

Fotos: HausHalten e.V., K. Biermann



Die Galerie Omega-III in der Leipziger Eisenbahnstraße, eröffnet vom Durchblick-Verein, war einer der ersten Wächterläden.

Aus Alt mach Neu

Mit Brettern vernagelte Türen und Fenster statt bunter Auslagen – Leerstand statt geschäftigem Treiben.

Der Leipziger Verein „HausHalten e. V.“ will sich mit dem Leerstand und dem langsamen Verfall von kulturhistorisch bedeutsamen Häusern in der Messestadt nicht abfinden. Vor allem die leer stehenden einstigen Ladengeschäfte in Häusern entlang von Hauptstraßen liegen dem Verein am Herzen. Und so entstand das an die Idee der „Wächterhäuser“ angelehnte Projekt der „Wächterläden“. Das Motto: Leerstand in scheinbar unattraktiven Lagen trifft auf raumsuchende Existenzgrün-

der. Der Vorteil für die Nutzer einer solchen Ladenimmobilie liegen auf der Hand: Sie müssen zwar viel Eigenleistung etwa in die Renovierung und Ausstattung der Geschäftsräume einbringen, zahlen aber dafür für eine gewisse Übergangszeit nur die Betriebskosten für ihren Laden. Aber auch andere Nutzungsmodelle auf der Basis einer kurzen Mietvertragslaufzeit und niedriger Mieten oder der temporären Nutzung der Schaufensterflächen für kreative Werbung sind im Projekt möglich. Doch nicht



Sie interessieren sich für einen Laden oder suchen nach ähnlichen Räumen für die Verwirklichung Ihrer Ideen? Dann setzen Sie sich mit uns in Verbindung! Wir sind von der Stadt Leipzig beauftragt, leere Läden an Leipziger Hauptverkehrsstraßen wieder zu beleben.

Kontakt und nähere Information unter
Tel. und Fax +49 (0)341 - 24 19 879 info@haushalten.org

www.haushalten.org

Sucht Menschen mit frischen Ideen für alte Läden – der Verein HausHalten in Leipzig.

nur die neuen „Ladenhüter“, sondern auch das gesamte Umfeld profitiert von der Idee, denn mit dem Einzug des Handels werden Stadtteile, die in den letzten Jahren etwas ins Hintertreffen geraten sind, wieder attraktiv und anziehend. Langfristig sollen so „momentan schwierige Läden“ wieder einer normalen Vermietung zugeführt werden. Erste gelungene Beispiele und noch viel Freiraum für Kreative finden Sie im Internet unter:

www.haushalten.org.

Schaufenster mit bewegten Bildern als lebendige Werbefläche

Modernes Marketing im Einzelhandel setzt verstärkt auf bewegte Bilder als Kommunikationsmittel. Bewegte Bilder erzeugen mehr Aufmerksamkeit auf Produkte, Angebote und Aktionen als herkömmliche Displays oder reiner Text dies vermögen. Die durch Film oder Spot kommunizierten Botschaften laden unwillkürlich zum Verweilen vor Schaufenstern oder vor Glasflächen in Verkaufsräumen ein, was Studien belegen. Kathleen Biermann ist Inhaberin von Biermann Kommunikation & Film und bietet kompetente Beratung zur Beweg-



Setzt Text in Bilder um:
Kathleen Biermann.

bildkommunikation. Zusammen mit professionellen Filmschaffenden setzt sie Filmkonzepte um und organisiert die Produktion. So lieferte sie die Idee und führte Regie für den Kino-Werbespot der Konsum Dresden-Märkte „Frida“ – auch der Claim „Feine Frische“ stammt aus ihrer Feder. Mit bewegten Bildern können Sie Ihre Angebote maßgeschneidert, aktuell und effektiv kommunizieren. Sie können Themen und Situationen, zum Beispiel Jahreszeiten, Trends oder Aktionen filmisch in Szene setzen. Bilder prägen sich ein. Sie bleiben im Gedächtnis Ihrer

Kunden und wirken handlungsleitend. Was so einfach klingt, ist aber nur mit tiefen theoretischem und handwerklichem Wissen umzusetzen. Profis sind gefragt – am besten „vor Ort“. Kathleen Biermann agiert in einem Netzwerk handwerklich versierter Spezialisten und arbeitet eng mit einem erfahrenen sächsischen Unternehmen zusammen, das sowohl über ein ausgereiftes fachliches Know How als auch über eine moderne technische Ausstattung verfügt. Sie haben Fragen? Kathleen Biermann erreichen Sie direkt per Email: kb@kathleenbiermann.de. Weiterführende Informationen finden Sie auf der Website **www.kathleenbiermann.de.**