HANDELS- UND GASTRONOMIEKONZEPT CITTASLOW

für die Stadt Michelstadt

Entwurfsfassung, Stand: Dezember 2023

MICHELSTADT

Gliederung

01 HINTERGRUND UND AUFGABENSTELLUNG

02 CITTASLOW LEITLINIEN FÜR HANDEL UND GASTRONOMIE

03 ANFORDERUNGEN UND MASSNAHMENVORSCHLÄGE

04 UMSETZUNG

Sofern nicht anders angegeben, sind alle Abbildungen in diesem Dokument eigene Bilder oder lizenzfrei nutzbar.

01 HINTERGRUND UND AUFGABENSTELLUNG

Michelstadt ist cittaslow

Eine cittaslow, das ist …

„… eine Stadt, in der Menschen leben, die neugierig auf die wieder gefundene Zeit sind, die reich ist an Plätzen, Theatern, Geschäften, Cafés, Restaurants, Orten voller Geist, ursprünglichen Landschaften, faszinierender Handwerkskunst, wo der Mensch noch das Langsame anerkennt, den Wechsel der Jahreszeiten, die Echtheit der Produkte und die Spontaneität der Bräuche genießt, den Geschmack und die Gesundheit achtet …“

Die cittaslows dieser Welt sind Städte und Gemeinden, die versuchen, den Zeitgeist für sich zu interpretieren und gleichzeitig den individuellen Charakter in ihrer Gemeinde zu bewahren. Die Idee dazu stammt von Paolo Saturnini, Bürgermeister des italienischen Ortes Greve in Chianti. Sehr schnell haben sich diesem Projekt weitere Bürgermeister angeschlossen. Seither hat sich das Netzwerk kontinuierlich entwickelt und zählt mittlerweile über 150 Städte und Gemeinden in 25 Ländern der Welt. Seit 2018 ist Michelstadt Mitglied der Vereinigung „cittaslow“.

Quelle: https://www.michelstadt.de/cittaslow/michelstadt-ist-cittaslow/

Worum geht es?

Als Mitglied der „Cittaslow“ Vereinigung liegen der Stadt Michelstadt Themen wie Gastfreundschaft, Stärkung des lokalen inhabergeführten Handels, Regionalkultur, Nachhaltigkeit und Recycling / Mehrweg sehr am Herzen. Die genannten Themen zahlen nicht nur auf die im Rahmen der Stadtvermarktung definierten Stärkenfelder und Positionierung der Stadt ein, sondern haben auch einen großen Bezug zu Themen des Handels und der Gastronomie. **Die Schaufenster, Spezialitäten, Gastlichkeit, Dienstleistungen und Waren der Michelstädter Gewerbetreibenden sind wichtige Aushängeschilder unserer Stadt.**

Gemeinsam sollen die sich hier bietenden Synergien gehoben und geschaut werden, wie Handel und Gastronomie dabei unterstützen bzw. unterstützt werden können die Positionierung und Themen der Stadt sowie das cittaslow-Leitbild als Wettbewerbsvorteil über Ihre Angebote, Produkte und Dienstleistungen weiter herauszuarbeiten, zu kommunizieren und erlebbar zu machen.

Lösungsansatz

Im Rahmen der **Bundesförderung „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“** wurde im Herbst / Winter 2023 ein Handels- und Gastronomiekonzept nach den Cittaslow-Kriterien für die Stadt Michelstadt erarbeitet. Das Konzept zeigt auf, wie die „Cittaslow”-Leitgedanken praktisch in das Angebot von Innenstadthandel und Gastronomie (sowie Hotellerie und den Dienstleistungsbereich) integriert werden können. Absicht ist es, das innerstädtische Angebot unter diesem Leitmotiv zu profilieren.

Bausteine / inhaltliche Handlungsfelder:
Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Tradition und Kultur nach den Cittaslow-Leitgedanken in Angebot und Wirtschaften der Betriebe verankern.

Da hier **erstmalig ein explizites Handels- und Gastronomiekonzept** mit entsprechenden Rahmenrichtlinien aus den Cittaslow-Kriterien abgeleitet werden sollte, wurde bei dieser Pionierarbeit großer Wert auf eine enge Zusammenarbeit mit der cittaslow-Lenkungsgruppe, den cittaslow-Arbeitsgruppen sowie dem Michelstädter Gewerbeverein und weiteren Innenstadtakteur:innen gelegt.

Vorgehen

Vorbesprechung von Zielsetzung und Inhalten
Mi., 01.11.2023
von 19:30 – 21:00 Uhr
Gemeinsame Sammlung und Diskussion von Maßnahmen
Mi., 29.11.2023
von 19:30 – 21:00 Uhr
Konzeptvorstellung und Diskussion mit cittaslow Gruppe und Gewerbetreibenden
Anfang / Mitte Januar 2024
November 2023
Dezember 2023
Januar 2024
Einzelgespräche und Unterlagensichtung
Konzeptausarbeitung
Umsetzung

Vorgespräche zeigten, dass im Cittaslow-Leitbild durchaus weiteres Vermarktungspotential und zusätzliche Chancen zur Positionierung der Michelstädter Innenstadt stecken - wenn es verständlich kommuniziert und mit konkreten Maßnahmen hinterlegt werden kann.

Ausgangslage: Vorgespräche zur inhaltlichen Relevanz des cittaslow-Leitbildes

“Welche Bedeutung messen Sie dem “cittaslow-Leitbild” für die Stadt Michelstadt bei?”

Stärken und Potentialeinschätzung

- Alleinstellungsmerkmal
- passt inhaltlich gut zu Michelstadt, Themen lassen sich miteinander verknüpfen und gut erzählen (lokale Angebote und Produkte, Lebensqualität, Genuss, Natur, etc.)
- überparteiliche Zustimmung zu cittaslow als Leitbildgedanken, Gewichtung im Magistrat
- sehr aktives Netzwerk und engagierte Akteur:innen, funktionierende Strukturen und Prozesse
- viele positive Maßnahmen und Aktivitäten wie Gemeinschafts-/Hochbeetgarten, Blühwiese, Backhaus, Imkerei, Kochbuch etc.; grds. passende Veranstaltungen wie Bienenmarkt und Wochenmarkt

Herausforderungen und Hemmnisse

- Bedeutung, Begriff und Inhalte von cittaslow (insbes. Schnecken-Logo und Langsamkeit) schwer verständlich bzw. zu fassen, noch nicht ausreichend und schwer kommunizier- und vermittelbar
- tw. Aktionen (z. B. Impro-Theater), die in der Vergangenheit polarisiert haben und auf Unverständnis gestoßen sind
- cittaslow wird von einigen Einzelpersonen und privaten Akteur:innen nicht mitgetragen
- fehlende Perspektive: Wie geht es nach dem Qualifizierungsprozess weiter? Wie kann das Thema als Positionierungsbaustein weiter vermarktet werden?

→ **Möglichkeit, das Thema im Rahmen der Stadtvermarktung und eines spezifischen Handels- und Gastronomiekonzeptes mit weiteren konkreten Maßnahmen sowie passender Kommunikation zu hinterlegen und voranzutreiben**

Um den Erfolg der Maßnahmen bewerten zu können, soll zu Beginn und Ende des Projektzeitraumes jeweils eine qualitative Umfrage zur Wahrnehmung des cittaslow-Leitbildes in Handel und Gastronomie durchgeführt werden usw.

Qualitative Umfrage und Bewertung der Wahrnehmung des cittaslow Leitbildes für den Einzelhandel und die Gastronomie in der Innenstadt zu Beginn und Ende der Projektlaufzeit

Ziel: Steigerung um eine Schulnote im Bewertungssystem (Option A: wie EH und Gastro das Leitbild bewerten, Option B: wie Kunden die Übereinstimmung von EH/Gastro mit dem Leitziel bewerten)

Beispielhafte Fragen zur Bewertung der Ausgangslage unter Einzelhändler:innen und Gastronomen könnten lauten:

- „Wieviel Wert legen Ihre Kunden auf regionale Produkte und Erzeugnisse?“
- „Nutzen Kunden das Angebot für To-Go Angebote in Mehrwegverpackung?“
- „Welche Bedeutung hat Recycling in Ihrem Unternehmen / Betrieb?“
- „Wie sehr achten Sie auf Mülltrennung und die korrekte Entsorgung von Abfällen?“
- „Wie bilden Sie Mitarbeiter im Sinne der cittaslow-Kriterien fort?“
- „Nutzen Sie die bestehenden Städtepartnerschaften als Verkaufsargument (bspw. Verkauf von Wein aus einer Partnerstadt)?“
- „Welche Bedeutung hat Regionalität für Ihren (Waren-)Einkauf?“
- Wie gut kennen Sie Ihre Lieferanten? Inwieweit sind die zertifiziert? Ist Ihnen das wichtig?
- Nach welchen Kriterien suchen sie Ihre Lieferanten aus?
- Welche Maßnahmen möchten Sie bei sich im Betrieb noch durchführen, um den cittaslow-Kriterien (noch) besser gerecht zu werden?

Noch ausstehend: Geplant sind ggf. 4 – 5 qualifizierte Gespräche mit Händler:innen und Gastronomen im Januar 2024.

Was ist „typisch cittaslow“ im Michelstädter Handel und der Gastronomie?

- kostenfreie innenstadtnahe Parkplätze (Gelände Bienenmarkt)
- besondere Gastfreundschaft und „heimelige“ bzw. entschleunigte Atmosphäre
- das persönliche Gespräch / Ansprache und die individuelle Beratung und Betreuung von Besucher:innen und Kund:innen; bedeutet auch: „Hier kocht die Chefin selbst“ oder „Hier bedient der Inhaber persönlich am Tresen“
- Individualität („Wir sind nicht austauschbar!“), z. B. auch in Form von Einzelerlebnissen,
  wie der Privatführung durch die Stadt
- viele Besucher:innen kommen aufgrund persönlicher Empfehlung nach Michelstadt und
  dann jahrelang immer wieder

Wo liegen aktuell Herausforderungen im Michelstädter Handel und der Gastronomie?

- uneinheitliche Öffnungszeiten, teilweise mehrere Schließungstage
- viele Einzelkämpfer:innen

Zusammenführung: Stärkenfelder der Stadt und cittaslow-Leitbild

Was bedeutet cittaslow in Bezug auf Handel und Gastronomie?

bzgl. Waren, Produkte, Dienstleistungen	bzgl. Einkaufs-/Gastronomieerlebnis	bzgl. Infrastruktur
✓ bevorzugt lokale und regionale Waren & Produkte („Authentizität der Waren & Produkte“) ✓ bevorzugt ressourcenschonend und nachhaltig hergestellte Waren & Produkte ✓ bevorzugt mit Siegeln und Zertifizierungen wie z. B. „Fairtrade“ ✓ bevorzugt unverpackt bzw. mit nachhaltiger / recycelter Verpackung ✓ bevorzugt Waren und Produkte, die Bezug zur lokalen / regionalen Kultur und Kunsthandwerk haben ✓ insgesamt eine hohe Qualität der Waren, Produkte und Dienstleistungen in Handel und Gastronomie	✓ Stärkung von Manufakturen, der Produktion vor Ort („gläserne Produktion“) und der lokalen Lebensmittelerzeuger ✓ Förderung und Ausbau von (Wochen-) Märkten und Hofläden ✓ Bildung und Wissensvermittlung der Kund:innen und Gäste, z. B. zu traditionellen Zubereitungsweisen	✓ Förderung von inhabergeführten Geschäften und Gastronomien ✓ Förderung von Kooperativen, Erzeugern und Direktvermarktern ✓ Stärkung einer Infrastruktur der kurzen Wege und der fußläufigen Erreichbarkeit ✓ Fokus auf Reduzierung von Autoverkehr, stattdessen Stärkung von Fahrrad und Elektromobilität

Welche Nutzungskonzepte stehen in der Regel im Widerspruch dazu?

- ✓ Filialisten & Fast-Food-Systemgastronomie
- ✓ Discount(er)
- ✓ Fachmärkte
- ✓ Andere PKW-Verkehr anziehende Konzepte

Bisherige “cittaslow” Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich Handel und Gastronomie

© Stadt Michelstadt

cittaslow-Stadtführungen
(Gästeinfo)

© pmv Peter Meyer Verlag

cittaslow Kochbuch mit Rezepten
und zukünftig vsl. auch Kochevents
(cittaslow Gruppe)

© Manfred Giebenhain

Backhaus, geplant für 2024
(cittaslow Gruppe)

Bisherige “cittaslow” Aktivitäten und Maßnahmen im Bereich Handel und Gastronomie

Nasch-/Beerengarten und pachtbare Hochbeete
(cittaslow Gruppe)

© Stadt Michelstadt

Michelstädter Bienenweide / Michelstadt blüht
(cittaslow Gruppe)

© Stadt Michelstadt

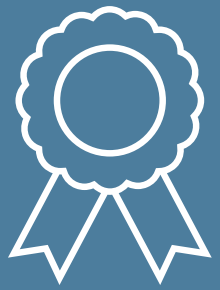
Bienenkästen und Honig
(cittaslow Gruppe)

02 CITTASLOW LEITLINIEN FÜR HANDEL UND GASTRONOMIE

cittaslow Handels- und Gastronomiekonzept für Michelstadt

Inhaltliche Projekt-/ Maßnahmenvorschläge und ergänzende Kommunikations- und Werbemaßnahmen

Vergabe / Verleih von „Siegeln“ als Wertschätzung und Ehrung ggü. Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben, die die entwickelten Leitlinien und den cittaslow-Gedanken besonders stark mittragen



(Informelle) Anforderungen

Leitlinien für den Michelstädter Handel und die Gastronomie auf Grundlage der cittaslow Kriterien bzw. sieben Handlungsfelder

Wir als Michelstädter Händler:innen und Gastronomen bekennen uns zu den im Michelstädter Handels- und Gastronomiemanifest festgelegten Prinzipien. Die Attraktivität der Altstadt und die Intaktheit des Ökosystems Odenwald bilden unsere Existenzgrundlage. Tradition, Qualität, Regionalität und Gastfreundschaft sind Kernmerkmale unserer Angebote. Soziale Durchlässigkeit, Transparenz und Fairness bilden das Wertefundament, das unserem geschäftlichen Handeln und dem städtischen Leben in Michelstadt zugrunde liegt. Diesem fühlen wir uns verbunden.”

** In einem ersten Schritt sind als „Geltungsbereich“ vornehmend die Michelstädter Händler:innen und Gastronomen der Alt-/Innenstadt gemeint. Eine Gültigkeit, Einbezug und Umsetzung in den Stadtteilen ist ggf. noch zu prüfen und als Erweiterungsschritt zu betrachten. (vgl. Gültigkeitsbereich Gestaltungssatzung (https://www.michelstadt.de/fileadmin/DAM_Michelstadt/Rathaus/Dokumente/Stadtverwaltung/Satzungen/Gestaltungssatzung.pdf))*

Das Michelstädter Handels- und Gastronomiemanifest

basierend auf den Prinzipien / Kriterien / Handlungsfeldern von cittaslow

ENERGIE- UND UMWELTPOLITIK // LANDSCHAFTLICHE QUALITÄT

1 „Das intakte Ökosystem Odenwald ist die Basis für das Wohlergehen unserer Region und ihre touristische Strahlkraft: Durch schonenden Umgang mit unseren Ressourcen und die Wieder-verwertung erzeugter Produkte und Materialien tragen wir zum Erhalt dieser wertvollen Lebensgrundlage bei.“

INFRA-STRUKTUR

2 „Wir bekennen uns zum attraktiven Stadtbild der Michelstädter Altstadt und richten unsere individuelle Außendarstellung daran aus, so dass das stimmige Gesamtbild gewahrt und gestärkt wird.“

URBANE QUALITÄT

3 „Wir als Michelstädter Händler:innen und Gastronomen sehen uns als Bestandteil einer lebenswerten Stadt Michelstadt. Mit unseren Orten und Angeboten schaffen wir die Grundlagen für ein städtisches Leben und ein soziales Miteinander der Stadtgesellschaft.“

LANDWIRTSCHAFT, TOURISMUS UND HANDWERK // REGIONALE PRODUKTION

4 „Wir sind stolz auf unsere Traditionen und die Qualität der hier erzeugten Produkte. Wir setzen uns für den Erhalt ein, indem wir Produktionsmethoden an Besucher:innen und Bürger:innen vermitteln. Die in unseren Gastronomien eingesetzten Produkte kommen bevorzugt von regionalen Betrieben und Erzeugern.“

GASTFREUNDSCHAFT, BEWUSSTSEIN UND BILDUNG

5 „Wir verstehen uns als Gastgeber:innen und begegnen unseren Kund:innen und Gästen persönlich, freundlich und individuell. Wir leben die Werte unserer Region: Heimat- und Naturverbundenheit, Gastfreund-schaft, Geselligkeit und Genuss werden bei uns großgeschrieben.“

SOZIALER ZUSAMMENHALT

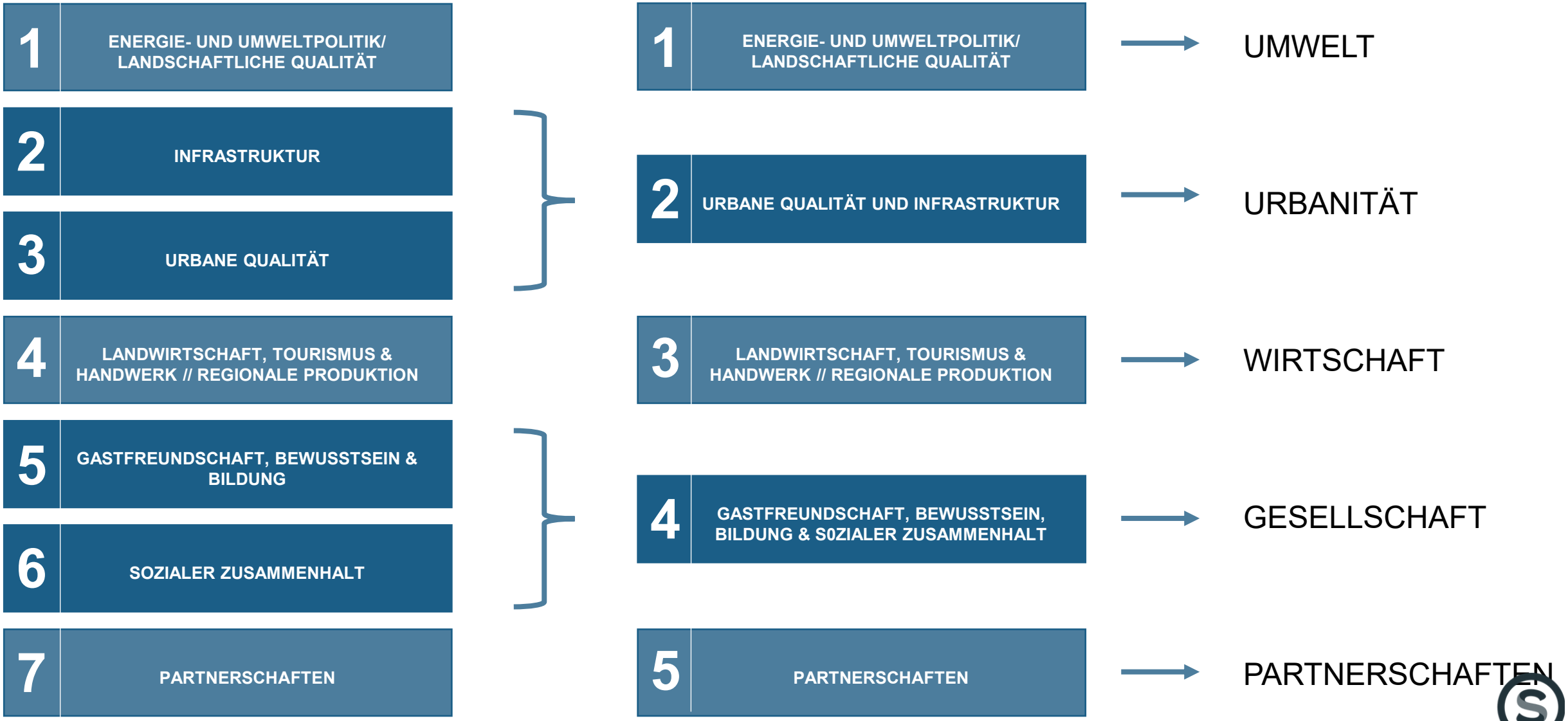
6 „Bei uns ist jeder jederzeit willkommen. Wir machen Angebote für alle Alters- und Einkommensklassen. Wir verstehen die Michelstädter Innenstadt als sozialen Treffpunkt für alle Gesellschaftsschichten und stellen uns gegen jede Art von Diskriminierung.“

PARTNER-SCHAFTEN

7 „Wir teilen die Philosophie von Organisationen (wie Slow Food), die sich für eine saubere, nach-haltige, ressourcenschonende und faire Lebensmittelproduktion und –verarbeitung einsetzen. Wir gehen partnerschaftlich mit unseren Lieferanten um und wir suchen den produktiven Austausch mit Händlern und Gastronomen aus anderen cittaslow-Städten.“

Das Michelstädter Handels- und Gastronomiemanifest // Dimensionen

Vorschlag: Reduktion der Komplexität – Zusammenführung von Themen zu insgesamt fünf Handlungsfeldern



03 ANFORDERUNGEN UND MASSNAHMENVORSCHLÄGE

Übersicht: Leitlinien, Anforderungen und Maßnahmenbeispiele

cittaslow Handlungsfeld	Leitlinien für Handel und Gastronomie	Anforderungen	Maßnahmenbeispiele
1. Energie- und Umweltpolitik // Landschaftliche Qualität	*„Das intakte Ökosystem Odenwald ist die Basis für das Wohlergehen unserer Region und ihre touristische Strahlkraft: Durch schonenden Umgang mit unseren Ressourcen und die Wiederverwertung erzeugter Produkte und Materialien tragen wir zum Erhalt dieser wertvollen Lebensgrundlage bei.“*	• Nutzung alternativer Energiequellen • Einhaltung der Sperrstunde in der Gastronomie • transparente Mülltrennung und Recycling im Betrieb, Kompostierung wo möglich • Mehrwegpflicht für die Gastronomie • Vermeidung von Plastik (insbes. bei Verpackungen)	• (gebrandetes) Mehrweg-System für Gastronomie und Veranstaltungen (ReCup und Co.) • Förderung von Initiativen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung (Bsp. too good to go) • Michelstädter bzw. „cittaslow“ Picknickkorb mit regionalen Produkten und Ausflugsrouten zu besonderen Orten • Förderung von Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit, Ressourcenschonende Produktion etc. setzen (in Michelstadt z. B. https://welter-gartencenter.de/nachhaltigkeit/)
2. Infrastruktur	*„Wir bekennen uns zum attraktiven Stadtbild der Michelstädter Altstadt und richten unsere individuelle Außendarstellung daran aus, so dass das stimmige Gesamtbild gewahrt und gestärkt wird.“*	• Einsatz von wenig Beleuchtung (Lichtverschmutzung) • Einhaltung der Gestaltungssatzung • Beachtung der Denkmalpflege	
3. (Politik für) Urbane Qualität	*„Wir als Michelstädter Händler:innen und Gastronomen sehen uns als Bestandsteil einer lebenswerten Stadt Michelstadt. Mit unseren Orten und Angeboten schaffen wir die Grundlagen für ein städtisches Leben und ein soziales Miteinander der Stadtgesellschaft.“*	• Verpflichtung zur Einhaltung von Kernöffnungszeiten • Pflege und ggf. Sanierung der eigenen Immobilien • Teilnahme an und Schaffung von allgemeinorientierten Angeboten sowie Angeboten für sozial Schwache und benachteiligte Personen	• Ausweitung des Zugangs zu öffentlichen Toiletten, „nette Toilette“ • Kennzeichnung inhabergeführten bzw. „cittaslow“ Einzelhandels • Nutzung stadtgeschichtlicher bzw. identitätsstiftender Gestaltungselemente, z. B. Symbol Bienen • Patenschaften für Grünflächen
4. (Politik für) Landwirtschaft, Tourismus und Handwerk // Aufwertung der autochthonen (traditionellen, regionaltypischen) Produktion	*„Wir sind stolz auf die Traditionen unserer Region und die Qualität der hier erzeugten Produkte. Wir setzen uns für den Erhalt ein, indem wir Produktionsmethoden an Besucher:innen und Bürger:innen vermitteln. Die in unseren Gastronomien eingesetzten Produkte kommen bevorzugt aus regionalen Betrieben und von regionalen Erzeugern.“*	• mind. x % der verwendeten / eingekauften Produkte in Handel und Gastronomie kommen aus der Region • bevorzugt Verträge und Zulieferung mit kleinen und mittelständischen Betrieben • informelle Verpflichtung zum Wissenstransfer • Mitmachen ermöglichen	• offene Produktion • cittaslow Menü“ mit regionalen Produkten und Spezialitäten • Stärkung der (Wochen-)Märkte • regionale Kochkurse/-events um cittaslow • Ermöglichung des Probierens von Produkten durch Kund:innen • Manufakturen / offene Küchen / gläserne Werkstatt • Nutzung von Bio-Waren bzw. zertifizierten Produkten und Erzeugnisse • Schulung der Mitarbeiter:innen

Übersicht: Leitlinien, Anforderungen und Maßnahmenbeispiele

cittaslow Handlungsfeld	Leitlinien für Handel und Gastronomie	Anforderungen	Maßnahmenbeispiele
5. (Politik für) Gastfreundschaft, Bewusstsein und Bildung	*„Wir verstehen uns als Gastgeber:innen und begegnen unseren Kund:innen und Gästen persönlich, freundlich und individuell. Wir leben die Werte unserer Region: Heimat- und Naturverbundenheit, Gastfreundschaft, Geselligkeit und Genuss werden bei uns großgeschrieben.“*	• Verpflichtung zu einer herzlichen und freundlichen Begrüßung • Verpflichtung zur persönlichen und individuellen Beratung der Kund:innen • Kenntnis der Region bei den Mitarbeitenden	• Mehrwertsteuererstattung? • Schulungen und Sprachkurse für Mitarbeitende mit Kunden- / Besucherkontakt • Touristen-Goodies, z. B. Verknüpfung mit Stadtrundgängen, Goodie-Bags, persönliche Empfehlungen z. B. wo es den besten Apfelwein gibt • Partnerstadt-Events / -Themenwochen • ein typisch Michelstädter Motiv für die Kakao-Verzierung auf dem Cappuccino • gebrandete Goodies für Einkäufe / Verköstigungen im Handel und der Gastronomie (z. B. ein Honigbonbon)
6. Sozialer Zusammenhalt	*„Bei uns ist jeder jederzeit willkommen. Wir machen Angebote für alle Alters- und Einkommensklassen. Wir verstehen die Michelstädter Innenstadt als sozialen Treffpunkt für alle Gesellschaftsschichten und stellen uns gegen jede Art von Diskriminierung.“*	• Teilnahme an und Schaffung von allgemeinorientierten Angeboten sowie Angeboten für sozial Schwache und benachteiligte Personen • Faire Preissysteme • Ausbildungs- und Praktikumsangebote • Unterstützung spezifischer sozialer Projekte	• „Too good to go“ auf regionaler Basis – Verwertung nicht verkaufter Lebensmittel • Niedrige Einstiegspreislagen • Treffpunkt-Ecken, kommerzfreien Aufenthalt ermöglichen • Wohltätigkeitsveranstaltungen
7. Partnerschaften	*„Wir teilen die Philosophie von Organisationen (wie Slow Food), die sich für eine saubere, nachhaltige, ressourcenschonende und faire Lebensmittel-produktion und –verarbeitung einsetzen. Wir gehen partnerschaftlich mit unseren Lieferanten um und wir suchen den produktiven Austausch mit Händlern und Gastronomen aus anderen cittaslow-Städten.“*	• Mitgliedschaft, Unterstützung entsprechender Organisationen inkl. Sichtbarmachung • Langfristige Lieferantenbeziehungen • Regelmäßige Besuch und Geschäfts-beziehungen mit Händlern und Gastronomen aus anderen cittaslow-Städte	• Siegel, Zertifikate etc. von Slow Food und ähnlichen Organisationen • Sichtbarmachung lokaler Lieferanten • Produkte aus Partnerstädten in Sortimente aufnehmen • Märkte mit Produkten aus Partnerstädten

Beispielhafte Merksätze

für den Einzelhandel

- ✓ In unserem Geschäft verkaufen wir bevorzugt/überwiegend/mehrheitlich regionale Produkte.
- ✓ Wir begrüßen jeden Gast/Kunden mit einem Lächeln.
- ✓ Unsere Mitarbeiter beraten jeden Kunden gern.
- ✓ Wir tragen unsere Region im Herzen, kennen uns aus und können auch Fragen dazu beantworten.
- ✓ Unsere Beziehungen zu Geschäftspartnern und Lieferanten sind auf Langfristigkeit ausgelegt.
- ✓ Wir fühlen uns für die Sauberkeit in der Michelstädter Altstadt verantwortlich.
- ✓ Wir vertreiben ausgewählte Artikel aus den Partnerstädten Michelstadts.
- ✓ Wir sind (nur) ein Teil der Michelstädter Innenstadt. Wir tragen unseren Teil zu einem stimmigen Stadtbild bei.

für die Gastronomie

- ✓ In unserem Café arbeiten wir ausschließlich mit Mehrweggeschirr.
- ✓ Wir begrüßen jeden Gast/Kunden mit einem Lächeln.
- ✓ Wir tragen unsere Region im Herzen, kennen uns aus und können auch Fragen dazu beantworten.
- ✓ Wir machen die Herkunft/Herstellung unserer Produkte sichtbar.
- ✓ Mittagstisch ist bei uns jede Woche ein cittaslow-Menü.
- ✓ Wir arbeiten nur mit zertifizierten Lieferanten.
- ✓ In unserem Café herrscht grundsätzlich kein Verzehrzwang. Wir sind (auch) ein sozialer Treffpunkt.

für Dienstleister:innen und Service

- ✓ Wir decken unseren Energieverbrauch ausschließlich aus nicht fossilen Brennstoffen.
- ✓ Wir begrüßen jeden Gast/Kunden mit einem Lächeln.
- ✓ Unsere Mitarbeiter beraten jeden Kunden gern.
- ✓ Wir tragen unsere Region im Herzen, kennen uns aus und können auch Fragen dazu beantworten.
- ✓ Wir haben faire Preise und arbeiten nicht mit überzogenen/unangemessenen Margen.
- ✓ Wir schaffen und sichern Arbeits- und Ausbildungsplätze für die Region.
- ✓ Für uns geht grundsätzlich Qualität über Quantität.
- ✓ Unsere Mitarbeiter kennen die cittaslow-Prinzipien. Infomaterial dazu liegt bei uns aus.
- ✓ Wir engagieren uns zu wohltätigen Zwecken im Sinne der cittaslow-Bewegung.

- ✓ Alles Michelstädter Händler, Gastronomen und Dienstleister arbeiten wir eng und vertrauensvoll zusammen, um den Gesamtstandort attraktiv zu machen. Wir tauschen Wissen und Informationen proaktiv aus.

1 Energie- und Umweltpolitik // Landschaftliche Qualität

„Das intakte Ökosystem Odenwald ist die Grundlage für das Wohlergehen unserer Region und ihre touristische Strahlkraft: Durch schonenden Umgang mit Ressourcen und Wiederverwertung erzeugter Produkte und Materialien tragen wir zum Erhalt dieser wertvollen Lebensgrundlage bei.“

ANFORDERUNGEN

- Nutzung alternativer Energiequellen
- Einhaltung der Sperrstunde in der Gastronomie
- transparente Mülltrennung und Recycling im Betrieb, Kompostierung wo möglich
- Mehrwegpflicht für die Gastronomie
- Vermeidung von Plastik (insbes. bei Verpackungen)
- Einhaltung der Sperrzeiten gemäß Verordnung zur Verkehrsberuhigung in der Altstadt

© Stadt Michelstadt

MASSNAHMENBEISPIELE

- (gebrandetes) Mehrweg-System für Gastronomie und Veranstaltungen (ReCup und Co.) > *schon vorhanden*
- Förderung von Initiativen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung (Bsp. too good to go)
- Michelstädter bzw. „cittaslow“ Picknickkorb mit regionalen Produkten und Ausflugsrouten zu besonderen Orten

2 Infrastruktur

„Wir bekennen uns zum attraktiven Stadtbild der Michelstädter Altstadt und richten unsere individuelle Außendarstellung daran aus, so dass das stimmige Gesamtbild gewahrt und gestärkt wird.“

ANFORDERUNGEN

- Einsatz von wenig Beleuchtung (Lichtverschmutzung)
- Einhaltung der Gestaltungssatzung
- Beachtung der Denkmalpflege
- bevorzugt einheimische Pflanzen, Gewächse und Blumen

© Stadt Michelstadt

MASSNAHMENBEISPIELE

- Anschaffung einheitlicher Werbemittel für Aktionen zu z. B. Weihnachten, Oster
- Erarbeitung eines Beleuchtungskonzeptes für die Altstadt in Kooperation mit den Gewerbetreibenden
- Erarbeitung eines Begrünungskonzeptes für die Altstadt in Kooperation mit den Gewerbetreibenden
- Brunnenpatenschaften
- Patenschaften für Grünanlagen/-flächen
- einheitliche Bestuhlung und Sonnenschirme für die Außengastronomie

3 (Politik für) Urbane Qualität

„Wir als Michelstädter Händler:innen und Gastronomen sehen uns als Bestandsteil einer lebenswerten Stadt Michelstadt. Mit unseren Orten und Angeboten schaffen wir die Grundlagen für ein städtisches Leben und ein soziales Miteinander der Stadtgesellschaft.“

ANFORDERUNGEN

- Verpflichtung zur Einhaltung von Kernöffnungszeiten
- Pflege und ggf. Sanierung der eigenen Immobilien
- Teilnahme an und Schaffung von allgemeinorientierten Angeboten sowie Angeboten für sozial Schwache und benachteiligte Personen

© Wahl-Druck GmbH, Stadt Michelstadt

MASSNAHMENBEISPIELE

- Ausweitung des Zugangs zu öffentlichen Toiletten, „nette Toilette“
- Kennzeichnung inhabergeführten bzw. „cittaslow“ Einzelhandels
- Nutzung stadtgeschichtlicher bzw. identitätsstiftender Gestaltungselemente, z. B. Symbol Bienen
- Einrichtung von öffentlichen Trinkwasserbrunnen
- Fördermittel für den barrierefreien Ausbau von Ladenlokalen

4 (Politik für) Landwirtschaft, Tourismus und Handwerk // Aufwertung der autochthonen (traditionellen, regionaltypischen) Produktion

„Wir sind stolz auf die Traditionen unserer Region und die Qualität der hier erzeugten Produkte. Wir setzen uns für den Erhalt ein, indem wir Produktionsmethoden an Besucher:innen und Bürger:innen vermitteln.“
„Die in unseren Gastronomien eingesetzten Produkte kommen bevorzugt aus regionalen Betrieben und von regionalen Erzeugern.“

ANFORDERUNGEN

- mind. x % der verwendeten / eingekauften Produkte in Handel und Gastronomie kommen aus der Region
- bevorzugt Verträge und Zulieferung mit und von kleinen und mittelständischen Betrieben
- informelle Verpflichtung zum Wissenstransfer
- Mitmachen ermöglichen

MASSNAHMENBEISPIELE

- sichtbare/erlebbare Produktion
- „cittaslow Menü“ mit regionalen Produkten und Spezialitäten
- Stärkung der (Wochen-)Märkte sowie Konzept mit Fokus auf Regionalität und Handwerk
- regionale Kochkurse/-events um cittaslow
- Ermöglichung des Probierens von Produkten durch Kund:innen
- Manufakturen / offene Küchen / gläserne Werkstatt
- Nutzung von Bio-Waren bzw. zertifizierten Produkten und Erzeugnisse
- Schulung der Mitarbeiter:innen
- im Backhaus in Kooperation mit einem lokalen Bäcker Brotbackkurse für Bürger:innen und Besucher:innen anbieten
- Ansiedlung / Akquise einer Kochschule mit u.a. Kursen zu typisch regionalen Gerichten, ggf. auch in Kooperation mit lokalen Gastronomiebetrieben möglich
- Handwerkskurse anbieten
- Kunsthandwerk auf dem Weihnachtsmarkt fördern, z. B. durch attraktivere Lage oder weniger Standmiete
- ergänzende ToGo Angebote zur Fertigstellung zuhause (z. B. Pizza, Teige und Co. zum fertig backen)
- Kennzeichnung von inhabergeführten Geschäften
- gebrandete Infomaterialien und „Made with Love in Michelstadt“ für regionale Produkte

5 (Politik für) Gastfreundschaft, Bewusstsein und Bildung

„Wir verstehen uns als Gastgeber:innen und begegnen unseren Kund:innen und Gästen persönlich, freundlich und individuell. Wir leben die Werte unserer Region: Heimat- und Naturverbundenheit, Gastfreundschaft, Geselligkeit und Genuss werden bei uns großgeschrieben.“

ANFORDERUNGEN

- Verpflichtung zu einer herzlichen und freundlichen Begrüßung
- Verpflichtung zur persönlichen und individuellen Beratung der Kund:innen
- Kenntnis der Region bei den Mitarbeitenden

MASSNAHMENBEISPIELE

- Mehrwertsteuererstattung?
- Schulungen und Sprachkurse für Mitarbeitende mit Kunden- / Besucherkontakt
- Touristen-Goodies, z. B. Verknüpfung mit Stadtrundgängen, Goodie-Bags, persönliche Empfehlungen z. B. wo es den besten Apfelwein gibt
- Partnerstadt-Events / -Themenwochen
- ein typisch Michelstädter Motiv für die Kakao-Verzierung auf dem Cappuccino
- gebrandete Goodies für Einkäufe / Verköstigungen im Handel und der Gastronomie (z. B. ein Honigbonbon)
- eine persönliche Notiz bei Einkäufen oder zu den Speisen

6 Sozialer Zusammenhalt

„Bei uns ist jeder jederzeit willkommen. Wir machen Angebote für alle Alters- und Einkommensklassen. Wir verstehen die Michelstädter Innenstadt als sozialen Treffpunkt für alle Gesellschaftsschichten und stellen uns gegen jede Art von Diskriminerung.“

ANFORDERUNGEN

- Teilnahme an und Schaffung von allgemeinorientierten Angeboten sowie Angeboten für sozial Schwache und benachteiligte Personen
- Faire Preissysteme
- Ausbildungs- und Praktikumsangebote
- Unterstützung spezifischer sozialer Projekte

© Stadt Michelstadt

MASSNAHMENBEISPIELE

- „Too good to go“ auf regionaler Basis – Verwertung nicht verkaufter Lebensmittel
- Niedrige Einstiegspreislagen
- Treffpunkt-Ecken, kommerzfreien Aufenthalt ermöglichen
- Wohltätigkeitsveranstaltungen

7 Partnerschaften

„Wir teilen die Philosophie von Organisationen (wie Slow Food), die sich für eine saubere, nachhaltige, ressourcenschonende und faire Lebensmittelproduktion und –verarbeitung einsetzen. Wir gehen partnerschaftlich mit unseren Lieferanten um und wir suchen den produktiven Austausch mit Händlern und Gastronomen aus anderen cittaslow-Städten.“

ANFORDERUNGEN

- Mitgliedschaft, Unterstützung entsprechender Organisationen inkl. Sichtbarmachung
- Langfristige Lieferantenbeziehungen
- Regelmäßige Besuch und Geschäfts-beziehungen mit Händlern und Gastronomen aus anderen cittaslow-Städte

© Stadt Michelstadt

MASSNAHMENBEISPIELE

- Siegel, Zertifikate etc. von Slow Food und ähnlichen Organisationen
- Sichtbarmachung lokaler Lieferanten
- Produkte aus Partnerstädten in Sortimente aufnehmen
- Märkte mit Produkten aus Partnerstädten
- Pop Up Verkostungen im Handel oder der Innenstadt von Produkten aus Partnerstädten
- Kombitickets für Kulturveranstaltung und Gastronomie
- Förderung von und Partnerschaften mit Unternehmen, die sich für Recycling/Upcycling, Plastikverwertung, Umweltschutz etc. einsetzen

Vorschläge für ergänzende Kommunikations- und Werbemaßnahmen

Produktentwicklungen	Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen	Stadtgestaltende Maßnahmen
✓ Regelmäßige Erzeuger-Events ✓ Merchandise wie Kochbuch (vorhanden), Rezeptblättchen, Bienenmaskottchen als Sticker, Kuscheltier usw. ✓ Ausweitung Bienenprodukte, neben Honig z. B. auch Honigwein und Bonbons ✓ Audioguides und selbstgeführte cittaslow-Touren	✓ Broschüre, Flyer zur Auslage in Läden, Restaurants, Touristeninfo, Hotels ✓ Micro-Site für cittaslow Handel und Gastronomie ✓ Siegel als Kleber im Schaufenster ✓ Infotafel(n) an prominenten Stellen in der Innenstadt ✓ gebrandete Stofftaschen für den Handel	✓ Holzfiguren/-objekte als Straßenstopper (Fertigung BSO, Finanzierung durch den/die jeweilige/n Einzelhändler:in / Gastronomiebetrieb) ✓ Selfiepoints mit cittaslow-Bezug

04 UMSETZUNG

Vorteile für teilnehmende Akteure aus Handel und Gastronomie

- indirekt: Stärkung der Positionierung der Michelstädter Innenstadt, dadurch Anziehung von mehr Touristen und spezifischen Zielgruppen (> Mehrfrequenzen und –umsätze)
- engere Kooperation mit anderen Akteuren und Stadtvertretern
- höhere Mitarbeiterbindung (gemeinsamer und akzeptierter „Purpose“)
- eigene Positionierung durch Bekenntnis zu gesellschaftlich relevanten Trends und Haltungen
- höhere Sichtbarkeit und Attraktivität durch Teilnahme an öffentlichkeitswirksamen Aktionen und Presseberichterstattung
- Durchführung von Qualifizierungsmaßnahmen der eigenen Mitarbeiter:innen (Schulungen etc.) und anderer für das eigene Geschäft nützlicher Initiativen aus oder mit Unterstützung von Fördermitteln

Quick-Wins – schnell umsetzbare Projekte

Kommunikationsmaßnahmen

- ✓ Kennzeichnung inhabergeführten bzw. Cittaslow-Einzelhandels
- ✓ Gebrandete Infomaterialien und „Made with Love in Michelstadt“ für regionale Produkte
- ✓ Touristen-Goodies, z. B. Verknüpfung mit Stadtrundgängen, Goodie-Bags, persönliche Empfehlungen (Wo gibt es den besten Apfelwein?)
- ✓ Gebrandete Goodies für Einkäufe, Verköstigungen im Handel und der Gastronomie (Honigbonbon etc.)
- ✓ Sichtbarmachung lokaler Lieferanten

Qualifizierung und Verbesserung

- ✓ Schulung der Mitarbeiter:innen
  - ✓ Region
  - ✓ Cittaslow-Prinzipien
  - ✓ Freundlichkeit

Zusatzangebote

- ✓ “Cittaslow-Menü“ mit regionalen Produkten und Spezialitäten
- ✓ Ermöglichen des Probierens von Produkten durch Kund:innen
- ✓ Brotbackkurse in Kooperation mit Kursen zu typisch regionalen Gerichten anbieten
- ✓ Ansiedlung/Akquise einer lokalen Kochschule mit Kursen zu typisch regionalen Gerichten, ggf. in Koop mit Gastronomie
- ✓ Ergänzende To-Go-Angebote zur Fertigstellung zuhause (Pizza, Teige & Co. zum Fertigbacken)
- ✓ Persönliche Notiz bei Einkäufen oder zu Speisen

Attraktivere Aktivitäten und Optimierung der Aufenthaltsqualität

- ✓ Kunsthandwerk auf Weihnachtsmarkt fördern (attraktivere Lagen, weniger Standmiete)
- ✓ Treffpunkt-Ecken einrichten, kommerzfreien Aufenthalt ermöglichen
- ✓ Wohltätigkeitsveranstaltungen durchführen

Zertifizierungsverfahren

Der Betrieb wird durch den Arbeits-/Koordinationskreis „Stadtmarketing“ anhand von gemeinsam definierten Kriterien ausgewählt. Es soll sich um eine „lose“ Zertifizierung handeln, bei der die Betriebe keine starren Anforderungen zu erfüllen haben, erforderlich ist ggf. lediglich eine formlose Antragsstellung. Dabei kann sich an den in den jeweiligen Handlungsfeldern aufgeführten Anforderungen und Maßnahmenbeispielen orientiert werden. Ausgezeichnet werden nur die „Perlen“, d.h. die Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe, die die entwickelten Leitlinien und den cittaslow-Gedanken besonders stark mittragen.

© Stadt Michelstadt

Für die Zertifizierung sollte ein entsprechendes Siegel als Symbolik entwickelt werden. Als Anregung könnte man ggf. das Michelstädter Stadtwappen grün färben, etwas moderner stilisieren und für Sterne und Arabesken andere Symbole nutzen (ggf. unten die cittaslow-Schnecke und oben je ein Symbol für Handel und für Gastronomie).

© cittaslow

Das vorliegende Konzept entstand in Zusammenarbeit mit der Stadt Michelstadt (Innenstadtmanagement, Kulturamt), der lokalen cittaslow Lenkungsgruppe sowie dem Michelstädter Gewerbeverein.

Kontakt

Stabsstelle Innenstadtmanagement
Frankfurter Straße 3
64720 Michelstadt

MICHELSTADT