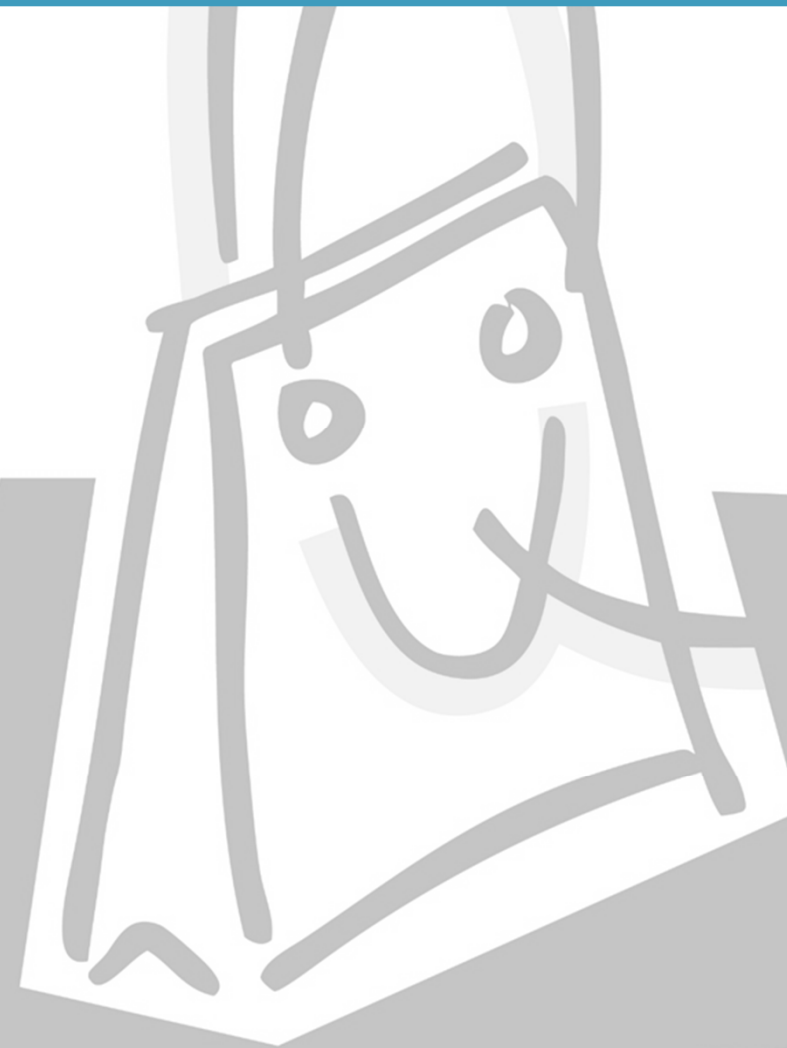


Beschilderung EHI

**Das Einkaufserlebnis historische Innenstadt als Teil des touristischen
Leitsystems** (Henning Rode / WVLQ am 18. SEP 2018)

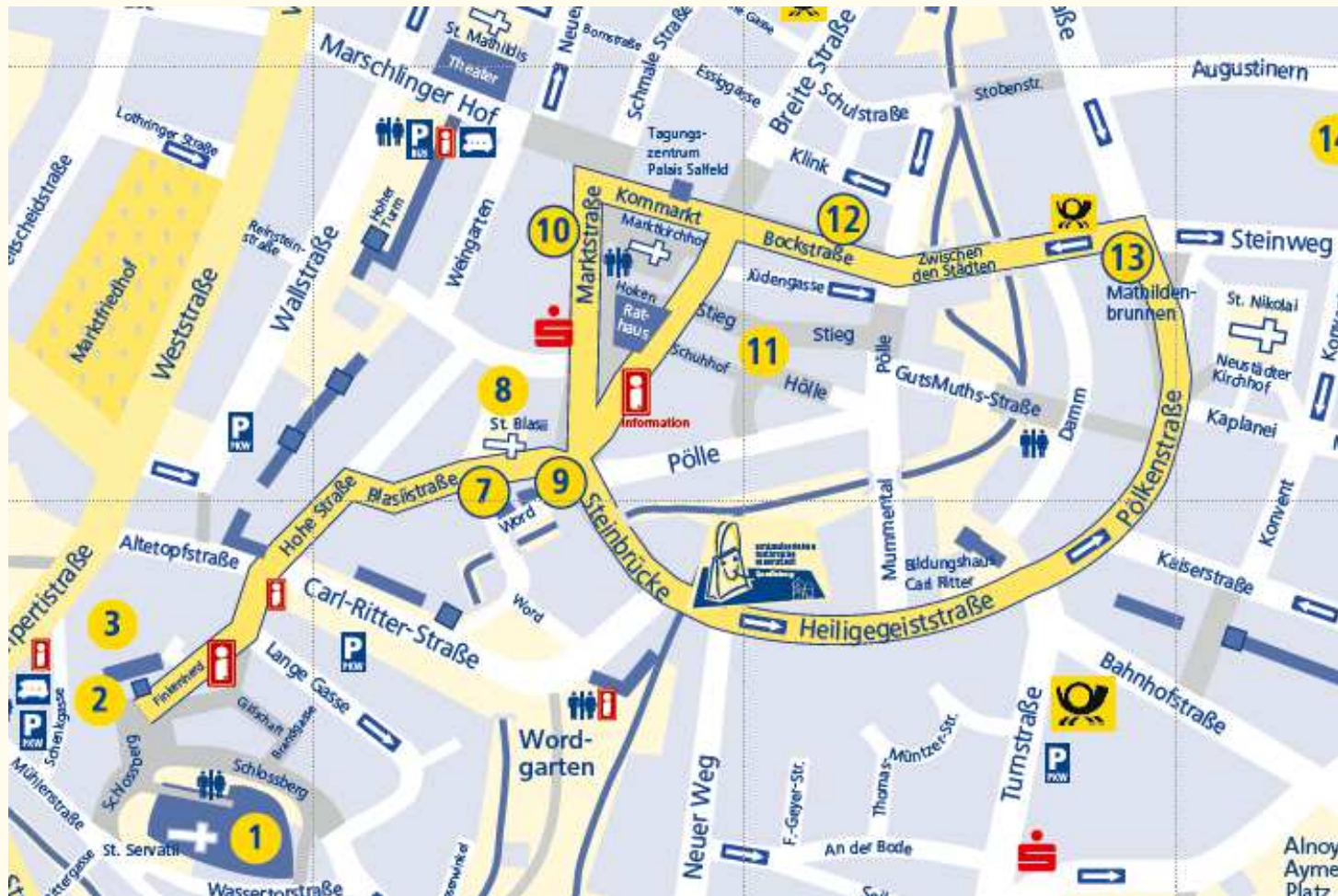
A stylized, hand-drawn illustration of a shopping bag with a face, featuring two circular eyes and a curved smile. The bag is positioned on the left side of the slide, partially overlapping the text area.

Einkaufserlebnis
historische
Innenstadt

Quedlinburg

A stylized, hand-drawn illustration of a building with a gabled roof and a chimney, positioned on the right side of the slide, partially overlapping the text area.

Stadtplan mit EHI – Bereich (Ausschnitt)



Der Bereich des Einkaufserlebnisses historische Innenstadt ist Bestandteil sämtlicher aktueller Stadtpläne. Entlang dieses Bereichs soll möglichst lückenlos ausgeschildert werden.

Inhalte der Maßnahme

- ✓ „Einkaufserlebnis historische Innenstadt“ (EHI) mit Wort-Bild-Marke (WBM) kennzeichnen
- ✓ Besucherlenkung zur „historische Neustadt“
- ✓ Nutzung des Touristische Leitsystems (TLS): 14 Standorte am TLS + ein Straßenschildpfosten = 15

Schild in Originaldarstellung

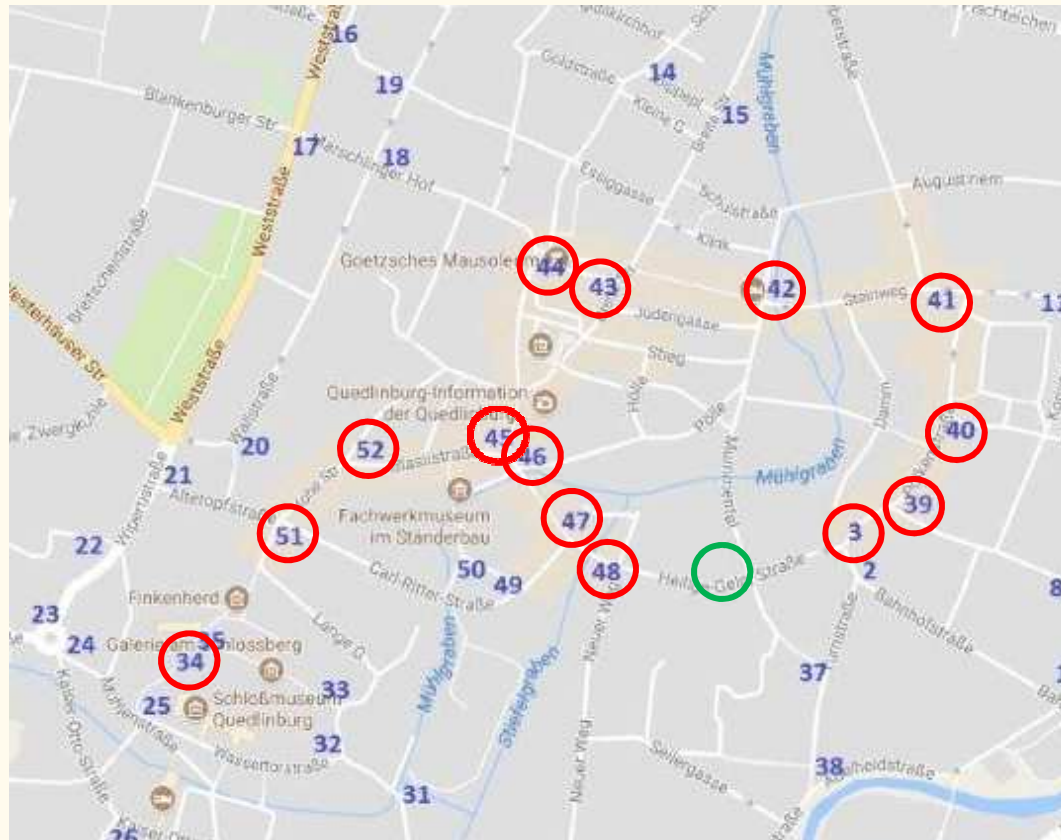


- ✓ Auf Grundlage der der WBM EHI wurde in der Stadtverwaltung fachbereichsübergreifend sowie mit professioneller Unterstützung ein Schilderdesign entwickelt und entsprechend visualisiert

Beispielschild in der Fotomontage



Stadtplan mit EHI – Bereich (Auszug)



14 Standorte TLS
 + 1 sonstige Standorte
 = 15 Standorte

Standorte des TLS: ○

- 3: Pölkentor
- 34: Schlossaufgang, Neue Wache
- 39: Pölkenstraße, Kaiserstraße
- 40: Pölkenstraße, Konvent
- 41: Mathildenbrunnen
- 42: Zw. den Städten, Klink
- 43: Kornmarkt, Breite Straße
- 44: Kornmarkt, Marktstraße
- 45: Markt, Blasiistraße
- 46: Markt, Steinbrücke
- 47: Steinbrücke, Carl-Ritter-Straße
- 48: Steinbrücke, Neuer Weg
- 51: Carl-Ritter-Straße, Lange Gasse
- 52: Hohe Straße, Blasiistraße

Ergänzungsstandort: ○

Mummental / Heilige-Geist-Straße
 (Umsetzung an Mast Straßenschild)

Ziele des Projektes

- ✓ Wir bieten eine bessere Orientierung für Shopping – interessierte Besucher (Touristen, Einheimische, aus der Region).
- ✓ Nutzung und Stärkung der Wort-Bild-Marke EHI – wir gehen voran!
- ✓ Signal an den Handel I: Wir erfüllen eine Ihrer zentralen Forderungen und sind Ihr starker Partner.
- ✓ Signal an den Handel II: Eigenverantwortliches Engagement für die Einkaufsstadt auf Basis einer starken EHI – Marke lohnt sich.
- ✓ Signal an den Handel III: Wir kümmern uns um die historische „Neustadt“
- ✓ Stärkung der Kooperationsbereitschaft des innerstädtischen Gewerbes
- ✓ Das WIR – Gefühl im Handel soll durch Markenbindung gestärkt werden.

Weiteren Vorgehensweise im Bereich EHI

1. Speziell: Auftragserteilung / Umsetzung bis zum Advent
2. Generell: eine Wort-Bild-Marke muss angewendet werden
3. Weitere Verbreitung des EHI – Logos im öffentlichen Raum – z. B. Aufkleber an kooperierenden Geschäften (für alle zugänglich gegen Unterschrift)
4. Bewerbung EHI im Gastgeberverzeichnis
5. Einbindung der Händlerschaft zum Sachsen-Anhalt-Tag
6. Internetbasierte Elektronischer Einkaufsführer (IEF) / App: mittelfristiges Ziel / starke Einbindung der Händlerschaft (Eigenaktivität)
7. Flankierend: Professionelle Fotos aller EHI-Bereiche (innen, außen, Models)