

OPEN CITY LEIPZIG

MEIN SHOPPING FESTIVAL

500 SHOPS &

GASTRONOMIEN

30 PASSAGEN + HÖFE

4 BÜHNEN

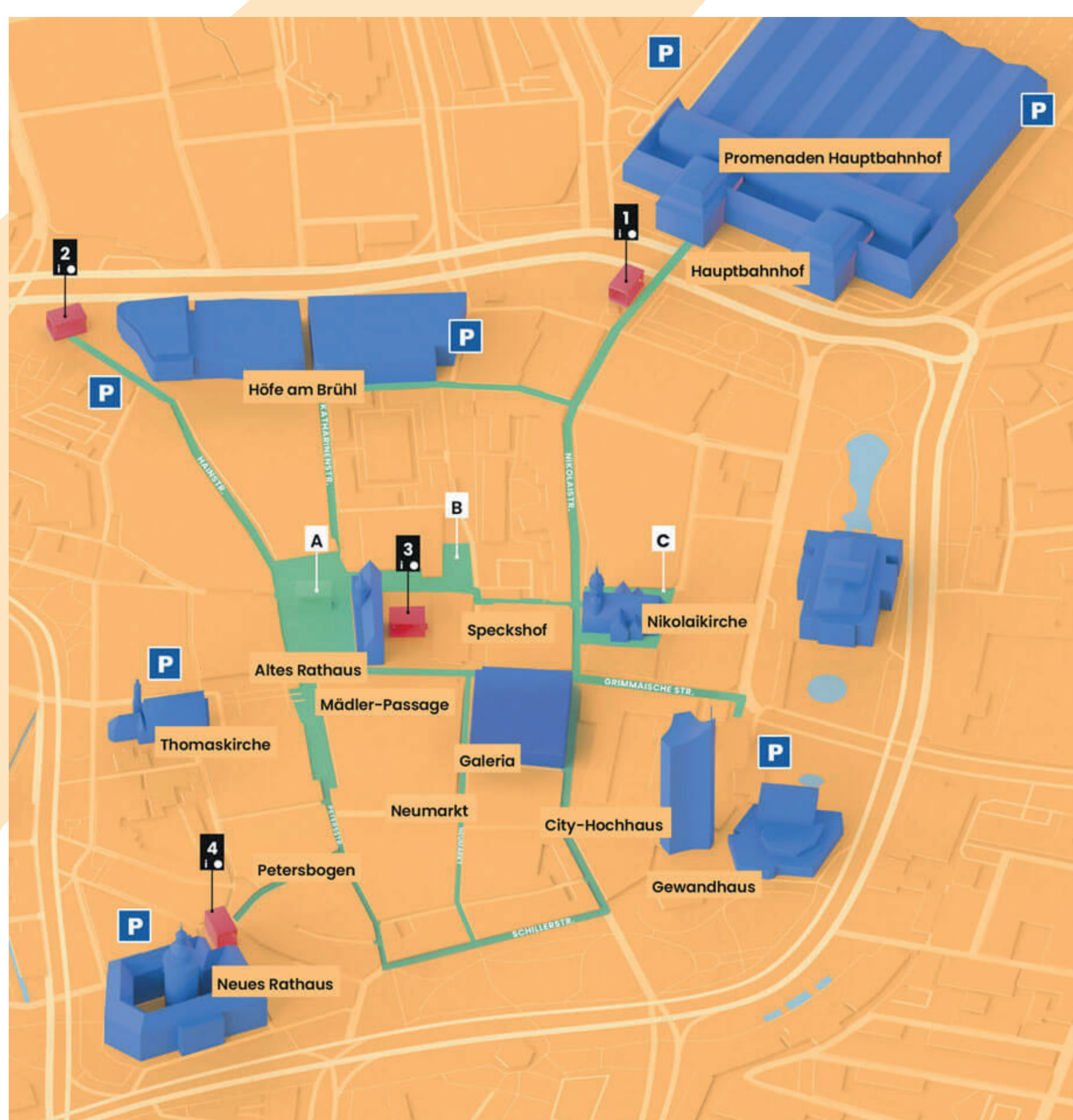
3 MÄRKTE

trends. lokal. shoppen.



25 + 26 / 09 / 2021

Ganztägiges Programm



Initiative, Planung, Umsetzung

Der Verein City Leipzig Marketing e.V. ist Projektinitiator des OPEN CITY LEIPZIG. Der Verein vertritt die Interessen der Innenstadtakteure. Er ist Bindeglied zu Stadtverwaltung und -politik. Veranstalter und Organisator des Festivals ist eine fachkundige Eventagentur. Die Umsetzung erfolgt mit der Stadt Leipzig und zahlreichen Leipziger Partnern, die einmal mehr unter Beweis stellen, dass ein gut funktionierendes Netzwerk Großes schafft.

Das OPEN CITY LEIPZIG Festival ist eine Maßnahme zur Belebung der Innenstadt, zur Stärkung des Einzelhandels, der Gastronomie sowie der Handwerks-, Kunst-, Kultur- & Kreativszene.

Das OPEN CITY LEIPZIG wird das größte Shopping- und Erlebnis-Festival in Sachsen in Verbindung mit einem Verkaufsoffenen Sonntag und lockt durch ein vielfältiges Programm, zahlreiche Spezialangebote sowie ein umfangreiches Vermarktungskonzept 10-tausende einkaufsmotivierte Besucher in die Stadt.

Projektkurzbeschreibung

→ **Samstag und Sonntag:** Zwei Festivaltage am ersten Wochenende der traditionellen Leipziger Markttage & verkaufsoffenem Sonntag in der City.

Vier Bühnen als veranstaltungsrelevante Aktionspunkte bieten Programme mit Modenschauen, Kunst, Kultur und begleitender Gastronomie parallel zu den Öffnungszeiten der Innenstadtgeschäfte.

Die Bühnen: Burgplatz/Süd, Naschmarkt/Zentrum, Richard-Wagner-Platz/West, Kleiner Willy-Brandt-Platz/Nord. Das OPEN CITY LEIPZIG findet eingebettet in die Leipziger Markttage statt: traditionell trifft modern; realisiert in engem Zusammenwirken lokaler Akteure aus Verwaltung, Einzelhandel, Gastronomie, Kunst, Kultur und verschiedenen Institutionen.

500 Geschäfte, Waren- und Modehäuser, Gastronomien sowie die Passagen und Höfe sind mit dabei. Weiteres (u.a. Partner, Programm) unter:

www.cityopen-leipzig.de

KOMMUNIKATION

Die Kommunikation zum Festival umfasst den klassischen Marketing-Mix (Radio, Zeitung, Flyer, Out-of-home Kampagnen über Banner/Plakate) und online-Aktivitäten (Veranstaltungs-website www.opencity-leipzig.de, Online-Marketing und Social-Media-Kampagnen auf Facebook/Instagram/Google Ads) gleichermaßen. Ebenso wichtig sind die Netzwerke der Partner und Sponsoren, der teilnehmenden Händler und Gastronomen.

ZIELE

Wichtigstes Ziel des Festivals ist die nachhaltige Steigerung der Besucher- und Kundenfrequenz und der Umsätze in Einzelhandel und Gastronomie. Dafür soll das OPEN CITY LEIPZIG die Attraktivität und Verweildauer in der Innenstadt und auch der gesamten Stadt Leipzig erhöhen.

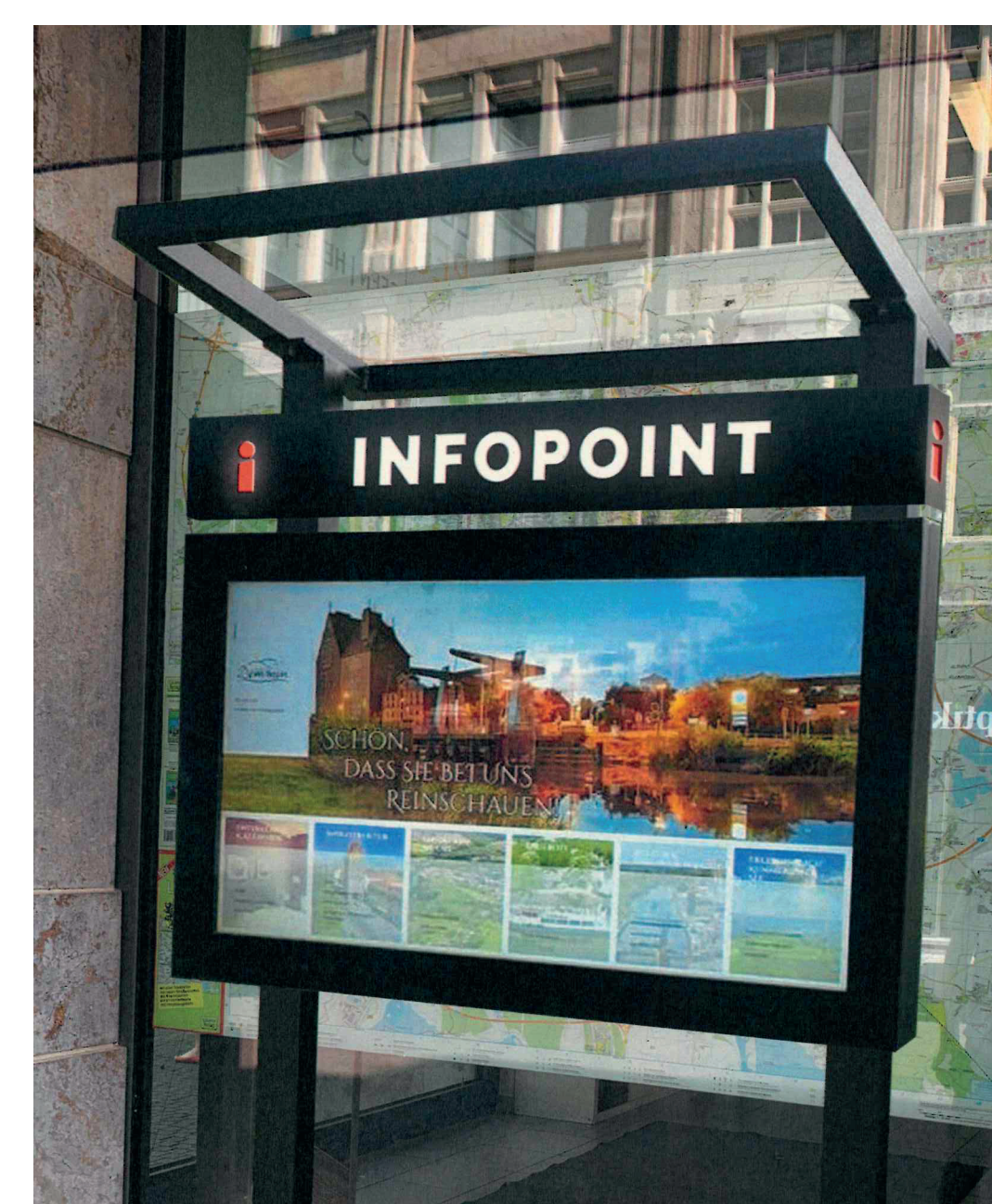
Das Festival schafft einen Mehrwert für Leipzig und Sachsen durch eine umfassende Verbindung von Handel, Kunst, Kultur und Gastronomie. Es ist eine erlebnisreiche Alternative zum Online-Shopping; mit Erleben, Sehen, Hören, sich begegnen! Die Veranstaltung spricht eine breite Zielgruppe an und bietet für sie Animation und Unterhaltung auf neue und ganz besondere Weise.



PARTNER UND BETEILIGTE

- Einzelhandel verschiedenster Art: Shopping-Center, Warenhäuser, weitere insb. inhabergeführte Einzelhändler aus den Leipziger Passagen sowie der gesamten weiteren City
- Gastronomien von Foodtruck bis traditionellem Lokal
- Lokale Unternehmen und Künstler
- Stadt Leipzig u.a. Marktamt, Amt für Wirtschaftsförderung, Stadtplanungsamt und Kulturamt
- Leipziger Gruppe
- Leipzig Tourismus und Marketing GmbH
- Industrie und Handelskammer zu Leipzig
- Verschiedene Interessenverbände

Zentraler digitaler Infopoint



Um die Innenstadt 24/7 optimal erlebbar zu machen, soll ergänzend zur Touristinformation in der Katharinenstraße mit ihren begrenzten Öffnungszeiten ein digitaler Infopoint in unmittelbarer Nähe aufgestellt werden.