

## Vorteile und Leistungen für unsere Mitglieder

### Politik/Interessensvertretung

- Als Mitglied im Netzwerk der aktiven Cityakteure und können so **direkten Einfluss** nehmen **auf politische Entscheidungsprozesse** und Aktivitäten in der Innenstadt wie zum Beispiel verkaufsoffene Sonntage.
- **Regelmäßige Rundmails / Newsletter** mit frühzeitigen und umfassenden Informationen zu Terminen wie z.B. den verkaufsoffenen Sonntagen, Serviceleistungen und politischen Themen (Händlerstammtisch), die den Handel betreffen

### Serviceleistungen

- **„Göppinger trinken Göppinger“**: Beim Kauf einer Kiste Göppinger Mineralwasser bzw. Saftschorle zum Ausschank für die Kunden erhalten Sie die zweite Kiste gratis
- Möglichkeit zum Erwerb von **vergünstigten Gutscheinen** (Bspw. Riesenrad-Karten, Verzehrgutscheine Weinfest/Waldweihnacht) für Ihre Kunden oder Mitarbeiter.
- **Vergünstigungen** bei verschiedenen **Vorträgen / Schulungen**
- Teilnahmemöglichkeit beim **Citygutschein** – dem Geschenkgutschein für Göppingen
- Teilnahmemöglichkeit beim **Leihschirmssystem** „Wir lassen Sie nicht im Regen stehen“
- **Bevorzugte Behandlung bei der Vergabe von Standplätzen** bei vereinseigenen Veranstaltungen.

### Werbung

- **Rabatt** im CityMagazin **„Mittendrin** – die schönsten Seiten der Göppinger City“ (Bspw. 200,- Euro Rabatt bei einer Seite Anzeige)
- **Rabatt** in **Werbemitteln zu eigenen Veranstaltungen**, Programmheften etc.
- **20% Rabatt** für Anzeigen im **„GEPPÖ“**, dem Mitteilungsblatt der Stadt Göppingen
- **15% Rabatt** für Anzeigen im **„PIG“**, dem Göppinger Stadtmagazin
- **Nennung** als Neumitglied **im Citymagazin „MittenDrin“**
- **Logo mit Verlinkung** auf unserer **Homepage**
- Gerne **berät und unterstützt** die Geschäftsstelle ihre Mitglieder in Veranstaltungs- und Werbefragen sowie bei der Pressearbeit

UND: Sie unterstützen und fördern durch eine Mitgliedschaft die Gemeinschaft der aktiven Cityakteure und damit die Attraktivität und Leistungsfähigkeit der Innenstadt, die die Lebensgrundlage für unseren Handel und die Gastronomie darstellen. Ein „Einkaufszentrum Innenstadt“ kann nur funktionieren, wenn sich möglichst viele Akteure einbringen und auch ihren (angemessenen) Beitrag leisten.