

# ENTWICKLUNGSPROGRAMM EULLE

Rheinland-pfälzisches ELER-Entwicklungsprogramm "Umweltmaßnahmen, Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft, Ernährung" (EPLR EULLE)  
 CGI-NR.: 2014DE06RDRP017

## Projektsteckbrief LEADER

☒
**Maßnahme 19.2 - Förderung der Umsetzung von Vorhaben im Rahmen der LILE**

☒ Förderauftrag der Lokalen Aktionsgruppe (LAG)
 ☐ Förderauftrag FLE 2.0
 ☐ GAK 8.0 „Kleinstunternehmen der Grundversorgung“
 ☐ GAK 9.0 „Einrichtungen für lokale Basisdienstleistungen“

oder

☐
**Maßnahme 19.3 - Gebietsübergreifende und transnationale Kooperationen**

gemäß den Verordnungen (EU) Nr. 1303/2013 und Nr. 1305/2013

|   |  |
|---|--|
| I. Allgemeine Angaben   |  |
| LEADER-Aktionsgruppe (LAG):   | Lahn-Taunus  |
| Name des Vorhabens <sup>1</sup> :   | Pro BEN – Initiative gegen Leerstand   |
| 1. Angaben zum Träger des Vorhabens   |  |
| Träger des Vorhabens  | Name: Verbandsgemeinde Bad Ems-Nassau<br>Straße/Hausnr.: Bleichstr. 1<br>PLZ/Ort: 56130 Bad Ems  |
| Rechtsform  | <input type="checkbox"/> natürliche Person<br><input type="checkbox"/> Personengesellschaft<br><input type="checkbox"/> juristische Person des Privatrechts<br><input checked="" type="checkbox"/> juristische Person des öffentlichen Rechts                                  |
| Gemeinnützigkeit  | <input type="checkbox"/> ja<br><input checked="" type="checkbox"/> nein  |
| Ansprechpartner   | Name: Pia Pilger<br>Telefon: 02603/793143<br>Fax: 02603/793175<br>E-Mail: p.pilger@vgben.de  |
| Anerkennung der Finanzmittel des Trägers des Vorhabens als öffentliche Ausgaben | <input type="checkbox"/> ja Anerkennung erfolgte am _____<br><input checked="" type="checkbox"/> nein<br><input type="checkbox"/> Antrag auf Anerkennung bei ELER-Verwaltungsbehörde eingereicht am: _____   |
| Vorstuerabzugsberechtigung des Trägers des Vorhabens                            | <input type="checkbox"/> ja<br><input checked="" type="checkbox"/> nein, wenn nein: _____<br><input type="checkbox"/> Bestätigung durch Finanzamt vom _____ liegt vor.<br><input type="checkbox"/> Bestätigung des Finanzamtes wird mit dem Antrag auf Fördermittel vorgelegt. |

<sup>1</sup> „Vorhaben“ ist ein Projekt, ein Vertrag, eine Maßnahme oder ein Bündel von Projekten, ausgewählt von der LAG, die zu den Zielen der LLE der betreffenden LAG und einem der Ziele der ELER-Verordnung beitragen.

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
| <b>Angabe zur Größe des Unternehmens des Antragstellers (Einstufung KMU<sup>2</sup>)</b><br>Das Unternehmen hat weniger als 250 Beschäftigte<br><input type="checkbox"/> ja<br><input type="checkbox"/> nein<br>und<br>erzielt entweder einen Jahresumsatz von nicht mehr als 50 Mio. €<br><input type="checkbox"/> ja<br><input type="checkbox"/> nein<br>oder eine Jahresbilanzsumme von nicht mehr als 43 Mio. €.<br><input type="checkbox"/> ja<br><input type="checkbox"/> nein<br><input checked="" type="checkbox"/> nicht relevant            |  | <b>2. Angaben zum Vorhaben</b>  |  |
| <b>Teilmaßnahme</b><br><input checked="" type="checkbox"/> Maßnahmencode 19.2 - Förderung der Umsetzung von Vorhaben im Rahmen der LILE<br><input checked="" type="checkbox"/> Förderaufruf der Lokalen Aktionsgruppe (LAG)<br><input type="checkbox"/> Förderaufruf FLE 2.0<br><input type="checkbox"/> GAK 8.0 „Kleinstunternehmen der Grundversorgung“<br><input type="checkbox"/> GAK 9.0 „Einrichtungen für lokale Basisdienstleistungen“<br><input type="checkbox"/> Maßnahmencode 19.3 - Gebietsübergreifende und transnationale Kooperationen |  | <b>Bei Vorhaben der gebietsübergreifenden und transnationalen Kooperation (M19.3)</b><br>Name und Anschrift des/der Kooperationspartner(s)<br>(Bundesland / EU-Mitgliedsstaat)<br>Abschluss einer Kooperationsvereinbarung<br>vorgesehen am<br>Vorgesehene projektverantwortliche / federführende LAG |  |
|   |  |   |  |
|   |  |   |  |

<sup>2</sup> Die Angaben beziehen sich auf den letzten durchgeführten Jahresabschluss. Liegt noch kein abgeschlossener Jahresabschluss vor (Unternehmensneugründung), so sind die Werte anhand der Zahlen des laufenden Geschäftsjahres nach Treu und Glauben zu schätzen.

|  |   |
|--|---|
| <b>Vorhaben liegt innerhalb der LEADER-Region der unter I. genannten LEADER-Aktionsgruppe (LAG)</b>  | <input checked="" type="checkbox"/> ja, ausschließlich in der LEADER-Region der unter I. genannten LAG<br><input type="checkbox"/> ja, zusätzlich auch in _____ weiteren LEADER-Regionen<br><input type="checkbox"/> ja, aber auch teilweise außerhalb einer LEADER-Region<br><input type="checkbox"/> Ausnahmegenehmigung zur Gebietsüberschreitung bei ELER-Verwaltungsbehörde beantragt am _____<br><input type="checkbox"/> nein<br><input type="checkbox"/> Ausnahmegenehmigung zur Gebietsüberschreitung bei ELER-Verwaltungsbehörde beantragt am _____ |
| <b>Laufzeit des Vorhabens</b>  | von _____ 15.02.2022 bis _____ 15.06.2024 (Datum)   |
| <b>Mit dem Vorhaben wurde noch nicht begonnen<sup>3</sup></b>  | <input checked="" type="checkbox"/> ja<br><input type="checkbox"/> nein   |
| <b>Trägt neben dem Zuwendungsempfänger eine weitere Stelle zur Finanzierung bei?</b>   | <input type="checkbox"/> ja, falls<br><input checked="" type="checkbox"/> nein  |
| <b>Werden im Rahmen der Umsetzung des Vorhabens Einnahmen erzielt?</b>   | <input type="checkbox"/> ja<br><input checked="" type="checkbox"/> nein   |
| <b>Übereinstimmung mit der LILE der unter I. genannten LAG</b>   | <input checked="" type="checkbox"/> ja  |
| <b>Zuordnung zu den Handlungsfeldern der LILE der unter I. genannten LAG</b>   | <input type="checkbox"/> Natur, Umwelt, Klima<br><input checked="" type="checkbox"/> Heimische Wirtschaft<br><input type="checkbox"/> Arbeit mit, für und am Menschen<br><input checked="" type="checkbox"/> Attraktive Dörfer und Städte   |
| <b>Bestätigung des Bedarfes für die Bereitstellung des betreffenden Gutes oder der betreffenden Dienstleistung der Grundversorgung der zuständigen Kreisverwaltung</b> | <input type="checkbox"/> ja<br><input checked="" type="checkbox"/> entfällt, da Umsetzung nicht im Förderaufruf „FLE 2.0“   |

<sup>3</sup> Als Vorhabenbeginn sind grundsätzlich der Abschluss eines der Ausführung zuzurechnenden Lieferungs- oder Leistungsvertrages sowie die Aufnahme von Eigenarbeiten zu werten. Bei Baumaßnahmen gelten Planung, Bodenuntersuchung und Grunderwerb nicht als Beginn des Vorhabens, es sei denn, sie sind alleiniger Zweck der Zuwendung.

|   |  |                                      |   |
|---|--|--------------------------------------|---|
| <b>II. Spezielle Angaben zum Vorhaben</b> | <table border="1"> <tr> <td data-bbox="124 1915 1434 1982"> <b>1. Beschreibung des Vorhabens</b> </td> <td data-bbox="124 423 1434 1915"> <p><b>1.1 Inhalt des Vorhabens</b></p> <p>           Ist-Situation: In Bad Ems sind über 25 leerstehende Gewerbeobjekte, in Nassau über 10 leerstehende Gewerbeobjekte in der jeweiligen Stadtmittle vorhanden. Zum Teil stehen diese Objekte schon viele Jahre leer und prägen das Straßenbild negativ. Die Wirtschaftsförderung VG BEN hat für die Verbandsgemeinde Lösungen zur Bewältigung des Leerstandes zu entwickeln. Durch die Einführung vom kommunalen Immobilien Portal (KIP) konnten die Leerstände zum Teil bereits online sichtbar gemacht werden. Als Anreiz für Ansiedlung neuer Geschäfte sollten kurzfristige Vermietungen der Leerstände ermöglicht werden. Das Ziel ist es hierdurch auch längerfristig neue Betriebe in die Region zu locken und nachhaltig einige Objekte aus dem Leerstand zur Nutzung zu bringen.         </p> <p> <b>Vorgehensweise:</b><br/>           Die Innenstädte Bad Ems und Nassau sollten durch ein Pop-Up Konzept belebt werden. <b>Model 1</b>, Kurzzeit Pop-Up-Stores, Laufzeit Mind. 2 Wochen bis Max. 3 Monate. <b>Model 2</b>, Ladenlokale mit flexiblen Mietkonditionen, im Gegenzug muss die Bereitschaft des Ladenbetreibers da sein, selbst mit zu gestalten und anzupacken. Vier Monate Mietfrei (exkl. Nebenkosten), danach Staffelmiete. Mindestlaufzeit 1 Jahr.         </p> <p>           Leerstehende Objekte werden für Kurzzeitvermietungen an Existenzgründer zur Verfügung gestellt. Der Gründer kann seine Geschäftsidee oder sein Sortiment austesten. Vorteil für ihn: niedriger Fixkosten und Erhöhung des Bekanntheitsgrads. Der Vermieter erhält eine Möglichkeit auf einen langfristigen Mieter.         </p> <p>           Besonders sollten Ladenkonzepte mit innovativen, regionalen und nachhaltigen Bezug gefördert werden.         </p> <p>           Aktive Unterstützung bei dem Projekt durch Wirtschaftsförderung VG BEN: Koordinierung des Projektes, Beteiligung an Mietzins bei Pop-Up Lokalen, Schaufenstergestaltung, Grundausstattung für die Pop-Up Ladenlokale, Öffentlichkeitsarbeit         </p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> Ausführliche Beschreibung des Vorhabens ist als Anlage beigefügt.         </p> </td> </tr> </table> | <b>1. Beschreibung des Vorhabens</b> | <p><b>1.1 Inhalt des Vorhabens</b></p> <p>           Ist-Situation: In Bad Ems sind über 25 leerstehende Gewerbeobjekte, in Nassau über 10 leerstehende Gewerbeobjekte in der jeweiligen Stadtmittle vorhanden. Zum Teil stehen diese Objekte schon viele Jahre leer und prägen das Straßenbild negativ. Die Wirtschaftsförderung VG BEN hat für die Verbandsgemeinde Lösungen zur Bewältigung des Leerstandes zu entwickeln. Durch die Einführung vom kommunalen Immobilien Portal (KIP) konnten die Leerstände zum Teil bereits online sichtbar gemacht werden. Als Anreiz für Ansiedlung neuer Geschäfte sollten kurzfristige Vermietungen der Leerstände ermöglicht werden. Das Ziel ist es hierdurch auch längerfristig neue Betriebe in die Region zu locken und nachhaltig einige Objekte aus dem Leerstand zur Nutzung zu bringen.         </p> <p> <b>Vorgehensweise:</b><br/>           Die Innenstädte Bad Ems und Nassau sollten durch ein Pop-Up Konzept belebt werden. <b>Model 1</b>, Kurzzeit Pop-Up-Stores, Laufzeit Mind. 2 Wochen bis Max. 3 Monate. <b>Model 2</b>, Ladenlokale mit flexiblen Mietkonditionen, im Gegenzug muss die Bereitschaft des Ladenbetreibers da sein, selbst mit zu gestalten und anzupacken. Vier Monate Mietfrei (exkl. Nebenkosten), danach Staffelmiete. Mindestlaufzeit 1 Jahr.         </p> <p>           Leerstehende Objekte werden für Kurzzeitvermietungen an Existenzgründer zur Verfügung gestellt. Der Gründer kann seine Geschäftsidee oder sein Sortiment austesten. Vorteil für ihn: niedriger Fixkosten und Erhöhung des Bekanntheitsgrads. Der Vermieter erhält eine Möglichkeit auf einen langfristigen Mieter.         </p> <p>           Besonders sollten Ladenkonzepte mit innovativen, regionalen und nachhaltigen Bezug gefördert werden.         </p> <p>           Aktive Unterstützung bei dem Projekt durch Wirtschaftsförderung VG BEN: Koordinierung des Projektes, Beteiligung an Mietzins bei Pop-Up Lokalen, Schaufenstergestaltung, Grundausstattung für die Pop-Up Ladenlokale, Öffentlichkeitsarbeit         </p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> Ausführliche Beschreibung des Vorhabens ist als Anlage beigefügt.         </p> |
| <b>1. Beschreibung des Vorhabens</b>      | <p><b>1.1 Inhalt des Vorhabens</b></p> <p>           Ist-Situation: In Bad Ems sind über 25 leerstehende Gewerbeobjekte, in Nassau über 10 leerstehende Gewerbeobjekte in der jeweiligen Stadtmittle vorhanden. Zum Teil stehen diese Objekte schon viele Jahre leer und prägen das Straßenbild negativ. Die Wirtschaftsförderung VG BEN hat für die Verbandsgemeinde Lösungen zur Bewältigung des Leerstandes zu entwickeln. Durch die Einführung vom kommunalen Immobilien Portal (KIP) konnten die Leerstände zum Teil bereits online sichtbar gemacht werden. Als Anreiz für Ansiedlung neuer Geschäfte sollten kurzfristige Vermietungen der Leerstände ermöglicht werden. Das Ziel ist es hierdurch auch längerfristig neue Betriebe in die Region zu locken und nachhaltig einige Objekte aus dem Leerstand zur Nutzung zu bringen.         </p> <p> <b>Vorgehensweise:</b><br/>           Die Innenstädte Bad Ems und Nassau sollten durch ein Pop-Up Konzept belebt werden. <b>Model 1</b>, Kurzzeit Pop-Up-Stores, Laufzeit Mind. 2 Wochen bis Max. 3 Monate. <b>Model 2</b>, Ladenlokale mit flexiblen Mietkonditionen, im Gegenzug muss die Bereitschaft des Ladenbetreibers da sein, selbst mit zu gestalten und anzupacken. Vier Monate Mietfrei (exkl. Nebenkosten), danach Staffelmiete. Mindestlaufzeit 1 Jahr.         </p> <p>           Leerstehende Objekte werden für Kurzzeitvermietungen an Existenzgründer zur Verfügung gestellt. Der Gründer kann seine Geschäftsidee oder sein Sortiment austesten. Vorteil für ihn: niedriger Fixkosten und Erhöhung des Bekanntheitsgrads. Der Vermieter erhält eine Möglichkeit auf einen langfristigen Mieter.         </p> <p>           Besonders sollten Ladenkonzepte mit innovativen, regionalen und nachhaltigen Bezug gefördert werden.         </p> <p>           Aktive Unterstützung bei dem Projekt durch Wirtschaftsförderung VG BEN: Koordinierung des Projektes, Beteiligung an Mietzins bei Pop-Up Lokalen, Schaufenstergestaltung, Grundausstattung für die Pop-Up Ladenlokale, Öffentlichkeitsarbeit         </p> <p> <input checked="" type="checkbox"/> Ausführliche Beschreibung des Vorhabens ist als Anlage beigefügt.         </p>  |                                      |   |

## 1.2 Innovativer Charakter

Bisher wurde das Konzept mit den Pop-Up Stores in größeren Städten erprobt, jetzt ziehen kleinere Städte nach. Vorteile: Zusammenarbeit mit den Geschäftsleuten vor Ort durch Einbeziehung in das Projekt (vor Ort Experten), nachhaltige Steigerung der Frequenz in der Innenstadt, Neugier auf den Standort wecken und eine sinnvolle Nutzung der Leerstände ermöglichen, Erhöhung des Branchen-Mix, Bekanntheitsgrad von regionalen Anbietern erhöhen.

## 1.3 Zielgruppen

Einwohner beider Städte = die Innenstadt wird belebt, Eigentümer = sie bekommen positives Marketing und Aufmerksamkeit für ihr Objekt, Städte = sie gehen aktiv gegen den Leerstand an, andere Geschäftsinhaber = wird der Innenstadt durch Pop-Up Stores belebt, erhöht es insgesamt die Frequenz und so haben auch andere Geschäftsinhaber einen positiven Effekt, Tourismus = wird Leerstand durch Pop-Ups Läden ersetzt, wird das Stadtbild positiv beeinflusst.

## 1.4 Partner

(Ist eine Zusammenarbeit mit Partnern aus der Region geplant? Wenn ja, welche Partner und welche Art von Partnerschaften sind vorgesehen?)  
Touristik Bad Ems-Nassau (Austausch über Leerstände und potentielle Interessenten für Pop-Up Stores)  
Gewerbevereine Werbering Nassauer Land und Gewerbevertreter aus Bad Ems (Austausch über Leerstände und potentielle Interessenten für Pop-Up Stores)  
Arbeitskreis für Leerstand = interessierte Geschäftsleute und Immobilienbesitzer in Bad Ems und Nassau, Vertreter Stadt (Austausch zu Leerständen und zu den Interessenten für Pop-Up Stores)

# 1.5 Erwartete Ergebnisse bei Abschluss des Vorhabens – Skizzierung der Vorhabenziele unter Berücksichtigung der „ELER-Ziele“ (Neues Produkt, neue Dienstleistung, Existenzgründung, Anzahl gesicherter / neu geschaffener Arbeitsplätze, o. ä.)

Durch Pop-Up Stores erhalten Gründer die Möglichkeit ihr Unternehmenskonzept zu testen und die „Probezeit“ als Unternehmer kann sie bestätigen sich selbständig zu machen. Damit werden neue Arbeitsplätze geschaffen und Bürger vor Ort dürfen sich über ein neues Angebot in der Innenstadt freuen. Evaluierung einmal jährlich z.B. Anzahl Kurzzeit Nutzungen, Entwicklung Leerstand, Erhöhung des Branchen-Mix. Gegebenenfalls Anpassung des Konzeptes aufgrund der Erfahrungswerte z.B. Laufzeit Pop-Up, bevorzugte Größe Pop-Up.

## Beitrag des Vorhabens zu den „ELER-Zielen“

### Ziele der ELER-Verordnung<sup>4</sup>:

- ☐ Förderung der Wettbewerbsfähigkeit
- ☐ Gewährleistung der nachhaltigen Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen und Klimaschutz
- ☒ Erreichung einer ausgewogenen räumlichen Entwicklung der ländlichen Wirtschaft und der ländlichen Gemeinschaft, einschließlich der Schaffung und des Erhalts von Arbeitsplätzen

### Querschnittsziele der ELER-Verordnung:

- ☒ Innovation
- ☐ Umweltschutz
- ☐ Eindämmung des Klimawandels

### Kernziele des EPLR-EULLE<sup>5</sup>:

- ☐ Erhöhung der Wertschöpfung in ländlichen Räumen Umweltschutz
- ☐ Sicherung des ökologischen Potenzials
- ☐ Nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen
- ☐ Auf- und Ausbau von Wertschöpfungsketten
- ☒ Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements
- ☒ Lokale Initiativen und Kooperationen

<sup>4</sup> Mindestens ein Ziel der ELER-Verordnung muss mit dem Vorhaben verfolgt werden.  
<sup>5</sup> Mindestens ein Kernziel des EPLR-EULLE muss mit dem Vorhaben verfolgt werden.

|             |                  |  |
|-------------|------------------|--|
| Bereich(e): | Zielindikatoren: | Konkretisierung der Ziele <sup>6</sup> : |
|-------------|------------------|--|

**Hinweis:** Sollten mehr Zielindikatoren zum Tragen kommen, als Auswahlmöglichkeiten vorhanden sind, benennen Sie diese bitte im Bereich „Konkretisierung der Ziele“.

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Dorfentwicklung, Dorfleben, Grundversorgung</b> | Schaffung/Ausbau<br>Vermarktungseinrichtungen<br>Wählen Sie ein Element aus<br>-----<br>Wählen Sie ein Element aus                         | Unterstützung bei der<br>Ansedlung neuer Geschäfte/<br>Unternehmen         |
| <b>Gewerbliche Wirtschaft</b>                      | Handel<br>Sonstiges<br>-----<br>Wählen Sie ein Element aus<br>Wählen Sie ein Element aus   | junge Unternehmen aus<br>Handwerk, regionale<br>Produkte, Dienstleistungen |
| <b>Land-, Forstwirtschaft und Weinbau</b>          | Schaffung/Ausbau<br>Vermarktungseinrichtungen<br>Wählen Sie ein Element aus<br>-----<br>Wählen Sie ein Element aus                         | Unterstützung bei der<br>Ansedlung neuer Geschäfte/<br>Unternehmen         |
| <b>Naturschutz und Umwelt</b>                      | Wählen Sie ein Element aus<br>-----<br>Wählen Sie ein Element aus<br>Wählen Sie ein Element aus  |  |
| <b>Tourismus</b>                                   | Qualitätsverbesserung der<br>touristischen Infrastruktur<br>Sonstiges<br>-----<br>Wählen Sie ein Element aus<br>Wählen Sie ein Element aus | Verbesserung des Stadtbilds  |
| <b>Sonstiges</b>                                   | Aktionen, Ausstellungen,<br>Veranstaltungen  | begleitend als<br>Öffentlichkeitsarbeit                                    |
| <b>Erhaltene/ Geschaffene Arbeitsplätze</b>        | außerhalb von landwirtschaftlichen<br>Betrieben  |  |

<sup>6</sup> Bitte konkretisieren Sie hier – soweit möglich – alle aufgeführten Zielindikatoren des Vorhabens.  
Beispiele:

- Touristisches Vorhaben (bspw. Wanderweg) – Konkretisierung: Schaffung von x km Wanderweg mit Beschilderung (Anzahl/Ort) und Installation sanitärer Anlagen.
- Vorhaben im Bereich Naturschutz u. Umwelt (bspw. Umweltbildungsstätte) – Konkretisierung: Bauliche Inwertsetzung einer Immobilie bspw. durch Modernisierung, Anschaffung von Lehrmaterialien o. ä. Informationsmaterialien mit Zahlenangaben.
- Vorhaben im Bereich Grundversorgung (bspw. Erweiterung eines Dorfladen) – Konkretisierung: Bauliche Erweiterung einer Immobilie um x m<sup>2</sup>, Anschaffung von x m<sup>2</sup> Regalsystemen, Kasse, etc.



|   |   |
|---|---|
| <p><b>1.6 Barrierefreiheit</b></p> <p>(Wie werden die Bedürfnisse von Menschen mit körperlichen und/oder sonstigen Beeinträchtigungen beachtet?)</p> <p>Bei der Auswahl der Pop-Up Stores werden bei gleichwertigen Objekten (Lage, Zustand) die Objekte bevorzugt, die über einen barrierefreien Zugang verfügen. Bei der Ladenausstattung wird darauf geachtet, dass man sich auch mit einem Rollator bzw. Rollstuhl im Laden bewegen kann.</p> | <p><b>1.7 Geschlechter-Gerechtigkeit / Chancengleichheit</b></p> <p>(Inwiefern werden besondere Bedürfnisse und Interessen von Frauen und Männern beachtet?)</p> <p>Bei der Auswahl der Pop-Up Store Betreiber/Jungunternehmer wird das Angebot des jeweiligen Betreibers im Mittelpunkt stehen (muss zur Stadt passen). Es wird jedoch darauf geachtet, dass ein Gleichgewicht bei den Angeboten herrscht und Männer und Frauen gleichermaßen angesprochen werden. Auch bei den Betreibern/Jungunternehmern wird darauf Wert gelegt, dass Frauen und Männer gleicher Chancen haben ihr Produkt bzw. Dienstleistung im Form eines Pop-Ups vorzustellen.</p> |
|   | <p><b>1.8 Einbindung in bestehende Konzepte in der Region</b></p> <p>(Welche Konzepte? Erfolgte eine Abstimmung mit den betroffenen Fachstellen?)</p>   |

## 1.9 Sonstiges



|  |      |                    |
|--|------|--------------------|
| <b>Eigenmittel<sup>11</sup></b>  |      | <b>12.917,45 €</b> |
| davon bar  |      | <b>12.917,45 €</b> |
| davon über Kreditaufnahme  |      | €                  |
| <b>davon Eigenleistungen</b>   |      | €                  |
| davon Sachleistungen (ohne freiwillige Arbeit) unbar   |      | €                  |
| davon freiwillige Arbeit (unbar)   |      | €                  |
| <b>Im LEADER-Ansatz beantragte Gesamtzuswendung:</b>   |      |                    |
| Zuswendungssatz  | 65 % | <b>23.989,55 €</b> |
| davon ELER-Mittel  |      | €                  |
| davon nationale Mittel <sup>12</sup>   |      | €                  |
| weitere beantragte öffentliche Förderung <sup>13</sup>   |      | €                  |
| von  |      | €                  |
| Zweckgebundene Drittmittel (z.B. Spenden)  |      | €                  |
| Zweckgebundene Drittmittel (z.B. Spenden)  |      | €                  |
| <b>5. Angaben zu Einnahmen<sup>14</sup>, die mit dem Vorhaben erzielt werden</b>   |      |                    |
| Einnahmen  |      | €                  |
| mögliche geschätzte Folgekosten <sup>15</sup> pro Jahr   |      |                    |
| <b>III. Anlagen</b>  |      |                    |
| <input type="checkbox"/> Entwurfszeichnungen, Grundstückspläne, Grundbuchauszüge, Raumpläne<br><input checked="" type="checkbox"/> Detaillierte Kostenaufstellung des Gesamtvorhabens <sup>16</sup><br><input checked="" type="checkbox"/> Genaue Beschreibung der geplanten Eigenleistung mit Kostenvoranschlägen<br><input type="checkbox"/> Aktueller Auszug aus dem Vereins-, Handels- oder Genossenschaftsregister<br><input type="checkbox"/> Bescheinigung der Gemeinnützigkeit<br><input type="checkbox"/> Vereinssatzung / Gesellschaftervertrag mit Regelung der Vertretungsberechtigung |      |                    |

11 Barmittel, Kredite, Eigenleistungen, freiwillige nicht entlohnte Arbeit.  
12 Land Rheinland-Pfalz, projektunabhängige Mittel der LAG.

13 Sonstige Förderprogramme bspw. ISB, KfW, Dorferneuerung, Kommunale Förderprogramme.

14 Dies gilt nicht für beantragte De minimis-Beihilfen bzw. für Beihilfen in der landwirtschaftlichen Primärerzeugung sowie der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Einnahmen, gemäß Art. 61 Abs. 1 Satz 2 der VO (EU) 1303/2013 sind Zuflüsse von Geldbeträgen, die unmittelbar von den Nutzern für die im Rahmen des Vorhabens bereitgestellten Waren und Dienstleistungen gezahlt werden, wie beispielsweise Gebühren, die unmittelbar von den Nutzern für die Benutzung der Infrastruktur, den Verkauf oder die Verpachtung/Vermietung von Grundstücken oder von Gebäuden entrichtet werden, oder Zahlungen für Dienstleistungen.  
15 Die Finanzierung muss auch unter Berücksichtigung der nach Durchführung des Vorhabens zu erwartenden Folgekosten gesichert sein. Daher muss bei kommunalen Trägern die Stellungnahme der Kommunalaufsichtsbehörde eine Beurteilung nach § 18 Abs. 2 Nr. 3 L FAG spätestens zur Antragstellung enthalten sein.  
16 Bei Bauvorhaben Kostenermittlung nach DIN 276.

- ☐ Gutachten (u. a. Wirtschaftlichkeitsgutachten) zum Vorhaben
- ☐ Stellungnahmen entsprechender Fachstellen
- ☐ Nachweise der gesicherten Gesamtfinanzierung des Vorhabens
- ☐ Nachweis der Eigenmittel durch Bestätigung der Bank über die gesicherte Gesamtfinanzierung, Kreditbereitserklärung oder andere geeignete Unterlagen
- ☐ Nachweis der Eigenmittel bei Gebietskörperschaften durch Stellungnahme der zuständigen Rechtsaufsichtsbehörde
- ☐ Bestätigung des Finanzamtes zur Vorsteuerabzugsberechtigung
- ☐ Bestätigung der zuständigen Kreisverwaltung des Bedarfes für die Bereitstellung des betreffenden Gutes oder der betreffenden Dienstleistung der Grundversorgung unter Berücksichtigung gleichartiger, bereits bestehender Einrichtungen in Ortsnähe (nur bei GAK)
- ☐ De-minimis-Beschneidungen
- ☐ Sonstige Unterlagen:

Bitte füllen Sie den Projektsteckbrief soweit wie möglich aus und senden Sie die ausgefüllten Unterlagen an:

|   |   |
|---|---|
| Lokale Aktionsgruppe                                    | Lahn-Taunus                               |
| ggf. vertreten durch den federführenden Partner der LAG |   |
| Name des Ansprechpartners                               | Sabine Ksol/Hannah Reisten                |
| Straße/Hausnummer                                       | Louise-Seher-Straße 1                     |
| PLZ/Ort   | 65582 Diez                                |
| Tel. / Fax / Mail                                       | 0261-3043927 hannah.reisten@sweco-gmbh.de |

Sollten Sie Fragen zum Projektsteckbrief haben, können Sie sich gerne an uns wenden.

Hiermit erkläre ich als bevollmächtigter Vertreter des Trägers des Vorhabens, dass bei positiver Bewertung des Vorhabens im Auswahlverfahren die Erbringung der erforderlichen Eigenmittel zur Förderantragstellung bei der Bewilligungsstelle im vorab bekanntgegebenen Zeitraum gewährleistet ist.

Mit der Einreichung des Projektsteckbriefes zum Auswahlverfahren stimme ich der Veröffentlichung von Angaben zum Vorhaben gemäß den Transparenz-Vorgaben von EU und dem Land Rheinland-Pfalz zu. Ich bestätige die Richtigkeit der vorab gemachten Angaben des Trägers des Vorhabens.

Ort, Datum Bad Ems, 17.01.2022  
 Name (rechtsverbindliche Unterschrift) H. P. Pils  
 Vorhaben Vorstudienförderung  
 Funktion beim Träger des Vorhabens Verantwortliche

Bestätigung | PopUp-Store Bade Ems

ST

Steeg, Tanja <tanja.steeg@rhein-lahn.rlp.de>

An Reisten, Hannah

! Sie haben am 11.02.2022 16:47 auf diese Nachricht geantwortet.

PDF

20220118 Projektsteckbrief Bad Ems PopUp Store.pdf

7 MB

^

PDF

211221\_Formblatt\_Bestätigung\_Grundversorgung\_Zentralörtlichkeit.pdf

222 KB

^

Guten Tag Frau Reisten,

beigefügt sende ich Ihnen die Stellungnahme der WFG Rhein-Lahn mbH zum Projekt „PopUp-Store“ aus Bad Ems-Nassau.

Beste Grüße

Tanja Steeg

Geschäftsführerin

Wirtschaftsförderungs-Gesellschaft Rhein-Lahn mbH

Insel Silberau 1, 56130 Bad Ems

Tel.: 02603/972-194, Fax: 02603/972-151

Mobil: 0151-18167449

Mail: [tanja.steeg@rhein-lahn.rlp.de](mailto:tanja.steeg@rhein-lahn.rlp.de)

Homepage: [www.wfg-rheinlahn.de](http://www.wfg-rheinlahn.de)



## Pop-Up Stores als Zwischennutzungsmöglichkeit für den Leerstand.

Pro BEN (Arbeitsstelle) ist ein gemeinschaftliches Projekt zur Reduzierung von Leerständen in Innenstädten. Mit Pro BEN wollen wir Neuanordnungen fördern, die das Angebot in unseren Innenstädten bereichern (Ideen aus dem Handel, Handwerk, Kunst, Dienstleistung und Gastronomie). Pro BEN bietet verschiedene Modelle an, um den Einstieg in die Selbstständigkeit zu erleichtern.

### Modell 1:

Pop-Up Store = ein Laden, der nur für einen begrenzten Zeitraum öffnet. Der Gründer kann seine Geschäftsidee oder sein Sortiment austesten. Kosten: siehe unten.

### Modell 2:

Ladenlokale mit flexiblen Mietkonditionen, Bereitschaft selbst mit anzupacken und sich um Renovierung zu kümmern wird gewünscht. **Kosten: keine laufenden Kosten für Witfo, nur Kosten für das Marketing (anteilig im Rahmen des Projektes). Eigentümer kommt mit Mittelnahmen entgegen (Staffelmiete) und der Interessent übernimmt ein Teil der Renovierung.**

## Was ist ein Pop-Up Store?

**Als Geschäftsidee steht ein Pop-up-Store für einen Laden, der nur für einen begrenzten Zeitraum seine Tore geöffnet hat.** Dieser Zeitraum kann einige Tage, Wochen oder Monate sein. Vorteile: Gründer kann seine Geschäftsidee oder sein Sortiment ausprobieren und die Lage eines Geschäftsraums und die Marktsituation auf den Prüfstand stellen. Weiterer Vorteil: geringere Kosten und reduziertes Risiko.

Vorteile für die Kommune: Leerstand kann mit Leben und Inhalt gefüllt werden, ist der Pop-Up Gründer erfolgreich, kann daraus dauerhaft ein Ladengeschäft entstehen. Das Ziel ist es das Pop-Up Store zur Revitalisierung der Innenstadt zu nutzen. Zusätzlich kann auf weitere Leerstände mit einheitlichen Fenster Beklebung (positiv) aufmerksam gemacht werden.

## Kann man Pop-Up Stores auch in kleineren Städten durchsetzen?

Ja, aktuell werden auch in anderen, kleinen Städten erfolgreich Pop-Up Stores eingesetzt z. B. in Perleberg, Wittlich, Jena, Pirmasens.

## Wie wird das Konzept finanziert?

Zum Start des Projektes ist ein Pop-Up Laden in Bad Ems geplant. Nach und nach sollten weitere Pop-Up Stores folgen. Ziel: Jahr 2022, insgesamt max. drei Objekte, Jahr 2023 und 2024 insgesamt max. vier Objekte.

Die Differenz zwischen der regulären Miete und der Miete, die durch den jeweiligen Ladenutzer bezahlt wird, wird durch die Partner und Förderer bzw. durch LEADER Förderung (zu prüfen) beglichen.



| Kostenart   |                         |   |
|---|-------------------------|---|
| <b>Kosten Miete</b>                                 | <b>Kaltmiete pro m²</b> | <b>Bei Fläche von 60 m²</b>                         |
| Frühere Kaltmiete                                   | 9                       | 540   |
| Reduzierte Kaltmiete durch Eigentümer               | 7                       | 420   |
| Mietzuschuss durch WiFo                             | 3                       | 180   |
| Miete Pop-Up Unternehmer                            | 4                       | 240 (+ Nebenkosten)                                 |
| Miete Pro Jahr/WiFo                                 |                         | 2160 (das erste Jahr)                               |
|   |                         | <b>BRUTTO</b>                                       |
| <b>Kosten Ausstattung:</b>                          |                         |   |
| Entwurf Beklebung                                   |                         | 571,20 (einmalig)                                   |
| Ausstattung Pop-Up (Tisch, Regale, Tafel für Außen) |                         | 1000 (pro Pop-Up Laden)                             |
| Fenster Beklebung Pop Up oder Leerstand             |                         | 458 (pro Pop-Up Laden), inkl. Kosten für Entfernung |
| SUMME   |                         | <b>2029</b>   |
| <b>Kosten Marketing</b>                             |                         | <b>BRUTTO</b>                                       |
| Entwurf Flyer                                       |                         | 535   |
| Entwurf Logo für das Leerstandsprojekt              |                         | 714   |
| Druck (1000 Stück)                                  |                         | 166   |
| Social Media Kampagne                               | <i>optional</i>         | 2261  |
| Klärvideo   | <i>optional</i>         | 2261  |
| SUMME   |                         | <b>5937</b>   |

### Ein Raum für Deine Idee: Pop-Up Store Bad Ems

Mit dem Pop-Up Store schafft Bad Ems ein Raum für Existenzgründer und Startups zum Testen ihrer Geschäftsidee. Für einen befristeten Zeitraum von 1 Monat bis 4 Monate steht ein schönes Ladengeschäft mit Grundausstattung (Regale, Verkaufstisch) in 1A Lage für eine vergünstigte Miete zur Verfügung. Das Projekt wird von der Wirtschaftsförderung Verbandsgemeinde Bad Ems Nassau (später in Kooperation mit Partnern) gefördert. Zusätzlich stehen lokale Experten als Ansprechpartner zur Verfügung. Wir unterstützen zudem mit regionalen Marketingaktionen in der Presse, auf der Webseite und in der Social Media.

### Die Voraussetzungen für ein Mitverhältnis:

Firmengründung mit einer innovativen Idee, ein bestehendes Online-Handel ist kein Hindernis

Mietdauer: Mind. 2 Wochen bis max. 12 Wochen.

Mind. Öffnungszeiten: Mo-Fr. 10-17 Uhr, Sa: 9-14 Uhr.

Mietpreis: 60 Euro pro Woche, zusätzlich Nebenkosten

Mehrere Firmengründer können kooperieren und sich den Raum und die Kosten teilen

### Wie kann man sich bewerben?

# Leistungsprojekt - Kostenplan für 2022

## Ausgaben

| Gesamtangaben                |            | Geschätzt Tatsächlich        |        |
|------------------------------|------------|------------------------------|--------|
|                              |            | 15.546,00 €                  | 0,00 € |
| <b>Mietzuschuss Pop-Up</b>   |            |                              |        |
| Objekt 1 (60 m²)             | 2.160,00 € |                              |        |
| Objekt 2 (40 m²)             | 1.440,00 € |                              |        |
| Objekt 3 (40 m²)             | 1.440,00 € |                              |        |
| Ergebnis                     | 5.040,00 € | 0,00 €                       |        |
| <b>Öffentlichkeitsarbeit</b> |            |                              |        |
| <b>Spalte 1</b>              |            | <b>Geschätzt Tatsächlich</b> |        |
| Entwurf Flyer und Logo       | 1.249,00 € |                              |        |
| Mailing Flyer (500 Stück)    | 475,00 €   |                              |        |
| Druck (1000 Stück)           | 166,00 €   |                              |        |
| Social Media Kampagne        | 2.261,00 € |                              |        |
| Klavinideo                   | 2.261,00 € |                              |        |
| Ergebnis                     | 6.412,00 € | 0,00 €                       |        |
| <b>Ausstattung</b>           |            |                              |        |
| <b>Spalte 1</b>              |            | <b>Geschätzt Tatsächlich</b> |        |
| Beklebung 3 Objekte          | 1.374,00 € |                              |        |
| Grundriss 3 Objekte          | 3.000,00 € |                              |        |
| Entwürfe Beklebung           | 720,00 €   |                              |        |
| Ergebnis                     | 5.094,00 € | 0,00 €                       |        |
| <b>Porto</b>                 |            |                              |        |
| <b>Spalte 1</b>              |            | <b>Geschätzt Tatsächlich</b> |        |
| Ergebnis                     | 0,00 €     | 0,00 €                       |        |
| <b>Sonstiges</b>             |            |                              |        |
| <b>Spalte 1</b>              |            | <b>Geschätzt Tatsächlich</b> |        |
| Beförderung                  |            |                              |        |
| Büromaterial                 |            |                              |        |
| Ergebnis                     | 0,00 €     | 0,00 €                       |        |
| <b>Summe</b>                 |            | 0,00 €                       | 0,00 € |

Leistungsprojekt - Kostenplan für 2023

Ausgaben

Geschätzungen

Geschätz tatsächlich  
10.559,50 € 0,00 €

Mietzuschuss Pop-Up  
Geschätzt Tatsächlich

|                  |                   |
|------------------|-------------------|
| Objekt 1 (60 m²) | 2.160,00 €        |
| Objekt 2 (40 m²) | 1.440,00 €        |
| Objekt 3 (40 m²) | 1.440,00 €        |
| Objekt 4 (50 m²) | 1.800,00 €        |
| Ergebnis         | 6.840,00 € 0,00 € |

Ausstattung  
Geschätzt Tatsächlich

|                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| Belebung 1 Objekt   | 458,00 €          |
| Grundriss, 1 Objekt | 1.000,00 €        |
| Ergebnis            | 1.458,00 € 0,00 € |

Öffentlichkeitsarbeit  
Geschätzt Tatsächlich

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| Social Media Kampagne | 2.261,00 € |
|-----------------------|------------|

Spalte 1  
Geschätzt Tatsächlich

|          |                   |
|----------|-------------------|
| Ergebnis | 2.261,00 € 0,00 € |
|----------|-------------------|

Spalte 1  
Geschätzt Tatsächlich

|          |               |
|----------|---------------|
| Ergebnis | 0,00 € 0,00 € |
|----------|---------------|

Sonstiges  
Geschätzt Tatsächlich

|              |               |
|--------------|---------------|
| Telefon      |               |
| Beförderung  |               |
| Büromaterial |               |
| Faxdienste   |               |
| Summe        | 0,00 € 0,00 € |

|          |               |
|----------|---------------|
| Ergebnis | 0,00 € 0,00 € |
|----------|---------------|

Spalte 1  
Geschätzt Tatsächlich

|          |               |
|----------|---------------|
| Ergebnis | 0,00 € 0,00 € |
|----------|---------------|

Leerstandprojekt - Kostenplan für 2024

Ausgaben

| Geschätzungen | Geschätzt Tatsächlich |
|---------------|-----------------------|
| 7.800,00 €    | 0,00 €                |

| Mietzuschuss Pop-Up | Geschätzt Tatsächlich | Ausstattung | Geschätzt Tatsächlich |
|---------------------|-----------------------|-------------|-----------------------|
| Objekt 1 (60 m²)    | 2.160,00 €            |             |                       |
| Objekt 2 (40 m²)    | 1.440,00 €            |             |                       |
| Objekt 3 (40 m²)    | 1.440,00 €            |             |                       |
| Objekt 4 (50 m²)    | 1.800,00 €            |             |                       |
| Ergebnis            | 6.840,00 €            | 0,00 €      | 0,00 €                |

| Öffentlichkeitsarbeit | Geschätzt Tatsächlich | Spalte 1 | Geschätzt Tatsächlich |
|-----------------------|-----------------------|----------|-----------------------|
| Social Media Kampagne | 2.261,00 €            |          |                       |
| Aktualisierung Flyer  | 535,00 €              |          |                       |
| Druck (1000 Stück)    | 166,00 €              |          |                       |

|          |            |        |        |
|----------|------------|--------|--------|
| Ergebnis | 2.962,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
|----------|------------|--------|--------|

| Spalte 1 | Geschätzt Tatsächlich | Spalte 1 | Geschätzt Tatsächlich |
|----------|-----------------------|----------|-----------------------|
|----------|-----------------------|----------|-----------------------|

|          |        |        |        |
|----------|--------|--------|--------|
| Ergebnis | 0,00 € | 0,00 € | 0,00 € |
|----------|--------|--------|--------|

| Sonstiges | Geschätzt Tatsächlich |
|-----------|-----------------------|
|-----------|-----------------------|

|       |        |        |
|-------|--------|--------|
| Summe | 0,00 € | 0,00 € |
|-------|--------|--------|

**Auflistung der Kostenvoranschläge:**

Designwerkstatt:

Entwurf Pop-Up Store Bekleidung

Entwurf Flyer

Entwurf Logo

Rainbowprinting (Online-Druckerei)

Print Flyer DIN-Lang, 6-Seitig, 1000 Stück

Deutsche Post:

Mailing (Kosten Porto)

Gotthardt Werbung:

Datenübernahme, einmalig

Grafikstunden, geschätzt 4 Stunden

Schaufenster Aufkleber

Zusatzarbeiten (entfernen, anbringen), geschätzt 2 Stunden

RZmedia Digital

Online Marketing Kampagne

MotionPro

Klärvideo

Grundausstattung Pop-Up Laden

Theke, Tisch

Kundenstopper

Rest: Vergütung Aufbau der Möbel (geschätzt)

Angebot

03.09.2021

Verbandsgemeindeverwaltung Bad Ems-Nassau  
Frau Pia Pilger, Wirtschaftsförderung  
Geschäftsbereich 1  
Bleichstraße 1  
56130 Bad Ems

## Leerstandprojekt Verbandsgemeinde Bad Ems – Nassau

|  |      |                   |
|--|------|-------------------|
| Layout/Reinzeichnung<br>von "Pop-Up-Store"-Aufklebern als Muster;<br>Screen-PDF zur Abstimmung<br>(inkl. grobe Skizzierung der Idee für weitere Maßnahmen<br>des Leerstand-Projekts) | Euro | 480,00            |
| Adaption des Pop-Up-Aufklebers auf die individuellen<br>Firmenbezeichnungen nach Bedarf;<br>Screen-PDF zur Abstimmung, Print-PDF, jeweils  | Euro | <del>80,00</del>  |
| Layout/Reinzeichnung der Schaukasten-Beschriftung „Leerstand“<br>Screen-PDFs zur Abstimmung, Print-PDF   | Euro | <del>160,00</del> |
| Layout/Reinzeichnung eines Flyers zum Thema<br>Leerstand (6-Seiter DIN lang, Wickelfalz),<br>Screen-PDF zur Abstimmung, Print-PDF  | Euro | 450,00            |
| ggf. Entwicklung eines Logos für das Leerstandsprojekt,<br>Bereitstellung in den gängigen Dateiformaten  | Euro | 600,00            |

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.





Standard\*\*

0,85 €

L: 14 - 23,5 cm\*\*

bis 20 g

B: 9 - 12,5 cm

H: bis 0,5 cm

Marke drucken



Kompakt

1,00 €

L: 10 - 23,5 cm\*\*

bis 50 g

B: 7 - 12,5 cm

H: bis 1 cm

Marke drucken







Shirt's & Creative Werbung Gotthardt • Mühlbachstr. 63 • 56379 Singhofen

VG Bad Ems-Nassau

Bleichstraße 1  
56130 Bad Ems

Angebot

Ihre Kundennummer  
201636

Angebotsnummer  
210521

Lieferung vom  
24.08.21

Angebotsdatum  
24.08.2021

- ☒ Textildruck
- ☒ Poster-,Leinwanddruck
- ☒ Computersätkerei
- ☒ Laserbeschriftungen
- ☒ Freizeit-, Sportbekleidung
- ☒ Aufkleber, Banner
- ☒ Autobeschriftungen
- ☒ S/W und Farbkopien
- ☒ Werbeschilder
- ☒ Werbeartikel

| Pos. | Art.Nr. | Artikel  | Netto      | Gesamtpreis |
|------|---------|--|------------|-------------|
| 1    | GR      | Grundpreis Datenübernahme Druckvorbereitung einmalig         | 14,71 EUR  | 14,71 EUR   |
| 3    | GS      | Grafikstunden je 1/4 Stunde anteilig nach Aufwand            | 14,71 EUR  | 14,71 EUR   |
| 5    | LA      | Laut Anfrage: Schauenster Aufkleber "Marburger" 2500 x 700mm | 67,23 EUR  | 67,23 EUR   |
| 8    | BS      | Beschreibung Schauenster                                     | 45,00 EUR  | 45,00 EUR   |
| 12   | BS      | Beschreibung Schauenster                                     | 197,00 EUR | 197,00 EUR  |
| 15   | LA      | Laut Anfrage: Aufkleber rund "Pop-up-Store" ø700mm           | 33,60 EUR  | 33,60 EUR   |
| 18   | HZU     | Zusatzarbeiten Entfernen und/oder Anbringen                  | 45,00 EUR  | 45,00 EUR   |
|      |         | nach Aufwand je Stunde 45,00                                 |            |             |

Besten Dank für ihre Anfrage

Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung in unserem Eigentum

8 Tage 2% Skonto / 14 Tage Netto

Zahlbar bis 01.09.2021 518,07 EUR

Zahlbar bis 07.09.2021 528,64 EUR

Commerzbank IBAN DE 03 5704 0044 0700 3700 00 BIC COBADERFXXX

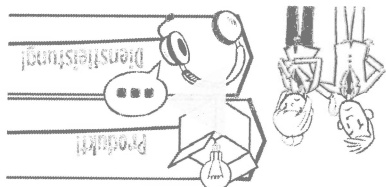
Shirt's & creative Werbung Gotthardt Tel. 0 26 04 / 95 09 44

Mühlbachstraße 63 56379 Singhofen www.gotthardt-singhofen.de  
Mail: info@gotthardt-singhofen.de U St.-IdNr.: DE201360240

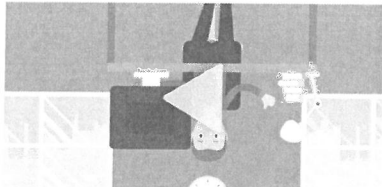
ExplainGo bietet Erklärvideos für kleinere Budgets an. Aus unserem grossen Katalog an Grafiken stellen wir ihr persönliches Video zusammen.



- Whiteboard oder 2D-Animation
- 2 Korrekturrunden Geschichte
- 4 Korrekturrunden Grafiken
- Sprecherwahl und Hintergrundmusik



**Whiteboard**  
1 290 EUR  
bis 60 Sekunden  
1 690 EUR  
bis 90 Sekunden  
BEISPIEL ANSEHEN



**2D-Animation**  
2090 EUR  
bis 120 Sekunden  
790 EUR  
pro weitere 60 Sekunden  
BEISPIEL ANSEHEN

## WERBESPOTS

Individueller Kurzspot inkl. Sprecher und Hintergrundmusik.  
Wir erstellen Ihren individuellen Kurzspot mit nur 15-30 Sekunden Laufzeit. Die perfekte Länge für eine Pre-Roll YouTube-Ad, eine Instream-Ad auf Facebook oder sonstige Videowerbung, die kurz und prägnant sein soll.

### Whiteboard Standard

1 000 EUR  
bis 15 Sekunden  
1 200 EUR  
bis 30 Sekunden

### 2D-Animation Standard

1 000 EUR  
bis 15 Sekunden  
1 200 EUR  
bis 30 Sekunden

Hier finden Sie einige Beispiele:  
[www.erklaervideos.ch/kurzspots](http://www.erklaervideos.ch/kurzspots)

### 2D-Animation Premium

1700 EUR  
bis 15 Sekunden  
1900 EUR  
bis 30 Sekunden

### 2D-Animation Ultimate

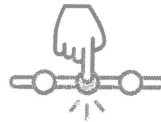
3 000 EUR  
bis 15 Sekunden  
3 500 EUR  
bis 30 Sekunden

### Whiteboard Premium

1 700 EUR  
bis 15 Sekunden  
1 900 EUR  
bis 30 Sekunden

## INTERAKTIVE VIDEOS

Bieten Sie den Zuschauern Ihrer Videos mehr als nur die bisher gängigen Funktionen Play, Pause oder Wiederholung. Lassen Sie Ihre Zuschauer in das virtuelle Geschehen eingreifen und damit sogar den Ablauf und die Geschichte Ihres Videos lenken. Passive Zuschauer werden aktive Teilnehmer in Ihrem Video.



Weitere Informationen finden Sie unter: [www.motionpro.ch/interaktive-videos](http://www.motionpro.ch/interaktive-videos)

Preis auf Anfrage

## Native Advertising: Leerstandsmanagement Bad Ems

Kampagnenzeitraum: Oktober 2021

Kampagnenziel: Neuan siedlung Einzelhandel / Stadtm arke tinn

Kanäle: Rhein-ah- Zeitung Bad Em + Eisebock

Native Teaser + Artikel + Sponsored Post

- Standort: Bad Ems + 40 Kilometer
- Alter: 25 – 50
- Personen mit den Interessen:

AdImpressions: 100.000 Werbeeinblendungen

Angebot: 1.900,- € (inkl. 650,- € Facebook Budget)

+ optional Bewerbung über Influencer-Marketing, 10 – 20.000  
Follower (Story + Feedpost), ab zzgl. 500,- €

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Es gelten die Mediadata Nr. 79 vom 01.01.2021

III

Rhein-Lahn-Zeitung

Animation

Autobogen

🔍

Passo Berchtharbach

Passo Pahl/Rehbach a/bm

**Rhein-Zeitung** mit Alexander von Mezymski  
Bezahlte Werbepartnerschaft

[Werbung]

Jetzt exklusiven Schanghai-Support sichern!  
Kleine und mittlere Unternehmen aus Koblenz erhalten Unterstützung von Alexander von Mezymski – Unternehmensberater & Business Coach aus Leidenschaft. Profitieren Sie von mehr als 20-jährigen-Praxiserfahrung mit den folgenden Schwerpunkten:

- Strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens
- Unternehmensstrategie: Unternehmer beraten Unternehmer
- Steigerung Ihres Wettbewerbsvermögens
- Optimierung Ihrer Prozesse
- Training und Coaching Ihrer Führungskräfte

Mit dem Kennwort Rhein-Zeitung erhalten Sie ein kostenfreies Erstgespräch im Wert von 500 Euro. Dieses kann je nach aktueller Entwicklung der Pandemie auch online durchgeführt werden.  
Ihr Alexander von Mezymski  
Unternehmensberatung & Business Coaching  
www.zam-beratung.de

! Info über diese Partnerschaft

Jetzt geht an den Start: Limes Ilve  
neuen Konzept

Anzeige

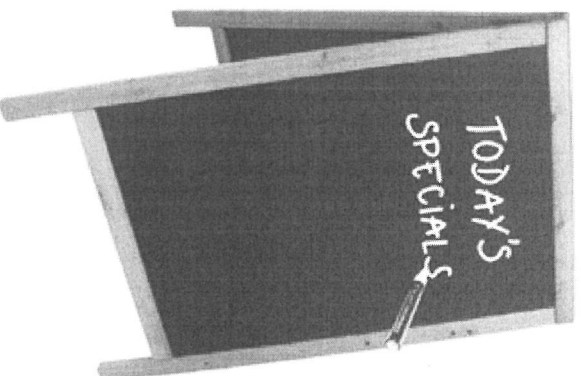
**Rheinland-Pfalz: 506-Solaranlage  
nur für Hausbesitzer**  
Hier können Sie lesen!


  
rzmedia
   
digital

# Duplo Teak Kundenstopper Kreidetafel



Produktrezensionen



Die Duplo Teak Kundenstopper in A-Form sind mit einem robusten Rahmen aus Kiefernholz ausgestattet und mit mehreren Schichten Qualitätsschutzlack behandelt. Die Schilder sind mit einer verstärkten Schreibfläche ausgestattet und mit industriellen Edelstahlkomponenten zusammengebaut.

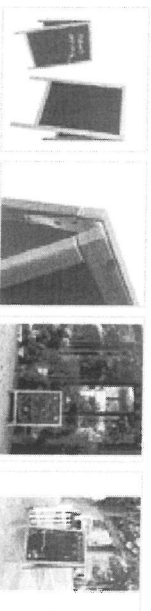
- Die Schreibfläche der 55x85 Schilder beträgt 47,5 x 67,5 cm
- Die Schreibfläche der 70x125 Schilder beträgt 58 x 88 cm.
- Strapazierfähiges Holz
- Sowohl für den Innen- als auch für den Außenbereich.
- Dreifach lackiert.
- Beständig gegen Sonne, Wind und Regen.
- Kratzfeste Oberfläche.

Wir empfehlen die Verwendung von Kreidemarkern auf diesem Schild – entweder klassische (für den Innenbereich) oder unsere beliebten wasserfesten Kreidemarker für den Außenbereich – bei jedem Wetter.

Bei Verwendung von klassischen Kreidemarkern und Stiften mit einem feuchten Tuch reinigen.

Bei Verwendung von wasserfesten Kreidemarkern mit Security® Cleaner Spray reinigen.

Verwenden Sie auf diesen Tafeln keine gewöhnliche Kreide, da dies die Lebensdauer der Tafel erheblich verkürzt.



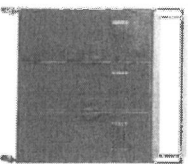
Ab  
**107,04 €**



**Auf Lager**

Bestellungen bis 16.00 Uhr werden am selben Tag  
versandt (Lieferzeit 1-3 Werktage)

## MEIN WARENKORB



Barmöbel im Industrial-Stil aus Metall auf Rollen,  
anthrazitgrau  
Art-Nr. 138764  
Auf Lager

199,00 € - 1 + 199,00 €



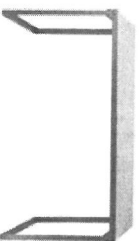
Zwischensumme 368,00 €  
Versandkosten 29,00 €

**GESAMTSUMME 397,00 €**

**KAUFEN**

ODER

**PayPal EXPRESS**



Esstisch im Industrial-Stil für 6/8 Personen aus  
Tanne und Metall, L140  
Art-Nr. 138845  
Nur noch 4 auf Lager

169,00 € - 1 + 169,00 €



ZAHLUNGSGARTEN



**PayPal** Überweisung **50FORT**  
ÜBERWEISUNG

# Initiative gegen den Leerstand Pro BEN (Grobkonzept)

---

SEPTEMBER 2021

# Gliederung

---

Worum geht es bei der Initiative Pro BEN?

Aktueller Status

Vorstellung Konzept „Pro BEN“ – BEN packt es an!

Mitwirkende/Aufgaben

Modelle



# Initiative gegen den Leerstand – Pro BEN

- **Status jetzt:** demografischer Wandel, zum Teil veraltete Innenstadtstrukturen und die starke Dynamik des Onlinehandels beeinflussen die Einzelhandelsentwicklung. Weitere Leerstände an klassischen Geschäftsstraßen und die Verschlechterung der Versorgungssituation sind zu befürchten.
- **Dazu kommt:** Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Lockdowns haben den Einzelhandel hart getroffen.
- Wir können Leerstände nicht wie durch Zauberhand füllen und das Problem auf Anhieb lösen, aber wir sollten mit aktiven Maßnahmen die Situation angehen.
- Wirtschaftsförderung VG BEN möchte eine Leerstands-Initiative (Arbeitstitel Pro BEN) mit Einbindung von lokalen Kräften starten.



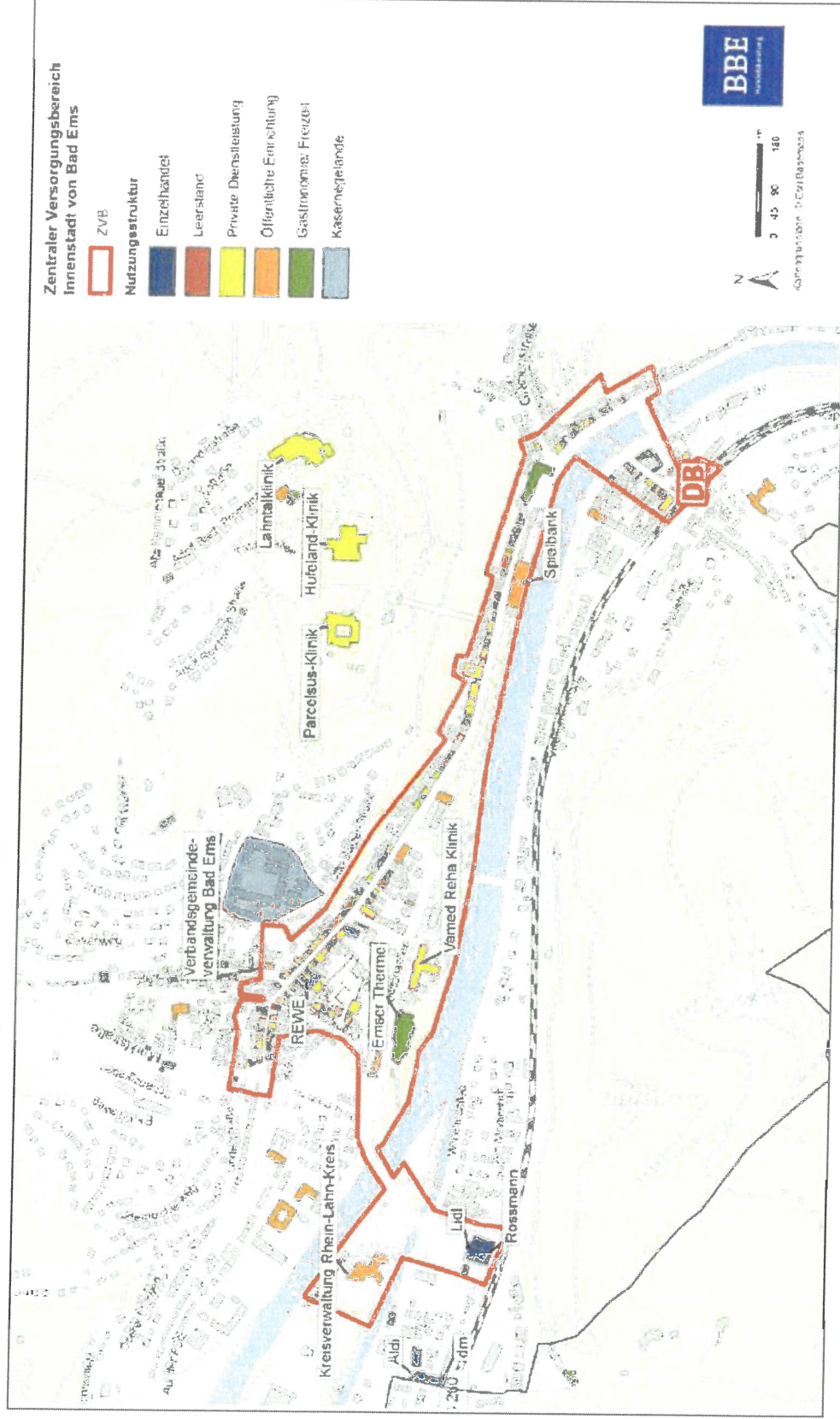
# Leerstand in VG BEN

---

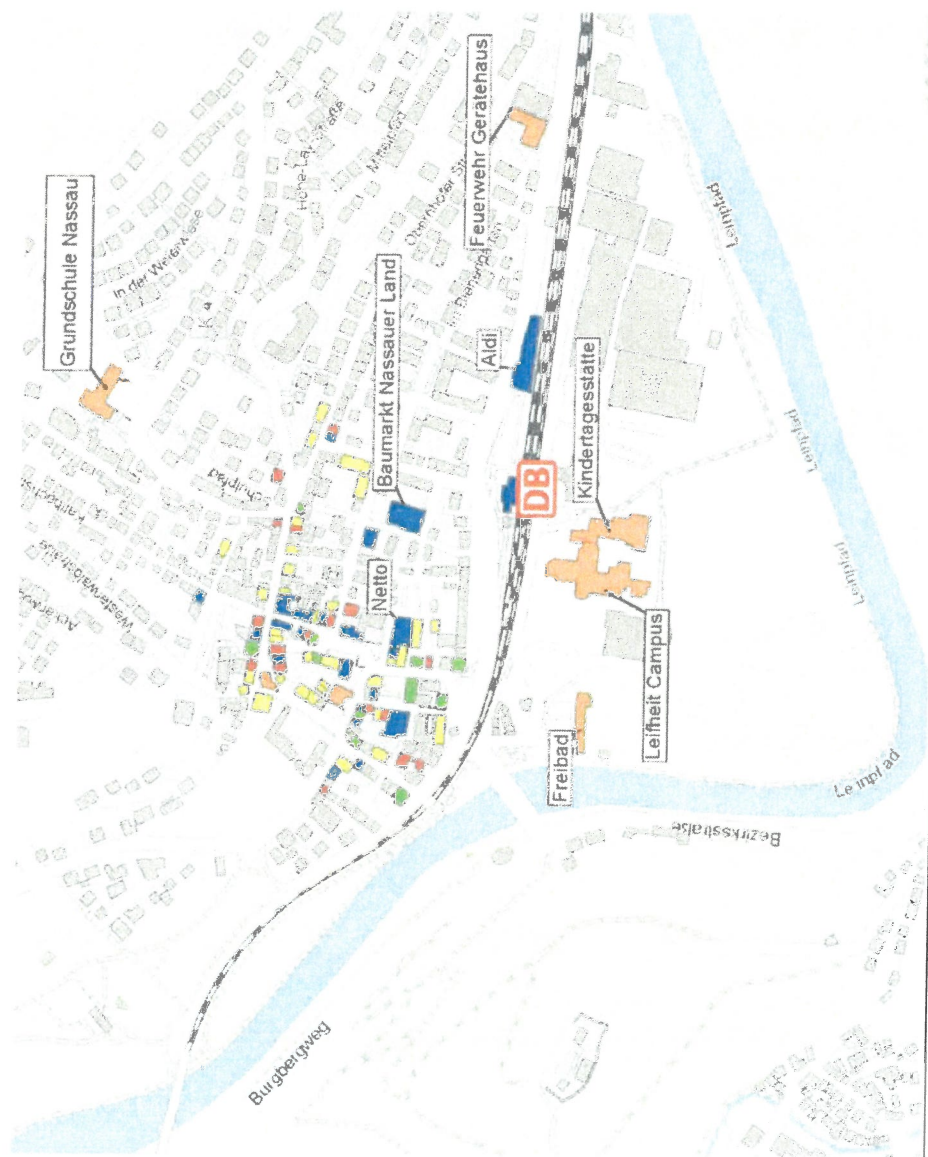
Unser Verbandsgemeinde hat zwei Städte, Bad Ems (Mittelzentrum, 9689 EW) und Nassau (Grundzentrum, 4535 EW), die beide einen hohen Leerstand = ungenutzte oder unvermietete Gebäude in privaten Eigentum, aufzeichnen.



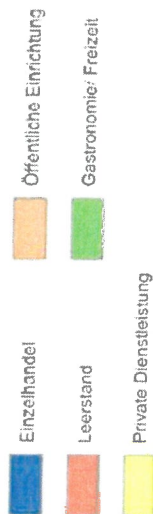
Abbildung 42: Zentraler Versorgungsbereich Bad Ems



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung



Nutzungsstruktur der Stadt Nassau



Nassau:  
Leerstand über 10 Objekte



# Was beinhaltet Pro BEN?

Pro BEN ist ein gemeinschaftliches Projekt zur Reduzierung von Leerständen in Innenstädten. Zu Beginn wird eine **Werkstatt Leerstand bzw. ein Arbeitskreis Leerstand** berufen. Das sind lokale Experten (Vertreter Gewerbeverein, Geschäftsläute, Beratungsorganisationen etc.), die beratend das Projekt begleiten und die Interessenten unterstützen.

Mit Pro BEN wollen wir Neuansiedlungen fördern, die das Angebot in unseren Innenstädten bereichern: Wir suchen Menschen, die sich mit kreativen, regionalgeprägten Ideen aus dem Handel, Handwerk, Kunst, Dienstleistung und Gastronomie selbständig machen möchten! Ein bereit bestehendes Onlinegeschäft ist kein Hindernis.

Pro BEN bietet verschiedene Modelle an, um den Einstieg in die Selbstständigkeit zu erleichtern. Ähnliche Projekte gibt schon z.B. in Wittlich und Enns (Österreich).

# Pro Ben Modelle:

---

## **Modell 1:**

Pop-Up Store = ein Laden, der nur für einen begrenzten Zeitraum öffnet. Der Gründer kann seine Geschäftsidee oder sein Sortiment und die Marktsituation ohne hohen Fixkosten austesten. Kosten die anfallen: Mietzuschuss, Grundausstattung, Beklebung Schaufenster, Öffentlichkeitsarbeit.

## **Modell 2:**

Ladenlokale mit flexiblen Mietkonditionen, Bereitschaft selbst mit anzupacken und sich um Renovierung zu kümmern wird gewünscht. **Kosten für Wifö: keine laufenden Kosten für Wifö, nur Kosten für das Marketing (anteilig im Rahmen des Projektes). Eigentümer kommt mit Miteinnahmen entgegen (Staffelmiete) und der Interessent übernimmt ein Teil der Renovierung.**



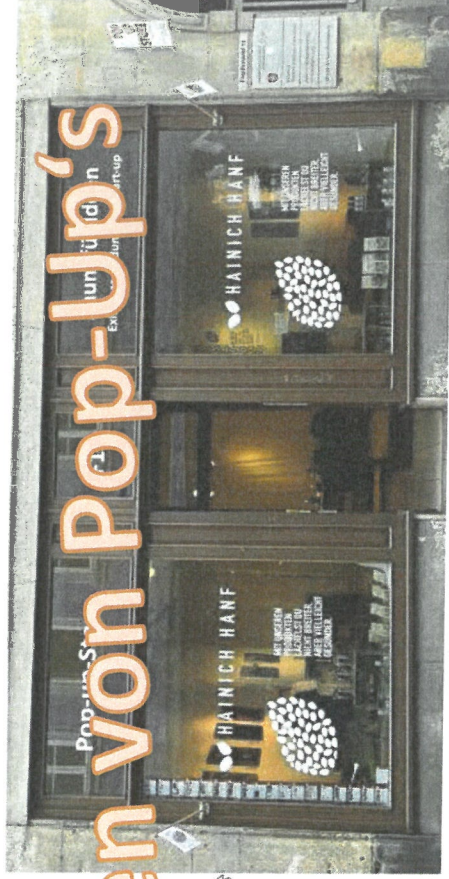
# Beispiel: Ladenfronten von Pop-Up's



Bilder: City Initiative Perleberg, [www.marburg.de](http://www.marburg.de)

Mittwoch, 5. Januar 2022

HANF STARTUP STELLT IM POP-UP-STORE AUS



Quelle: Hanf Industries GmbH



VERBANDSGEMEINDE BAD EMS-NASSAU

# Wie läuft die Bewerbung zu Pro BEN ab?

---

1. Treffen mit der Projektleitung pro BEN (Wirtschaftsförderung) und den Interessenten. Hierbei erfährt der Interessent, welche Möglichkeiten pro BEN anbieten kann, er kann sich über die Ladenlokale und Konditionen informieren.
2. Der Interessent kann eine Bewerbung ausfüllen und sein Konzept vorstellen.
3. Die Projektleitung stellt den Kontakt zu dem Eigentümer bzw. Ladenbesitzer (bei Modell „Nachfolger“) her und bei Bedarf den Kontakt zu einem Experten des Arbeitskreises.
4. Wenn das Konzept passt und der Eigentümer zustimmt, kommt es zum Vertragsabschluss.