



Es muss ja nicht immer Amazon sein

Durch Paketlieferanten verstopfte Straßen, Leerstände in der Innenstadt, Alexa statt Fachverkäuferin - sieht so »modernes Shopping« aus? Wir meinen: Nein!

Gerade holt die Nachbarin wieder einmal ein Amazon-Paket bei mir ab, das der im Dauerstress stehende Bote vorhin abgegeben hat. Und wie jedes Mal höre ich die gleichen - quasi als Entschuldigung vorgebrachten - Worte von ihr: »Vielen Dank! Es ist ja so praktisch! Ich komme auch gar nicht mehr in die Stadt. Es gibt auch immer weniger schöne Geschäfte da. Und das Zurückschicken ist ja auch so praktisch. Und billiger ist es eh.«

Man könnte vieles darauf antworten; auf die Geschäftspolitik und die schlechten Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter und des Lieferservice hinweisen; die Rückgabep Praxis hinterfragen und den Zusammenhang zwischen wachsendem Onlinehandel und »Einzelhändlerschwund« in der Innenstadt herstellen.

Zeitgeist oder Bequemlichkeit

Natürlich ist das nicht alles so eindimensional und das Internet auch nicht an

allem schuld. Mehr als ärgerlich ist es nur, wenn sich Konsumenten beim Einzelhandel ausführlich beraten lassen und dann das Geschäft mit den Worten verlassen: »Ich bestelle das dann lieber bei Amazon, da ist es 20 Prozent billiger.« Das »Geiz-ist-geil-Denken« ist verbreiteter denn je – auch wenn der Werbespruch schon längst offiziell vom Markt geholt wurde. Verblüffend ist auch, dass die Zahl der Klimakritiker ebenso boomt wie der Online-Shopper. Als ob es da keinerlei Zusammenhänge gibt!

Bei der Konzentration auf Amazon & Co wird oft übersehen, dass auch viele Mainzer Einzelhändler Online-Shops anbieten.

Hier kann man in Ruhe von zu Hause aus Vorinformationen holen, teilweise sich die im Laden angeschauten und bestellten Waren zuschicken lassen – und natürlich auch ganz »klassisch« online shoppen. Mit dem großen Unterschied, dass man damit einheimische Unternehmen stützt, die ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anständig nach Tarif bezahlen und ihre Abgaben nicht in Steuer-Oasen entrichten.

Service statt billig

Aber: Viele Verbraucher erwarten von den Einzelhändlern, die ihre Fachkräfte aus- und weiterbilden, umfangreiche Serviceleistungen anbieten sowie zur Attraktivität der Innenstadt beitragen, dass sie die gleichen Preise verlangen wie der höchstumstrittene Multi Amazon, der mit seinem »Virtuellen persönlichen Assistenten« Alexa in immer mehr Haushalte eindringt.

Lassen Sie sich bei ihrer nächsten Produktsuche im Internet nicht gleich von Google an die großen Multis verweisen. Versuchen Sie es mit dem zusätzlichen Stichwort »Mainz«. Es gibt immer mehr regionale und lokale Online-Shops. Sie finden auf dieser Seite die URLs (Internet-Adressen) einiger Anbieter. Schauen Sie sich doch erst einmal an, was die Mainzer so anzubieten haben – und nutzen Sie das nächste Wochenende doch einfach einmal wieder für einen Einkaufs- oder Schaufensterbummel durch die Stadt.



Destille

BiNO

BÜCHER IN NIEDER-OLM

Erlesenes & Büchergilde

Buchhandlung Silke Müller





Der Kinderladen®
Schillerstraße 46-48 Große Bleiche 4
www.wirth-mainz.de

Kochen, Backen und Genießen
Moritz®

engelstliebe®
Stoffatelier Mainz

Bei Klick auf das Unternehmenslogo öffnet sich der jeweilige



Dominique Liggins: »Ich bin keine Eierlegende Wollmilchsau«

Dominique Liggins ist seit September 2019 der zweite hauptamtliche Citymanager in Mainz. Die ersten acht Wochen seiner Tätigkeit seien interessant gewesen, meint er.

Interessant - eine Zuschreibung, die in verschiedene Richtungen gedeutet werden kann. Dominique Liggins hat einige der wichtigsten Akteure des Mainzer Wirtschaftslebens kennengelernt, setzt u.a. auf die gute Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung, Stadtverwaltung und MainzPlus Citymarketing: »Das sind meine wichtigsten Kollegen.« Der 38-Jährige bringt Kenntnisse als selbständiger Unternehmer mit, kennt sich, so sagt er, gut im Veranstaltungsmanagement und in der Hotellerie aus. Er wirkt offen und sympathisch. Alles zusammen genommen eine gute Voraussetzung, um seine Hauptaufgabe zu meistern, die Mainzer Innenstadt zu beleben. Aber: Warum nur die Innenstadt? Was ist mit den Stadtteilen? Auch hier gibt es Mitglieder seiner Arbeitgeber, Mainz Citymanagement (MCM) und der Mainzer

Werbegemeinschaft, die Unterstützung einfordern.

»Wir, das heißt vor allem MCM muss klar nach außen kommunizieren, was Citymanagement bedeutet und was die Aufgabe des Citymanagers ist«, stellt Liggins fest.

Er baut auf der Arbeit seines Vorgängers Jörg Hormann auf, weiß aber, dass z.B. Arbeitsgemeinschaften, deren Themen kaum auf Resonanz unter den Gewerbetreibenden stoßen und die nicht in Eigenverantwortung funktionieren, nicht von ihm weiter geführt werden können: »Ich finde es gut, dass Erwartungen an mich herangetragen werden, aber wir müssen Prioritäten setzen, Impulse aufgreifen und in die Umsetzung bringen - ich bin keine Eierlegende Wollmichsau.«

Als erste Aktion hat Liggins für die Vorweihnachtszeit einen »Lebendigen Adventskalender« organisiert, der an den Dezember-Tagen jeweils um 17 Uhr zu Weihnachtslieder-Singen und ähnlichem an speziellen Orten einlädt. Wo sich die Türen des Adventskalenders öffnen, wird auf der MCM-Webseite bekannt gegeben. Auf seiner Themenliste stehen aktuell außerdem das Leerstandkonzept, die Digitalisierung des Handels, die Verkaufsoffenen Sonntage und weitere Veranstaltungen für 2020 sowie die Baustellen in Mainz.

Beim Thema Leerstand gehe man jetzt in eine erste Umsetzungsphase: »Es gibt in Mainz kaum Leerstände, aber die Bevölkerung reagiert sehr sensibel auf leere Ladenlokale. Wir wollen in einer Broschüre für die Immobilienbesitzer die Möglichkeiten zur Zwischennutzung erläutern und wie wir dabei unterstützen können.«

Für die »Digitalisierung des Handels« setzt Liggins auf Bausteine, wie eine Webpräsenz der Mainzer Innenstadt, die Suchmaschinenoptimierung, den Mainz Navigator (der vom MAINZER entwickelt wurde) und die Socialmedia-Präsenz. Das Konzept das ihm dazu vorschwebte und das zumindest in Teilen bereits umsetzungsreif sei, basiert im Bereich Socialmedia auf dem »Influencer-Marketing«: Fünf Mainzer/-innen sollen aus der Perspektive »junge Frau«, »Familie«, Händler/-in/Gastronom/-in erzählen, was neu ist und gut, wohin es sich zu gehen lohnt, welche Veranstaltungen besucht werden können. Der Citymanager selbst wird als »Influencer« über die »Lebendige Innenstadt« berichten, drei weitere Mainzer/-innen hat er bereits gefunden und eine Person

soll über eine öffentliche Aufforderung auserkoren werden. »Im Grunde ist es eine Ergänzung des ‚Mainz-Gefühls‘, der PR-Aktion von MainzPlus Citymarketing, die das positive Image der Stadt als Einkaufs- und Erlebnisraum nach innen und nach außen verbreiten soll«, fasst Liggins zusammen.

Einkaufen: Ein Erlebnis?

Drei Verkaufsoffene Sonntage wird es 2020 geben, wobei das jeweilige Event-Konzept im Vordergrund stehen müsse, auch um die geänderten gesetzlichen Vorgaben zu erfüllen. An den Plänen für den Frühlingssonntag (26. April 2020) arbeitet Liggins bereits. »Ich glaube allerdings, wir müssen dieses Erlebnis-Konzept ausweiten, also öfter als dreimal im Jahr umsetzen.« Eine Idee für 2020 skizziert Liggins wie folgt: der Black-Friday als Mega-Rabatt-Tag am letzten November-Freitag ist für große Filialisten interessant, kleinere Einzelhandels-Geschäfte können, zumal direkt vor dem Weihnachtsgeschäft, solche Rabattierungs-Aktionen nicht stemmen. Aber, so regt Liggins an, sie könnten sich mit eigenen Aktionen dranhängen, z.B. mit einer Spendensammelaktion an diesem Tag: »Außerdem müssen nicht immer alle mit- und vor allem nicht alle das Gleiche machen, es geht doch unter anderem darum, die jeweiligen Alleinstellungsmerkmale zu kommunizieren.« Liggins denkt dabei auch an lokale, auf einzelne Einkaufsquartiere und sogar auf einzelne Geschäfte begrenzte Aktionen, denn: »Jeder kleine Event trägt zu einer Belebung des Umfeldes bei.« Das könne gut funktionieren, wenn die Aktionen innerhalb der Einkaufsquartiere organisiert würden, der Citymanager als Unterstützer und Multiplikator wirke: »Optimal wäre, wenn die Quartiere wieder »Sprecher/-innen« benennen könnten, die Aktionen anstoßen und durchführen.«

Baustellenmanagement: Proaktiv?

Baustellen wird es in Mainz in den nächsten Jahren weiterhin geben, Einschränkungen im Wirtschaftsleben sind die Folge. »Wir sollten weg vom bloßen Reagieren, wir wollen proaktiv die Gewerbetreibenden informieren, sie sollen sich längerfristig vorbereiten können, auch an Marketingmaßnahmen im Voraus denken und sie planen können.«

Wie soll das funktionieren? Liggins verweist auf den Baustellen-Blog von

Coburg. Und wer soll die Inhalte auf eine solche Informationsplattform einstellen? »Wir müssen die Aufgabenverteilungen auch mit der Stadt im Austausch besprechen. Partnerschaftlich und mit einem gemeinsamen Ziel«, meint Liggins.

Baustellen brauchen Bauzäune und die könnten mit Werbung für die umliegenden Geschäfte oder mit Fotos verschönert werden, so eine Idee des neuen Citymanagers, die zumindest beim Bauzaun an der Deutschen Bank bereits Früchte trägt. Längerfristig denkt er an die Akquise eines Fördertopfs für die Gestaltung solcher Bauzäune. »Es sind manchmal Kleinigkeiten, die aber eine große Wirkung entfalten können und die anzustoßen sehe ich auch als meine Aufgabe.« Funktionieren sollen solche Aktionen dann ohne den Einsatz des Citymanagers.

| SoS

[Citymanager Jörg Hormann: Bald ist er weg](#)



Römerpassage: Vorfreude ist die

schönste Freude

Genießen Sie die Vorfreude auf die gemeinsame Zeit beim Shoppen in der Passage - hier können Sie zum Beispiel bei Tchibo im Erdgeschoss wöchentliche Trends entdecken und werden nicht nur von köstlich duftendem Kaffee inspiriert.

Im 1.OG bei Fissler in der Römerpassage finden Sie von Backförmchen, über Töpfe, Bratenthermometer und Suppenkelle alles an Küchen- und Kochzubehör für ein leckeres Weihnachtsmahl. In der Destille gibt es die passenden Öle, Essige und Essigbalsamen dazu. Festlich und fröhlich geschmückt ist die Passage und bei unserer Weihnachtswunschbaum-Aktion können Sie einem bedürftigen Kind aus Mainz einen Weihnachtswunsch erfüllen.

Römerpassage

Adolf-Kolping-Str. 4

55116 Mainz

www.roemerpassage.com



Mode in Mainz: Verkaufsoffener

Sonntag

Was gibt es Neues? Zum Anziehen, zum sich und andere Schmücken? Kommen Sie in die Mainzer Innenstadt, am 22. September 2019.

Geöffnet sind die Geschäfte in der Mainzer Innenstadt von 13-18 Uhr und der Verkaufsoffene Sonntag dreht sich um Mode: Die anzieht und anregt, für gute Laune sorgt und Freude macht - zumal sich zu dem, was gemeinhin als Mode verstanden wird, nicht nur Dessous, Unterwäsche und Bademoden, sondern auch Schmuck, Sportartikel und, Haushaltswaren, zum Beispiel, gesellen.

Liebe zum Detail

Mit Blick auf Herbst und Winter ist es höchste Zeit, die Mainzer Modewelt in Augenschein zu nehmen. Die Mainzer Geschäftswelt lädt Sie ein, in aller Ruhe die vielseitigen und abwechslungsreichen Angebote zu erkunden. Da sind die »Großen«, also die Mode-Kaufhäuser mit ihrem wohlsortierten und umfangreichen Warenangebot. Da sind aber auch die vielen »Kleinen«, die zum Teil inhabergeführten Facheinzelhandelsgeschäfte, die sich mit viel Liebe zum Detail auf ihr spezielles Mode-Thema spezialisieren.

Anbieter von spezifischen Sportartikeln, handgefertigtem Schmuck, von Wolle und allem, was zum Stricken benötigt wird (Achtung: Weihnachten ist nah und die Freude über handgestrickte Socken ist immer groß!) sind ebenso darunter, wie die »Allrounder« mit Mode von Kopf bis Fuß für Sie und Ihn.

| SoS

Ein Verkaufsoffener Sonntag ohne den Einsatz der Mainzer Verkehrsgesellschaft ist schwer vorstellbar: Informieren Sie sich über die MVG-Angebote z.B. mit der



»Heimat shoppen«

Lebendige Innenstädte bedeuten Lebensqualität. Das wird vielen erst bewusst, wenn es im Stadtzentrum plötzlich ruhig wird.

Welche zentrale Aufgabe lokale Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister für unsere Städte, Gemeinden und Regionen haben, zeigt die IHK-Initiative »Heimat shoppen«, an der sich 2019 über 50 Städte und Gemeinden aus Rheinland-Pfalz beteiligen.

Im Zentrum der Initiative steht das Aktionswochenende am 13. und 14. September 2019 mit einer Fülle von Events, die von den Händlern und Werbegemeinschaften vor Ort – oft auch mit Unterstützung der Kommunen – gestaltet und umgesetzt werden. Das Ziel ist es, die Innenstädte und den Handel zu bewerben. Die lokalen Betriebe bieten jungen Menschen mit der Ausbildung eine Perspektive direkt vor Ort, stärken ihre Gemeinden durch die Gewerbesteuer und prägen das Stadtbild. »Heimat shoppen« bedeutet Einkaufen bei Nachbarn und Freunden und fördert soziale Kontakte.



Römerpassage: Sie shoppen - wir zahlen!

In der Römerpassage heißt es: »Sie shoppen und wir zahlen!« Bei uns einkaufen, den Kassenbon im 1.OG kopieren und in die Aktions-Box werfen. Bis August 2019 werden noch Gewinner aus der Box gezogen, deren Einkaufswert in Römertalern getauscht wird.

Apropos August: Am 8.8.2019, von 13 bis 18 Uhr findet unsere »Schultüten-Bastelaktion« statt!

Hugendubel im Erdgeschoss hilft allen Kids und Eltern bei der Bücherbestellung. Folgt uns gerne auch auf Facebook und jetzt neu über Instagram - immer aktuell mit tollen Gewinnspielen. Einen schönen Sommer 2019 liebe Mainzer!

Römerpassage
Adolf-Kolping-Str. 4
55116 Mainz
www.roemerpassage.com

RÖMER  PASSAGE



Mainz-Navigator: Spontan bummeln und zielgerichtet einkaufen

Alle fordern schon lange die Digitalisierung des Einzelhandels, der Mainz-Navigator fängt an damit. Und überwindet nach und nach alle Hürden.

Die Idee passt in die Zeit: In der Stadt herum laufen, sich treiben lassen, mal hier schauen, mal dort einen Kaffee trinken - und dann, urplötzlich, etwas ganz Bestimmtes einkaufen wollen. Mit dem Mainz-Navigator ist das möglich.

In der Suchfunktion der Mainz-Navigator-App geben Sie ein, was Sie suchen: das Produkt oder den Markennamen. Es erscheint eine Liste der Geschäfte, die das verkaufen, was Sie wollen. Sie können natürlich auch den Namen des Geschäfts eingeben, zu dem Sie wollen. Der nächste Klick führt Sie direkt in

das Geschäft, das Sie ausgewählt haben – virtuell natürlich, heißt, die App zeigt den Weg von dem Standort aus, an dem Sie sich gerade befinden bis zum Eingang des Geschäfts. Wenn Sie wollen und entsprechend klicken, zeigt Ihnen der Mainz-Navigator auch die in der Nähe des Geschäfts liegenden Parkhäuser und die ÖPNV-Haltestellen.

Um bei diesem Einkaufserlebnis dabei zu sein, laden Sie sich die Mainz Navigator-App im Playstore für Android und dem Apple IOS-Store für I-Phones herunter. Die Hürden, die sich dabei auftaten, haben wir überwunden.

Die ersten Schritte ...

...sie sind gemacht. Ab und an sind wir dabei ins Stolpern geraten. Und wir werden auch weiter stolpern. So ein Navigator, der gezielt und sicher durch die Stadt leitet, hat seine technischen und administrativen Tücken. Das MAINZER-Navigator Team hat sich in den letzten Wochen oft die Haare gerauft – und findet doch immer eine Lösung.

Die Apple-Version, die wollte einfach nicht funktionieren. Und bei Apple dauert manches etwas länger. Jetzt klappt auch das.

Die nächsten Schritte...

...sind absehbar. Die Kulturinstitutionen, sie sind dabei. Nur die Daten müssen noch eingepflegt werden. Dann informiert der Mainz-Navigator, ob im Frankfurter Hof Jazz angesagt ist und im Staatstheater eine Oper. Sie wählen aus und der nächste Klick zeigt Ihnen den Weg – von Ihrem aktuellen Standort aus. Bis zum Veranstaltungsort. Stellen Sie sich das mal vor: Sie stehen in der Hafestraße und der Mainz-Navigator zeigt Ihnen den Weg ins Staatstheater. Dazu, wenn Sie wollen, die umliegenden Parkhäuser und die Haltestellen des ÖPNV.

Ein Herzensanliegen sind uns die Gastronomen. Essen und Trinken ist schließlich eine MAINZER-Kernkompetenz. Da gilt es noch die eine und andere technische Nuss zu knacken und Überzeugungsarbeit zu leisten. Allein die Vorstellung ist schon mal berauschend: Einkauf beendet, Hunger und Durst! Wo ist das nächst liegende Café? Wo gibt es in der Nähe ein Glas Rheinhessenwein und einen Mainzer Handkäs? Wer bietet einen veganen

Mittagstisch? Der Mainz-Navigator zeigt Ihnen auch das und den Weg dahin. Demnächst.

| SoS

Huthaus am Dom



Uta und Hanne Gieg, Huthaus am Dom: Viele Kunden kommen mit dem MAINZER in unser Geschäft und wollen genau den dort beworbenen Artikel kaufen. Jetzt brauchen Sie den MAINZER nicht mehr mitzubringen, sondern zeigen uns auf der Navigator-App, was Sie kaufen wollen.



Eiscafé Florenz in der Römerpassage: Ein Stück Geschichte

Seit vielen Jahren schon bedienen wir unsere lieben Gäste im Eiscafé Florenz in der Römerpassage. Die in dieser Zeit gewonnene Erfahrung wurde für Sie in

unserer Karte zu einer Auswahl an köstlichen und fantasievollen Eisspezialitäten zusammengefasst.

Unsere Philosophie zeichnet sich durch die kontinuierliche Suche nach der optimalen Qualität unserer Produkte aus. Charakteristisches Merkmal unserer Gelateria ist ein ausgewogenes Zusammenspiel von kreativen Ideen und fachgerechter Zubereitung, das darauf ausgerichtet ist, den Wünschen unserer Kunden vollauf gerecht zu werden und einen optimalen Service mit italienischem Flair zu bieten.

Um genau diesen Flair zu treffen erstrahlt seit dem 01.06.2018 die Perle der Römerpassage im neuen Glanz. Nach unserer Renovierung in der Mitte des Jahres bieten wir nun ein Eiscafé mit frischem Look. Ein großzügiger und offener Gastraum zierte nun, neben einer modernen Farbgebung, unsere Lokalität in der ersten Etage. Freuen Sie sich also auf ein modernes Eiscafé, welches neben dem höchsten Standard an italienischem Eis, Café und Speisekultur Ihnen rundum das Gefühl der italienischen Gastfreundschaft bieten kann.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch

Römerpassage
Adolf-Kolping-Str. 4
55116 Mainz
www.roemerpassage.com





Römerpassage: Advent in der Römerpassage

Die Römerpassage ist für die Adventszeit festlich geschmückt und gut vorbereitet. Nikolaus und Weihnachtsmann haben sich mit gefüllten Säcken angekündigt und auch die Weihnachtsbäckerei öffnet ihre Pforten.

Auf der Facebook-Seite der Passage gibt es einen Online Adventskalender. Die ansässige Werbegemeinschaft hat den traditionellen Wunschbaum aufgestellt. Er bietet die Möglichkeit bedürftigen Kindern mit kleinen Gaben große Freude zu bereiten und damit den Sinn des Fests der Liebe zu erfüllen.

Römerpassage
Adolf-Kolping-Str. 4
55116 Mainz
www.roemerpassage.com





Römerpassage: Den Sommer noch schöner machen

Von der schicken Sandale bei Reno über den trendigen Badeanzug bei Triumph bis hin zu tollen Accessoires, spannender Urlaubslektüre, modischen Highlights und Sonnenbrillen findet man hier alles, was es braucht, um den Sommer zu genießen.

Auch um das neue Ambiente des Eiscafés Florenz im ersten Obergeschoss zu genießen, bietet sich dort eine erfrischende Pause an.

Zudem hat jeder, der bis zum 31. August seinen Einkaufs-Bon einreicht die Chance, den gesamten Einkauf von der Römerpassage erstattet zu bekommen.

Römerpassage

Adolf-Kolping-Str. 4

55116 Mainz

www.roemerpassage.com





Lang, länger, bodenlang

Es geht um den Mantel. Nicht nur aber auch. Der letzte Verkaufsoffene Sonntag im Jahr ist ihm gewidmet. Am 29. Oktober öffnen in der Mainzer Innenstadt große und kleine Geschäfte von 13-18 Uhr zum »Mantelsonntag«.

Sicher ist, der Mantelsonntag erweist dem gleichnamigen Bekleidungsstück eine besondere Ehre. Aber in den Einzelhandelsquartieren quer durch die Mainzer Innenstadt gibt es am Mantelsonntag alles zu kaufen. Vermutlich werden die ersten Weihnachtsgeschenke an diesem Verkaufsoffenen Sonntag schon eingekauft. Warum auch nicht? Das Angebot ist so vielseitig und verführerisch. Insbesondere in den kleineren und den inhabergeführten Geschäften. Außerdem lassen die rotwangigen Äpfel, die auf Kosten der Mainzer Werbegemeinschaft am Mantelsonntag kostenlos verteilt werden, manchen ja auch schon an den Nikolaus denken.

Neues entdecken

Zuvor lädt aber der letzte Oktobersonntag, der hoffentlich ein goldener wird, ein, die Mainzer Geschäftswelt zu erkunden. Wetten, Sie werden Neues entdecken? Damit ist nicht nur die neue Kollektion an Herbst und Winterwaren gemeint. Mäntel - natürlich. Sie dürfen übrigens in dieser Saison bis auf den

Boden reichen. Das hält warm und schaut auch noch elegant aus.

Das gesamte Herbst-/Winter Sortiment der Mainzer Fachgeschäfte und Kaufhäuser lässt sich am 29. Oktober ganz entspannt erkunden. Bestimmt werden auch manche Geschäftsinhaber ihre Kunden mit einem ganz besonderen Angebot verwöhnen - so wie es die Stammkunden gewohnt sind und die Neukunden angenehm überrascht erleben dürfen.

Wohlbekannt, als lieb gewordene Tradition die zum Mantelsonntag einfach dazu gehört, ist der Burgundermarkt auf dem Gutenbergplatz - der allerdings nicht nur am Verkaufsoffenen »Mantelsonntag« von 11 bis 18 Uhr Leckerbissen aus der rheinland-pfälzischen Partnerregion feilbietet. Die Stände sind bereits am Samstag von 9 bis 18 Uhr geöffnet und bieten Spezialitäten aus handwerklicher Herstellung darunter auch frische Schnecken, die vor Ort verzehrt werden können, ebenso, als süße Verführung, Crêpes mit Konfitüre.

Entspannte An- und Abfahrt

Wohlbekannt sind auch die Angebote der Mainzer Verkehrsgesellschaft, vom »Mainztrifft-sich-Ticket« über den Gepäckbus am Höfchen bis zur Verstärkung von Bus- und Tram-Linien. Zudem sorgt die MVG durch die Umleitung der Busse über Große Bleiche und Schusterstraße für eine Busfreie »Lu«.

Mit der Aktion »Parken aufs Haus« belohnen die Mainzer Fachgeschäfte ihre Kunden für den Einkauf (fragen Sie einfach nach den Parkgutscheinen, es lohnt sich wirklich!) und die Parkhäuser der PMG bieten ihren, an Verkaufsoffenen Sonntagen üblichen Flatrate-Tarif an: Für 5 € kann das Fahrzeug 24 Stunden untergestellt werden. Wer am 29. Oktober drei Stunden parkt hat den Flatrate-Tarif erreicht. Wer weniger als drei Stunden parkt, zahlt den normalen Tarif. Der Preis für drei Stunden Parken beträgt in den PMG-Parkhäusern 6,00 €.

| SoS