

Herzlich Willkommen



Marketing-Konzept „Moderne Innenstadt“

- Theorie: SWOT-Analyse
- Ergebnis der SWOT-Analyse
- Theorie Marketing-Mix (4 P's)
- Umsetzung der Strategie

Was ist die SWOT-Analyse ?

SWOT		INTERNE ANALYSE	
		STÄRKEN (Strengths)	SCHWÄCHEN (Weaknesses)
EXTERNE ANALYSE	CHANCEN (Opportunities)	Aus welchen Stärken ergeben sich neue Chancen?	An welchen Schwächen arbeiten, um Chancen zu nutzen?
	RISIKEN (Threats)	Welche Stärken minimieren mögliche Bedrohungen?	Weiterentwickeln! Damit Schwächen nicht zu mehr Risiken werden.

Stärken/Chancen

- Attraktive Bausubstanz - **Schöne Gebäude und Plätze**
- Touristenmagnet
- Trier ist **Oberzentrum** – Kaufkraft aus dem Umland
- Trier hat vergleichsweise **viele junge Einwohner** - Studentenstadt
- Nach Pandemie wieder vor Ort essen, einkaufen, etc.

Schwächen/Risiken

- Zunehmende Leerstände und wachsender Online-Handel
- Wenig Auswahl an Geschäften für junge Leute (U30)
- Fehlende Sitzgelegenheiten, geringe Aufenthaltsqualität auch außerhalb der „Geschäftszeiten“
- ÖPNV zu teuer - Abends teilweise schlechte oder nicht vorhandene Verbindung
- Bahnhof/Alleecenter, Treveris-Passage unattraktiv und unsicher
- Fehlende Großveranstaltungen mit „Zugkraft“ (insbes. für junge Leute)
- Viele Aktivitäten - Attraktionen sind nicht bekannt

Ergebnis der SWOT-Analyse

Eingrenzung auf Zielgruppe:
Junge Menschen (ca. unter 30 Jahren)

Ziel



Attraktive Innenstadt mit Aufenthaltsqualität
insbesondere für junge Menschen



#JUNGESTADT

Marketing-Mix (4 P's)

Optimale Abstimmung und Kombination der Marketinginstrumente

Product: Welchen (Zusatz)Nutzen kann die Innenstadt bieten?

Promotion: Wie stellt sich Trier nach außen dar?

Place: Über welche Wege wird das Produkt angeboten?
Wie erhält man Informationen

Price: Preispolitik hier nicht relevant



Umsetzung #jungeStadt

- Verbindung zwischen Trier und dem Umland stärken
 - ➔ günstigere Fahrpreise und bessere Taktzeiten im **ÖPNV**
 - ➔ Sichere und saubere **Gestaltung der Anlaufsorte**
- **Kommunikation** mit der Zielgruppe über Social-Media

Umsetzung #jungeStadt

- Mobile Gastronomie auch an Wochenenden und den frühen Abendstunden
- Attraktivere Einkaufsmöglichkeiten für junge Menschen
- Mehr Sitzgelegenheiten - Aufenthalt auch abseits vom Einkauf
- Mehr Veranstaltungen mit Zugkraft für junge Leute

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit