

**PROTOKOLL**

**19. Runder Tisch Gewerbe**

---

<b>Termin:</b>	Mittwoch, 12. Februar 2020, 19-21 Uhr
<b>Ort:</b>	Vor-Ort-Büro Altstadtmanagement Spandau, Mönchstraße 8
<b>Teilnehmer:</b>	Herr Hanke, Wirtschaftsstadtrat Herr Sellerie, Wirtschaftsförderung Spandau Herr Jahn, Wirtschaftsförderung Spandau Herr Wunderlich, Altstadtmanagement Spandau Frau Harrmann, Altstadtmanagement Spandau  Frau Urvat, Zur Altstadt Herr Sefki, Weinstuben im Kolk Herr Smolik, Café Lutetia Frau Jackisch, Victoria Pub Herr Mitrovski, Charlotte Frau Röpke, Karstadt Herr Siefert, Holsteiner Räucherkarte Herr Galipp, Schuhhaus EGA Herr Barnikel, Optiker Barnikel Frau Germershausen, Juwelier Brose Frau Fliegel, Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e.V. Herr Dettmann, Partner für Spandau Frau Schneider, Spandau Heute
<b>TOP</b>	<b>Tagesordnung</b>  1. Umsetzung Marketingkonzept  2. Beratungsangebote für Gewerbetreibende und Gastronomen  3. Gebietsfonds 2020, Stand zum „Fest der Sinne“  4. Sonstiges
<b>TOP 1</b>	<u>Umsetzung Marketingkonzept</u> <ul style="list-style-type: none"><li>• für die Altstadt Spandau wurde 2017 / 2018 ein Marketingkonzept erstellt</li><li>• das vorhandene Konzept soll in den nächsten zwei Jahren gemeinsam mit den Gewerbetreibenden der Altstadt umgesetzt werden</li><li>• hierzu soll in diesem Jahr ein Marketing-Büro beauftragt werden</li><li>• der Anfang Januar 2020 in neuer Auflage herausgegebene Shoppingguide orientiert sich bereits an den Vorgaben des Marketingkonzepts</li><li>• der aktuell in Überarbeitung befindliche Gastroguide wird ebenfalls im neuen Layout erscheinen</li><li>• ein weiterer Schritt zur Bekanntmachung des Standortes stellen beidseitig mit dem Logo und dem Slogan „Altstadt Spandau – Vielfalt im Zentrum“ bedruckte Stoffbeutel dar</li></ul>

- diese wurde Anfang des Jahres für den Handel in einer Auflage von 1.000 Stück gedruckt und werden nach und nach durch das Altstadtmanagement (zunächst an die am Shoppingguide beteiligten Geschäfte) verteilt
- durch das zu beauftragende Marketingbüro sollen zum einen Layoutvorlagen - basierend auf den ersten grafischen Entwürfen des vorliegenden Marketingkonzepts - entworfen werden, mit denen die Gewerbetreibenden der Altstadt gezielt den Einzelhandelsstandort, aber auch ihr eigenes Ladengeschäft / Gastronomie bewerben können
- die unterschiedlichen Produkte (Plakate, Flyer, Broschüren etc.) sind durch vier Farbskalen definiert:
  - Handel: gelb- orange
  - Dienstleistung: blau
  - Gastronomie: grün
  - Veranstaltungen: magenta
- Zielstellung ist es, die Marke „Altstadt Spandau“ durch unterschiedliche Formate in und außerhalb von Berlin bekannt zu machen
- denkbar wäre bspw. die Entwicklung und der Aufbau eines Online-Portals, die Bewerbung des Standorts durch Social-Media, eine begleitende Presse-Kommunikation oder die Entwicklung einer Plakatkampagne
- zudem sollen gezielt gemeinsame Formate und Aktionen der Händler, Gastronomen und Dienstleister in der Altstadt entwickelt und umgesetzt werden
- bei der Umsetzung des Marketingkonzepts sollen die Gewerbetreibenden intensiv eingebunden werden, damit die Marke mit Leben gefüllt und aktiv nach außen getragen werden kann

Rückmeldung der anwesenden Teilnehmer:

Frau Röpke, Karstadt:

- Zusammenschluss der Läden zu einem virtuellen Kaufhaus mit Lieferservice als weiteren Ansatz

Frau Germershausen, Juwelier Brose

- für die Verteilung der Stoffbeutel sollte der Land- und Bauernmarkt mit eingebunden werden

Herr Seifert, Räucherkerle

- geschäftsspezifisch könnte auch eine Seite des Stoffbeutels mit dem Logo / Slogan des jeweiligen Geschäfts bedruckt werden

Frau Wesner, Hafemeister Bestattungen

- Nutzung digitaler Angebote, wie bspw. die Entwicklung einer App fürs Handy mitdenken

Herr Wunderlich vom Altstadtmanagement nimmt die Hinweise mit auf, diese bei der Formulierung der Aufgabenstellung für das zu beauftragende Marketing-Büro mit zu beachten

<p><b>TOP 2</b></p>	<p><u>Beratungsangebote für Gewerbetreibende und Gastronomen</u></p> <p>Herr Wunderlich, Altstadtmanagement Spandau:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erneut Budget in 2020 vorhanden, um Beratungen anzubieten</li> <li>• Frage an die anwesenden Teilnehmer, ob das Thema Bonpflicht von Bedeutung ist, Rückmeldung: kein Thema, eher die Kassensystemumstellung</li> <li>• Frage nach weiteren Themen, die für die Gewerbetreibenden eine Rolle spielen</li> </ul> <p>Herr Galipp, Schuhhaus EGA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• oftmals lassen sich die Kunden in seinem Geschäft beraten und kaufen den Schuh dann online</li> <li>• daher die Frage, wie man ein Verkaufsgespräch erfolgreich zum Abschluss bringt und sich gegen den Online-Handel behaupten kann</li> </ul> <p>Frau Germershausen, Juwelier Brose:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitarbeiterschulung von Bedeutung, wie man die Vor-Ort-Beratung mit dem Online-Handel verbinden kann</li> </ul> <p>Herr Barnikel, Optiker Barnikel</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiederholung Workshop zur attraktiven Außendarstellung von Geschäften und Gastronomiebetrieben wünschenswert, um weitere Gewerbetreibende bei der ansprechenden Darstellung ihrer Geschäfte zu unterstützen</li> </ul> <p>Herr Mitrovski, Charlotte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigentümer durch einen externen Anbieter hinsichtlich eines attraktiven Branchenmixes in der Altstadt zu beraten / zu informieren</li> <li>• Frau Röpke (Karstadt): schwierig, wenn Eigentümer nicht vor Ort sind; oftmals kein Interesse an Branchenmix, sondern eher an Gewinnoptimierung</li> </ul>
	<p><b>Gebietsfonds 2020, Stand zum „Fest der Sinne“</b></p> <p><u>Gebietsfonds 2020</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• es stehen erneut Gelder für kleinteilige Projekte zur Steigerung der Attraktivität der Altstadt Spandau bereit</li> <li>• Möglichkeit der Förderung reicht von kleineren Baumaßnahmen wie die Neugestaltung einer Werbeanlage über die Erneuerung der Außengastronomie durch Tische und Stühle bis hin zu Veranstaltungen zur Belebung der Altstadt</li> <li>• Interessierte können sich mit ihrer Projektidee gerne an das Altstadtmanagement wenden, das Team berät zur Förderfähigkeit von Projektideen und ist bei der Antragstellung behilflich</li> </ul> <p><u>Stand zum „Fest der Sinne“</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herr Barnikel (Optiker Barnikel) stellt den anwesenden Teilnehmern noch einmal die Idee zum „Fest der Sinne“ vor</li> <li>• die Idee stammt ursprünglich aus Zehlendorf</li> <li>• gemeinsames Thema: mit allen Sinnen genießen (hören, schmecken, fühlen, riechen, sehen)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• themenspezifische Lesungen, Ausstellungen, Konzerte finden in einzelnen Läden statt und locken Besucher in die Geschäfte, Einladungen erfolgen durch die teilnehmenden Geschäfte an den eigenen Kundenstamm</li> <li>• gemeinsamer Anfang des Festes (bspw. mit einem Gottesdienst) möglich, danach Verteilung in die einzelnen Geschäfte, weitere Möglichkeit: Gutscheine für jedes Geschäft, gemeinsames Ende in einer Gastronomie in der Altstadt denkbar</li> <li>• es geht nicht vorrangig darum etwas im Geschäft zu kaufen, sondern das vielfältige Angebot in der Altstadt kennen zu lernen</li> <li>• grundlegende Frage: finden sich genügend Mitstreiter, um das Fest auf die Beine zu stellen</li> <li>• eine erste Abfrage nach möglichen Teilnehmern ist bereits erfolgt, erste Zusagen sind da, einige Gewerbetreibende sind sich jedoch noch unsicher</li> <li>• es wird eine Liste verteilt, auf der sich die anwesenden Teilnehmer bei Interesse für die Veranstaltung eintragen können</li> <li>• Ergebnis aktueller Teilnehmer:             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Herr Barnikel, Optiker Barnikel</li> <li>○ Frau Germershausen, Juwelier Brose</li> <li>○ Herr Sefki, Weinstuben im Kolk</li> <li>○ Herr Smolik, Café Lutetia</li> <li>○ Herr Mitrovski, Charlotte</li> <li>○ noch offen: Konditorei Fester, Dorotheenstädtische Buchhandlung, Hörgeräte Pöthig, Hobbysshop Rüther, Musikhaus Spandau</li> </ul> </li> <li>• Organisation der Veranstaltung liegt federführend bei Herrn Barnikel, Frau Germershausen, Frau Fliegel und Herrn Smolik</li> <li>• eine Unterstützung durch das Altstadtmanagement ist möglich, die Initiative muss jedoch hauptsächlich aus dem Kreis der Gewerbetreibenden kommen</li> </ul>
	<p><b><u>Sonstiges</u></b></p> <p><u>Leerstand in der Altstadt</u></p> <p>Herr Galipp, Schuhhaus EGA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• viele Geschäfte stehen in der Altstadt leer</li> <li>• Einladung der in der Altstadt tätigen Makler gewünscht, Themen: Herstellung eines attraktiven Branchenmixes, Mieterwartungen der Eigentümer</li> </ul> <p>Herr Hanke, Wirtschaftsstadtrat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Maklertreffen hat im letzten Jahr bereits stattgefunden</li> <li>• sehr erfolgreich gelaufen, anders als erwartet waren die anwesenden Makler und Eigentümer offen ggü. den bezirklichen Unterstützungsangeboten und der Zusammenarbeit mit dem Altstadtmanagement – gute Basis, um leerstehende Läden zukünftig zielgerichtet zu vermieten</li> <li>• Wiederholung des Treffens in diesem Jahr geplant, evtl. in diesem Zusammenhang auch Zusammenführung Gewerbetreibende und Makler / Eigentümer denkbar - vorab Abfrage bei den Maklern, ob dies gewünscht ist</li> </ul>

Frau Harrmann, Altstadtmanagement:

- Leerstand ist gefühlt hoch, lt. der statistischen Datenlage stehen jedoch genauso viele Läden leer wie im letzten Jahr

Frau Germershausen, Juwelier Brose:

- kein Verständnis dafür, warum das Objekt der ehemaligen Deutschen Bank am Markt 5 so lange leer steht
- Hinweis Herr Sellerie (Wirtschaftsförderung): es existiert ein immer noch bestehendes Vertragsverhältnis, so dass dieser Standort vorerst leider unverändert bleibt

Nachhaltigkeit der Beteiligung

Frau Germershausen, Juwelier Brose:

- immer gleiche Teilnehmer der Werbegemeinschaft, Frage wie man neue Mitglieder akquirieren kann
- ebenso schwierig ist die (finanzielle) Beteiligung an Veranstaltungen, hier wird die Nachhaltigkeit der Beteiligung vermisst

Herr Sellerie, Wirtschaftsförderung:

- eine kontinuierliche persönliche Ansprache ist notwendig, damit Beteiligung funktioniert
- Beispiel Neuauflage Shoppingguide:
  - insgesamt 30 Händler die daran teilnehmen und sich finanziell i.H.v. 150 € beteiligen
  - handelt sich hierbei um eine Vielzahl von Händlern, die sonst nicht aktiv sind
  - bedeutete jedoch auch einen hohen Stundenaufwand für das Altstadtmanagement, um die hohe Teilnehmeranzahl zu akquirieren

Herr Wunderlich, Altstadtmanagement:

- durch die Umsetzung des Marketingkonzepts und das beauftragte Marketing-Büro werden neue Impulse gesetzt und ggf. auch neue Teilnehmer generiert
- wichtig ist die gemeinsame Erarbeitung zusammen mit den Gewerbetreibenden, um erfolgreich zu sein

Herr Galipp, Schuhhaus EGA:

- evtl. ist es möglich, dass in regelmäßigen Abständen ein Vertreter des Marketing-Büros an den Treffen der Werbegemeinschaft teilnehmen kann
- Herr Jahn von der Wirtschaftsförderung merkt an, dass dies in Abhängigkeit vom Angebot und dem vereinbarten Stundenkontingent geschehen muss

Frau Röpke, Karstadt:

- ähnliche Erfahrungen bzgl. der Beteiligung in anderen Gebieten gemacht
- es kommt immer auf die Initiative von Einzelnen an, auf die man bauen muss um etwas zu erreichen

	<p>Frau Fliegel, Wirtschaftshof Spandau:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• die Werbegemeinschaft trifft sich jeden 3. Freitag im Monat von 13 – 14 Uhr im Satt &amp; Selig</li><li>• jeder ist herzlich eingeladen, an den Treffen teilzunehmen</li></ul> <p><u>Anfertigung von Passfotos im Amt</u></p> <p>Frau Fliegel, Vereinigung Wirtschaftshof Spandau e.V.:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• es liegt ein Gesetzentwurf des Bundesinnenministeriums vor der besagt, dass Fotos für Ausweisdokumente zukünftig nur noch im Amt unter Aufsicht des zuständigen Mitarbeiters angefertigt werden dürfen</li><li>• Hintergrund ist die Vorbeugung vor Dokumentenfälschungen</li><li>• stellt die Fotohändler vor große Probleme, da die Anfertigung von Passfotos zu einem der Hauptgeschäfte zählt</li><li>• <u>Nachtrag Altstadtmanagement:</u><ul style="list-style-type: none"><li>○ <i>Passfotos sollen zukünftig doch nicht ausschließlich vom Amt angefertigt werden</i></li><li>○ <i>derzeit prüft das Ministerium Varianten, die den Sicherheitsinteressen Rechnung tragen, ohne die Fotografen zu benachteiligen</i></li><li>○ <i>wie genau das aussehen wird, ist jedoch noch nicht bekannt</i></li></ul></li></ul>
--	---