der Verkehrsführung in der Breiten Straße - Das Ziel der Entschleunigung soll vielmehr mit dem Ausbau der Aufenthaltsqualität in der Breiten Straße einhergehen, zum Beispiel durch weitere Straßencafés und durch den Aufbau von Spielgeräten und Begrünungselementen 	<p>im Rahmen des Workshops durch die Teilnehmer bereits abgelehnt, daher nicht mehr in Tabelle enthalten</p> <p>in Tabelle S. 2/3, 5. + 6. Absatz enthalten:</p> <p><i>Verbesserung der Aufenthaltsqualität/Erhöhung der Verweildauer durch ansprechende Freiraumgestaltung und Steuerung des Angebotsmix</i></p> <p><i>Verbesserung der Aufenthaltsqualität, z. B. durch:</i></p>

<p>Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021</p>	<p>Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Benennung von vier konkreten Standorten innerhalb des Stadtkerns durch die Verwaltung, die geeignet sind, um Erlebnisräume/-inseln zu schaffen</i> • <i>Aufzeigen von geeignetem Stadtmobiliar durch die Verwaltung, welches an den genannten Stellen aufgestellt werden kann und sowohl als Sitz-, Aufenthaltsraum als auch als Spielfläche nutzbar ist</i> • <i>Einholung von Angeboten durch die Verwaltung, um zu ermitteln, welcher Finanzrahmen notwendig ist, um derartige „Familieninseln“ oder „Generationeninseln“ oder „Erlebnisinseln“ im Innenstadtbereich zu schaffen und zu unterhalten</i> • <i>Benennung eines geeigneten Standortes für einen hochwertigen Spielplatz innerhalb der Innenstadt durch die Verwaltung, der nachhaltig das Stadtzentrum als Wohn- und Erlebnisbereich aufwertet und die Aufenthaltsqualität steigert</i>
<p>Die Weiterentwicklung der Innenstadt muss auch einhergehen mit einer Weiterentwicklung des Stadtmarketings.</p>	<p>Tabelle u. a. S. 9 und 10, jeweils 1. Absatz und S. 11, 4. Absatz:</p> <p><i>Optimierung der Kommunikation und lösungsorientierten Zusammenarbeit zw. den Ämtern und Beteiligten anstelle des „Kampfes um Daseinsberechtigung“</i></p> <p><i>Unterstützung der Geschäftstreibenden bei der Entwicklung kreativer Lösungen</i></p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
	<p><i>Stadt muss Bereiche schaffen, um im Wettbewerb ganz vorn zu sein, auch durch das Zusammenwirken verschiedener Bereiche, z. B. bei einem „Start-Up-Bonus“ (Zusammenarbeit mit Kreditinstituten, Steuerberatungen o. ä.)</i></p> <p><i>das aufgezeigte Potenzial in den Bereichen Bildung, Kultur/Tourismus sowie Handel soll durch sog. Augmented Reality sichtbar gemacht werden (Verbindung von analog Sichtbarem mit digital abrufbarem Wissen)</i></p>
<p>Kommentierungen der Anlage zum Gesamtbeschluss (Ergebnis des Workshops vom 26.02.2021</p> <p>- Die AKA liefert die Angebote für den Part „Wohlfühlen“ (Parks & Gärten, Veranstaltungen, Kultureinrichtungen) und Anknüpfungspunkte für den Part „Lernen“ (Außerschulische Lernorte und Bildungsprogramme) und hält für den Part „Arbeiten“ über 40 sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze vor</p>	<p>Es handelt sich hierbei um Aussagen zum IST-Zustand, nicht um Ziele oder eine Strategie.</p>
<p>- Die Kaufmannsgilde ist eine Interessenvertretung von mehr als 100 Unternehmen in Aschersleben. Sie setzt sich für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung in der Stadt Aschersleben ein.</p>	<p>Es handelt sich hierbei um Aussagen zum IST-Zustand, nicht um Ziele oder eine Strategie.</p>
<p>- Zur Erhöhung der Besucherfrequenz und Verweildauer in Aschersleben gehört neben einem abwechslungsreichen Einzelhandel auch eine vielseitige Gastronomie verbunden mit einem vielschichtigen und kontinuierlich verfügbaren Kultur- und Freizeitangebot – neben den Einrichtungen der AKA (Museum, Kriminalpanoptikum, Zoo, Planetarium, Veranstaltungen im Bestehornhaus, der Alten Hobelei und in den Parks und Gärten) sind der Filmpalast, die Grafikstiftung Neo Rauch sowie das Ballhaus mit dem Freibad zu benennen</p>	<p>Tabelle S. 1, 5. Absatz, S. 2, 3. und 5. Absatz, tlw. S. 11, 2. Absatz:</p> <p><i>Steigerung der Angebotsvielfalt an Waren und Dienstleistungen auf Basis einer Bestandserhebung zur Sortimenten und Angebotslücken</i></p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
	<p><i>gegenseitige Belebung zwischen Wohnen in der Altstadt und attraktivem Einzelhandel sowie der Gastronomie und Freizeitgestaltung, einschl. Orte des Erholens im Grünen</i></p> <p><i>Verbesserung der Aufenthaltsqualität/Erhöhung der Verweildauer durch ansprechende Freiraumgestaltung und Steuerung des Angebotsmix</i></p> <p><i>Entwicklung einer Tourismusstrategie, welche Aschersleben mit allen Ortsteilen und wichtigen Frequenzbringern (z. B. Zoo, herausragende Architektur, Grafikstiftung Neo Rauch, usw.) enthält und unsere Kooperationsstädte Arnstein, Falkenstein/Harz und Seeland einbezieht</i></p> <p><i>Anmerkung: Ballhaus und Freibad zählen (wie der Zoo) jedoch nicht zur Innenstadt</i></p>
- Die Parks & Gärten der Stadt Aschersleben sind seit der Landesgartenschau 2010 Lebensader und Rückzugsort für die Bürger der Stadt und attraktives Ziel für Besucher der Stadt	Es handelt sich hierbei um Aussagen zum IST-Zustand, nicht um Ziele oder eine Strategie.
- im vorliegenden Konzept fehlt eine Fokussierung auch auf den Kultur- und Freizeitbereich, denn diese sind ein wichtiger Baustein für eine weitere Belebung der Stadt Aschersleben und Frequenzbringer für Handel- und Gastgewerbe	<p>Tabelle S. 2, 3. Absatz, S. 9, 6. Absatz, S. 11, 1., 2. und 4. Absatz</p> <p><i>gegenseitige Belebung zwischen Wohnen in der Altstadt und attraktivem Einzelhandel sowie der Gastronomie und Freizeitgestaltung, einschl. Orte des Erholens im Grünen</i></p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
	<p><i>geplante Aktionen besser bewerben und zeitlich aufeinander abstimmen (Konkurrenzveranstaltungen vermeiden, zentraler Terminkalender) sowie Vernetzung der Innenstadtaktionen mit AKA und touristischen Partnern</i></p> <p><i>Erstellung einer attraktiven digitalen Werbe- und Verkaufsplattform mit Unterstützung der Stadt, welche umfassend über Waren-, Dienstleistungs- und Kulturangebote in Aschersleben mit Bestell- und Bezahlungsfunktion informiert</i></p> <p><i>Entwicklung einer Tourismusstrategie, welche Aschersleben mit allen Ortsteilen und wichtigen Frequenzbringern (z. B. Zoo, herausragende Architektur, Grafikstiftung Neo Rauch, usw.) enthält und unsere Kooperationsstädte Arnstein, Falkenstein/Harz und Seeland einbezieht</i></p> <p><i>das aufgezeigte Potenzial in den Bereichen Bildung, Kultur/Tourismus sowie Handel soll durch sog. Augmented Reality sichtbar gemacht werden (Verbindung von analog Sichtbarem mit digital abrufbarem Wissen)</i></p>
- der komplette Dienstleistungssektor muss den demografischen Wandel im Blick haben und den Bedarf entsprechende Angebote in jedem Bereich bereitstellen	<p>Tabelle S. 1, letzter Absatz:</p> <p><i>Steigerung der Angebotsvielfalt an Waren und Dienstleistungen auf Basis einer Bestandserhebung zur Sortimenten und Angebotslücken</i></p>
- Die Angebote einer Stadt müssen darüber hinaus diverse sein. Im Fokus einer nachhaltigen Stadtentwicklung sollten mit Blick auf die Nutzer eine Stadt folgende	u. a. Tabelle S. 4, 5. Absatz:

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
Punkte berücksichtigt werden: Alter, Geschlecht, Herkunft, Inklusion, Religion, sexuelle Orientierung	<p><i>Erarbeitung eines Mobilitätskonzeptes für den ruhenden und fließenden Verkehr unter Berücksichtigung von Veränderungen im Mobilitätsverhalten durch:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zunahme der E-Mobilität (PKW und E-Bike)</i> • <i>älter werdende Bewohner der Innenstadt</i> • <i>ÖPNV</i> • <i>geplante Aufwertung der Aufenthaltsqualität</i> • <i>click-and-collect-Konzepte</i> • <i>Vernetzung der Bildungsstandorte, insbes. für Radfahrer</i>
- die bereits durch die AKA entwickelten sowie begleiteten Tourismuskonzepte sind Basis für eine moderne Tourismusstrategie der Stadt – so gibt es bereits das Tourismuskonzept „Ringregion“ und das Konzept „Von Burg zu Burg“ für die Kooperationsstädte Arnstein-Aschersleben-Falkenstein-Seeland	Es handelt sich hierbei um Aussagen zum IST-Zustand, nicht um Ziele oder eine Strategie.
- die AKA mit seinen touristischen Partnern ist in der Lage, bedarfsgerecht Post-Corona-Angebot zu entwickeln und zu vermarkten (gesonderte finanzielle Mittel sind dazu notwendig) - Mit der Hochschule Harz entwickelte Quellmarktanalysen zu Familien mit Kindern unter 6 Jahre sowie eine Studie zu Modernen Entdeckern und Aktivtouristen liegt vor und bietet die Basis für die Angebotsentwicklung und -vermarktung	<p>Tabelle S. 11, 2. Absatz:</p> <p><i>Entwicklung einer Tourismusstrategie, welche Aschersleben mit allen Ortsteilen und wichtigen Frequenzbringern (z. B. Zoo, herausragende Architektur, Grafikstiftung Neo Rauch, usw.) enthält und unsere Kooperationsstädte Arnstein, Falkenstein/Harz und Seeland einbezieht</i></p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
- Ausbau des Restaurant- und Übernachtungsangebots in Aschersleben unter Qualitätsgesichtspunkten	<p>Dieses Ziel ist nicht beeinflussbar, daher Abstimmung im STEWA am 24.03.21 zur <u>Nichtübernahme</u> in die Tabelle:</p> <p>9 Ja, 1 Nein, 0 Enthaltungen</p>
- Einflussnahme auf die touristische Erschließung der Region als Frequenzbringer für die Innenstadt ist notwendig – wichtig „Entwicklung Seeland“ und Anbindung an die Stadt Aschersleben über Radweg	<p>Tabelle, S. 4, 1., 3. und 4. Absatz:</p> <p>Lenkung der Verkehrsströme und Verkehrsarten</p> <p>Aufwertung der Radwegeinfrastruktur, dadurch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Förderung der touristischen Entwicklung mit einer zunehmenden Zahl von Radtouristen</i> • <i>sowie Erreichung und Unterstützung der häufigeren und gefahrenärmeren Nutzung des Fahrrades anstatt eines PKW</i> <p><i>Erarbeitung eines Mobilitätskonzeptes für den ruhenden und fließenden Verkehr unter Berücksichtigung von Veränderungen im Mobilitätsverhalten durch:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Zunahme der E-Mobilität (PKW und E-Bike)</i> • <i>älter werdende Bewohner der Innenstadt</i> • <i>ÖPNV</i> • <i>geplante Aufwertung der Aufenthaltsqualität</i>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>click-and-collect-Konzepte</i> • <i>Vernetzung der Bildungsstandorte, insbes. für Radfahrer</i>
<p>- Die vorhandenen Wohnmobilstellplätze werden gar nicht benannt – Achtung: die vorhandenen Stellplätze am Seegraben sind nicht mehr zeitgemäß. Hier ist über eine dezentrale Positionierung nachzudenken, dabei kann aber der Ver- und Entsorgungspunkt an einem Standort sein</p>	<p>Hinweis: Wohnmobilstellplätze und Ver- bzw. Entsorgungspunkte müssen zusammen liegen, sonst illegale Entsorgung, z. B. über Straßenabläufe</p> <p>Abstimmung im STEWA am 24.03.21 zur Aufnahme in die Tabelle:</p> <p>7 Ja, 0 Nein, 3 Enthaltungen</p>
<p>- Das Potential der Vereinslandschaft muss verstärkt aufgegriffen werden, viele (städtische) Aufgaben könnten ohne das Engagement von Freiwilligen gar nicht bewältigt werden (Beispiel: Zooförderverein und viele Maßnahmen im Zoo, Verschönerungsverein und die Verschönerung der „Alten Burg“ (Luisentempel, Warte, Infotafel, Askanierburg etc.), Museumsförderverein und Kunst&Kräuterstadt Aschersleben u.v.a.</p>	<p>Umformulierung:</p> <p>„Das Potenzial der Vereinslandschaft soll stärker genutzt werden.“</p> <p>Abstimmung der so geänderten Fassung im STEWA am 24.03.21 zur Aufnahme in die Tabelle:</p> <p>9 Ja, 0 Nein, 1 Enthaltung</p>
<p>- Zukunft braucht Herkunft. Aschersleben muss sich seiner Tradition als älteste Stadt Sachsen-Anhalts bewusst sein und modern nach vorn denken – Ansatz Cradle 2 Cradle aufgreifen</p>	<p>Vor dem Hintergrund, dass demnächst eine Bachelorarbeit über Möglichkeiten</p>

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
	<p>und Grenzen des Cradle-to-cradle-Prinzips in der Stadtentwicklung in Aschersleben erarbeitet wird und dieses Thema die Gesamtstadt und nicht nur die Innenstadt betrifft, wurde im STEWA am 24.03.21 zur Aufnahme in die Tabelle wie folgt abgestimmt:</p> <p>1 Ja, 5 Nein, 4 Enthaltungen</p> <p>Hinweis: Nach Fertigstellung der Bachelorarbeit soll diese bzw. deren Ergebnisse im STEWA vorgestellt werden.</p>
- Kunden der Einzelhändler sind auch Konsumenten der Kultureinrichtungen: Win-Win-Situation	<p>z. T. berücksichtigt in Tabelle S. 11, 1. und letzter Absatz:</p> <p><i>Erstellung einer attraktiven digitalen Werbe- und Verkaufsplattform mit Unterstützung der Stadt, welche umfassend über Waren-, Dienstleistungs- und Kulturangebote in Aschersleben mit Bestell- und Bezahlungsfunktion informiert</i></p> <p><i>das aufgezeigte Potenzial in den Bereichen Bildung, Kultur/Tourismus sowie Handel soll durch sog. Augmented Reality sichtbar gemacht werden (Verbindung von analog Sichtbarem mit digital abrufbarem Wissen)</i></p>
Innenstadtentwicklung: Anlage zum Grundsatzbeschluss – Weitere Kommentierung der Kaufmannsgilde	

Aussagen AKA und Kaufmannsgilde, Stellungnahme vom 16.03.2021	Abgleich mit Strategie zur Innenstadtentwicklung (Grundsatzbeschluss), einschl. tabellarischem Anhang
<p>- Unterstützung der Kaufmannsgilde und Kulturanstalt bei überregionalen Werbemaßnahmen für die Stadt Aschersleben. Das können Anzeigen in Zeitungen, Werbespots im Radio und Zuschüsse für Trailer im Kino, und sozialen Netzwerken sein</p>	<p>tlw. enthalten in Tabelle, S. 9, 6. und 7. Absatz:</p> <p><i>geplante Aktionen besser bewerben und zeitlich aufeinander abstimmen (Konkurrenzveranstaltungen vermeiden, zentraler Terminkalender) sowie Vernetzung der Innenstadtaktionen mit AKA und touristischen Partnern</i></p> <p><i>gemeinsame Veranstaltungen regional und überregional im Radio oder auf Facebook bewerben</i></p>
<p>Seite 11:</p> <p>- die Kaufmannsgilde stellt als zentrale Plattform www.wir-sind-aschersleben.de zur Verfügung.</p>	<p>Es handelt sich hierbei um eine Anmerkung.</p>

Gern stehen wir für einen persönlichen Austausch zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Martin Lampadius
Vorsitzender
Aschersleber Kaufmannsgilde e.V.

Matthias Poeschel
Vorstand
Aschersleber Kulturanstalt