

Lübecker Nachrichten

www.ln-online.de

In-online/lokales
vom 25.05.2011 10:25

Bad Schwartau: Die fünf Alternativen in Stichworten

Total-Bequem-Ort: Parken, Einkaufen und Stadterlebnis sind so einfach, komfortabel und angenehm wie in keinem anderen Ort der Region.

Atmosphäre und Service sind speziell auf die Wünsche der Kunden ausgerichtet. Total bequem spricht mehrere demografische Zielgruppen an – besonders Berufstätige mit straffem Zeitmanagement auch bei privaten Erledigungen und ältere Menschen, die sich das Leben leichter machen möchten.

Wellness-Gesundheits-Ort: Anknüpfend an das Kurortthema, mit hoher Ärzte-, Therapeuten und Klinikdichte bietet sich die Positionierung an. Dazu gehören das Wohlfühlen und Genießen auf der Bummelmeile, entspannen und entschleunigen in angenehmer Atmosphäre, vorsorgen, heilen und genesen zwischen „High-End-Medizin, Kurpark, Trimm-Dich-Pfad und Wellness-Lounge.“

Drei-Generationen-Ort: Darin greift Bad Schwartau die Gemeinsamkeiten zwischen Kindern, Eltern und Großeltern-Generation auf und fördert diese. Die Kombination Großeltern-Enkel soll besonders betont werden. Zusätzlich sollen spezielle Bedürfnisse der jeweiligen Generation (besonders Kinder/junge Familien (Bekleidung, Spielgeräte, Freizeitartikel), Ü45 (bewusste Genießer) und Ü60 (Gesundheit, Pflege, Betreuung,) bedient werden. Die Gestaltung des öffentlichen Raums fördert in diesem Profil ein Miteinander der Generationen, zum Beispiel bei der Vermittlung von Wissen, Bildung und Lebenserfahrung (z.B. Möblierung und Spielgeräte mit „Edutainment-Charakter“).

Liebenswürdige Kleinstadt: Heile Welt“ und etwas Nostalgie als Gegenentwurf zur zunehmenden Verrohung und Verwahrlosung in Großstädten. Betonung auf „sicher“ und „sauber“, Betonung kleinstädtischer Motive wie Kommunikation/Schnack („man kennt sich“, Brauchtum und Tradition, „Gute Stube“. Grundmotiv für den Handel: kleine, inhabergeführte Fachgeschäfte, in denen man die Kunden kennt.

Shopping und täglicher Bedarf: Die einzigartige Qualität soll in dieser Kombination liegen. Erstklassige Angebote im periodischen Bereich, ergänzt durch stationäre Spezialisten (Feinkost, Bio, regionale Produkte, Verkauf und Sofortverzehr), ein aufgewerteter Wochenmarkt. Solides Einzelhandelsangebot, herausragende Erreichbarkeit mit dem Auto, kurze Wege, außergewöhnlich hohe Aufenthaltsqualität.

Quelle im Internet: <http://www.ln-online.de/nachrichten/3128839>

© 2010 www.ln-online.de