8. Runder Tisch Gewerbe

im Rahmen des Förderprogramms „Städtebaulicher Denkmalschutz“

06. November 2017
Ristorante Ruspina II

ALTSTADT MANAGEMENT SPANDAU

Tagesordnung

1. Gemeinsames Marketingkonzept Altstadt Spandau und Spandau Arcaden
- erste Analyse und Ausblick
- zu Gast: Herr Mathis Richter | Geschäftsführer Pot Marketing GmbH (beauftragte Agentur)

2. Auswertung verkaufsoffener Sonntag und Terminierung 2018

3. Austausch in lockerer Atmosphäre

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

1. Gemeinsames Marketingkonzept Altstadt Spandau und Spandau Arcaden

Mathis Richter | Geschäftsführer Pot Marketing GmbH (beauftragte Agentur)

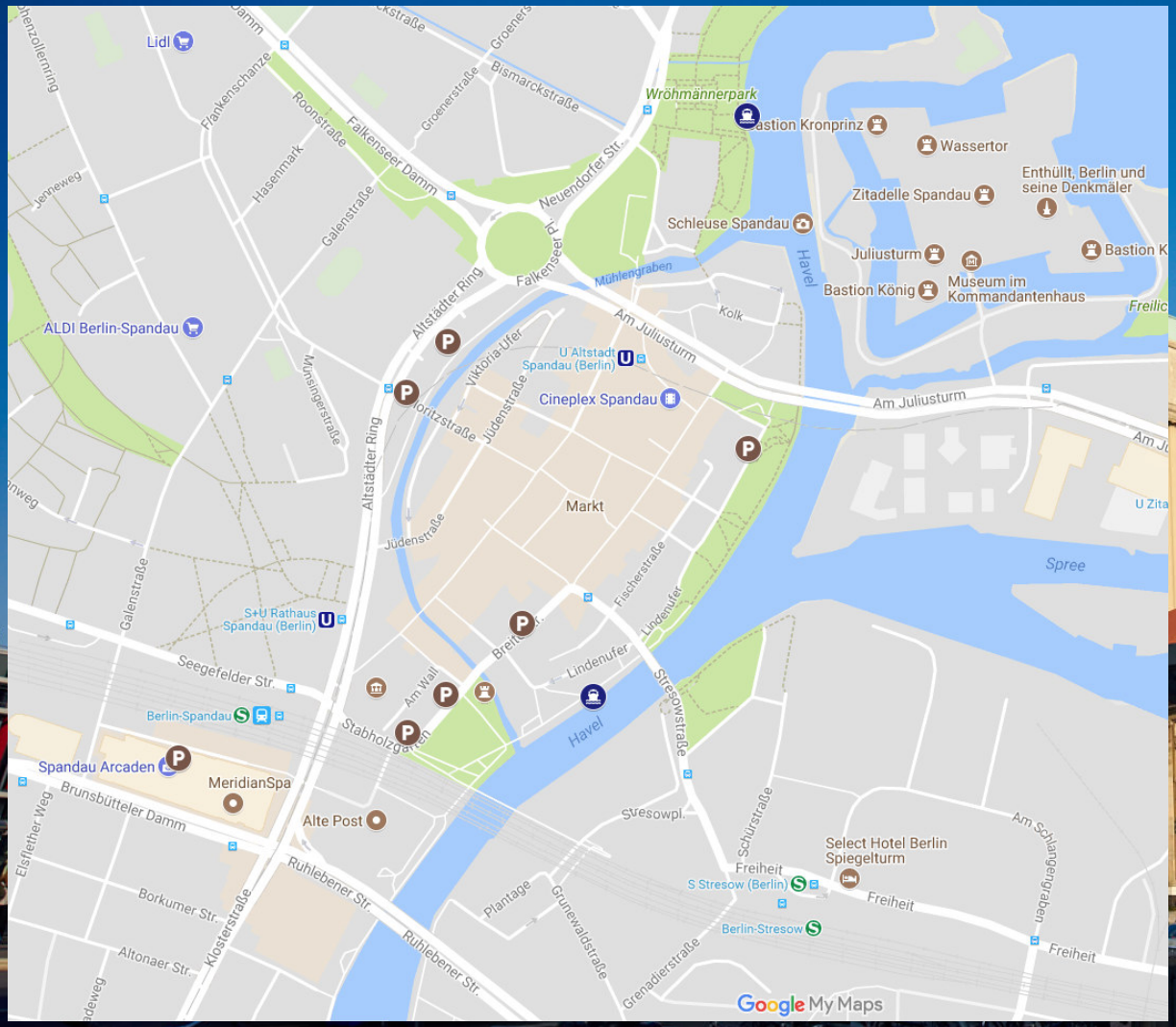
© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Altstadt Spandau und Spandauer Arcaden

Erarbeitung eines gemeinsamen Marketingkonzeptes

Die Kommunikationsagentur
pot marketing

Infrastruktur



- Gute bis sehr gute Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln
- Ausreichende Parkmöglichkeiten um die Altstadt herum ABER wenig bis sehr wenige Parkmöglichkeiten in der Altstadt
- Wasserlage: Anleger für Fahrgastschiffe
- kein Fahrradverkehr in der Innenstadt
- sehr wenig Radabstellplätze in der Altstadt

POTENTIAL:

Alleinstellungsmerkmal als größte Fußgängerzone Berlins

Stadtbild

+

- Fußgängerzone
- Straßenstruktur ist mittelalterlich geblieben: Häuser/Fassaden unterschiedlicher Jahrhunderte, Gotisches Haus: älteste erhaltener Profanbau Berlins, Marienkirche Berlins zweitälteste katholische Kirche, Batardeau am Mühlengraben, Zitadelle im Norden
- Altstadtinsel mit Wasserlage

−

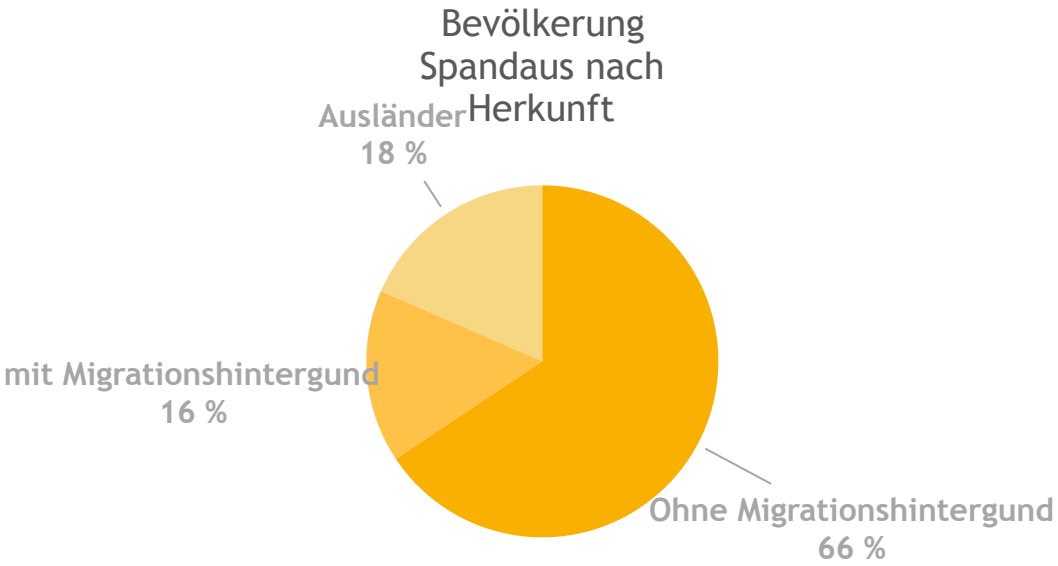
- Mangelnde Sauberkeit,
- Sanierungsbedürftige Fassaden
- Wasserlage zu wenig genutzt
- Zitadelle nicht mit der Altstadt verbunden

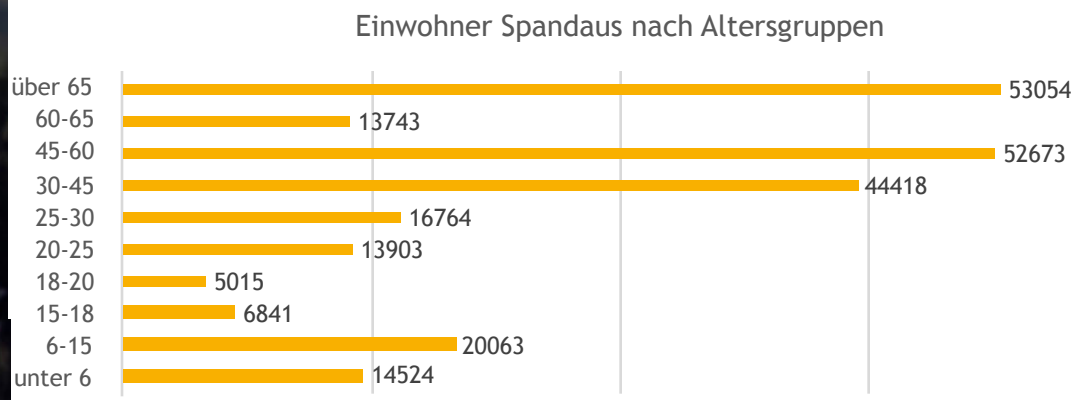
POTENTIAL:

- touristische Anziehungskraft der Altstadt
- Marktplatzflair/Altstadt-Flair – Erhohlungswert
- geeignet für thematische Veranstaltungen

Bevölkerungsstruktur

Basis: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2017





- Einwohneranzahl Spandau: 240998
- Durchschnittsalter: 43,7
- **Laut Hertie-Studie 2014 mit 67% die meisten Ur-Berliner**
- Einwohnerzahl Ortsteil Zentrum Spandau: 39067
- Hauptzentrum Spandau: durchschnittlich jünger als im restlichen Bezirk
- höhere Arbeitslosigkeit zeigt sich im Stadtbild

POTENTIAL:

- „berliner“ Flair, authentisch, original, multikulturell
- Ur-Berlin / Alleinstellung

Kultur in der Altstadt

POTENTIAL:

- Kulturstandpunkt Altstadt-Spandau
- Historische Besonderheit (mit Ergänzungsmöglichkeit Zitadelle)

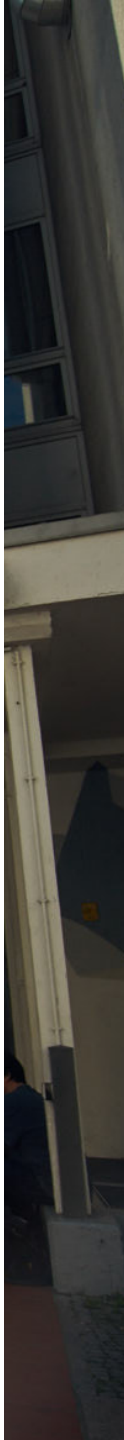
+

Großes Angebot:

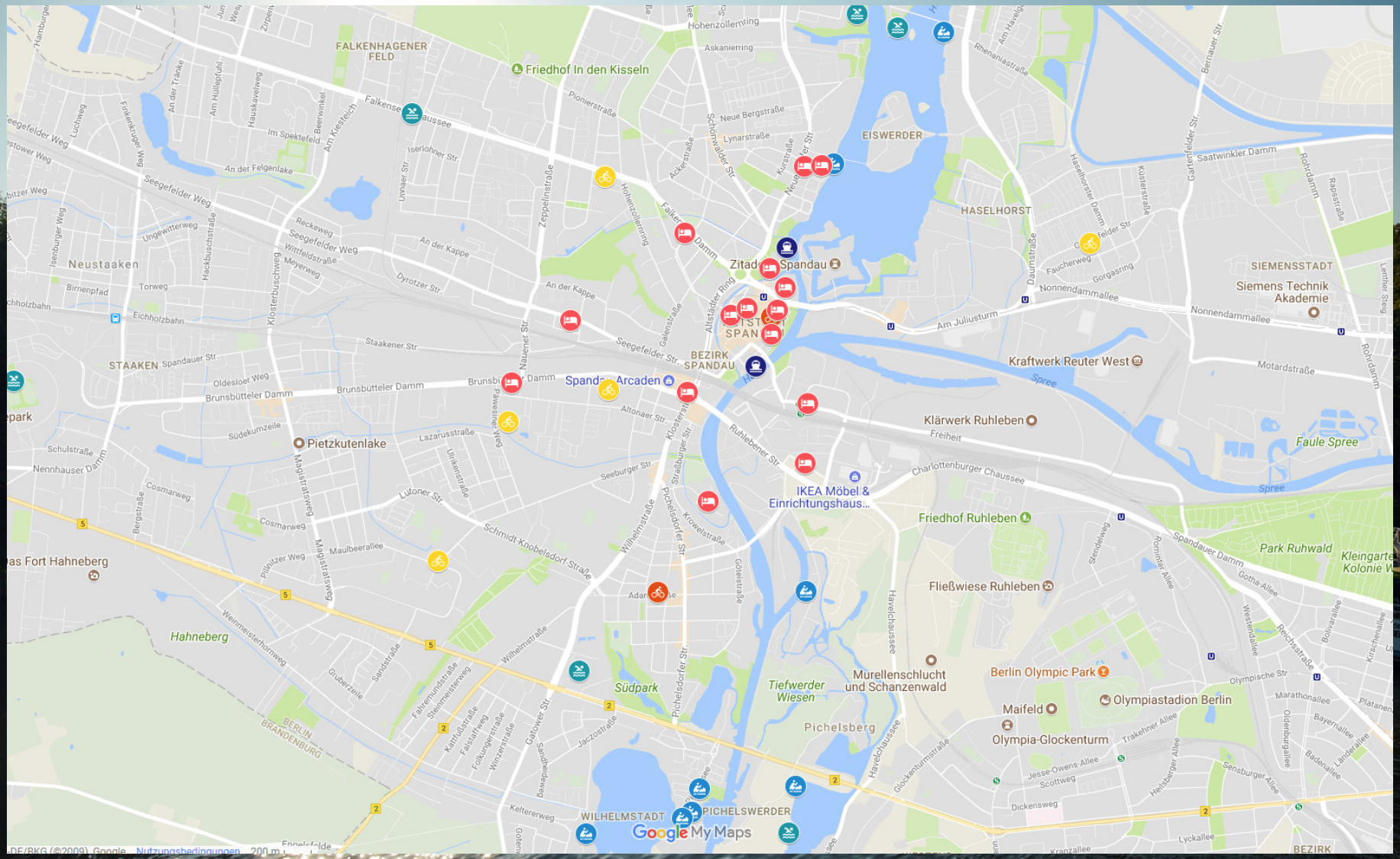
- 3 Kinos: Kino im Kulturhaus Spandau; Cineplex Spandau, Open Air Kino Spandau
- Theater: Volkstheater Varianta, Theatersaal im Kulturhaus (Magma-Theater, Theater Elektra)
- Galerien: Kommunale Galerie im historischen Gewölbekeller, Galerie im Kulturhaus Spandau, Kunstremise Spandau, Galerie Spandow
- Museen: Spandovia Sacra, Gotisches Haus, Anker Steinbaukästen im Gotischen Haus, Batardeau am Mühlengraben usw.
- Historisches Stadtbild: St. Marienkirche, gotisches Haus, gotische Backsteinkirche St. Nikolai und Zitadelle - Führung durch die Zitadelle und die Altstadt, Nachtwächterrundgänge

−

- Keine Leuchttürme
- Zitadelle als abendlicher Veranstaltungsort- Zugang nicht über Altstadt - zieht Besucher aus der Altstadt



Tourismus in der Altstadt



Tourismus in der Altstadt

+

- 3 Kinos, davon ein Open-Air-Kino
- vielseitige Veranstaltungen/ Events

- Wassertourismus:
- Wasserlage
- Schiffsanleger am Lindenufer: Schifffahren nach Brandenburg und Zentrum
- Knotenpunkt zu wassertouristischen Zentren im Norden und Süden mit vielen Bootsausleihen und Badestellen, Anschluss ans Zentrum

- Radtourismus:
- Ausleihmöglichkeit in der Touristinfo
- Knotenpunkt: Havelradweg, Umgebung: Spandauer Forst sowie nach Brandenburg

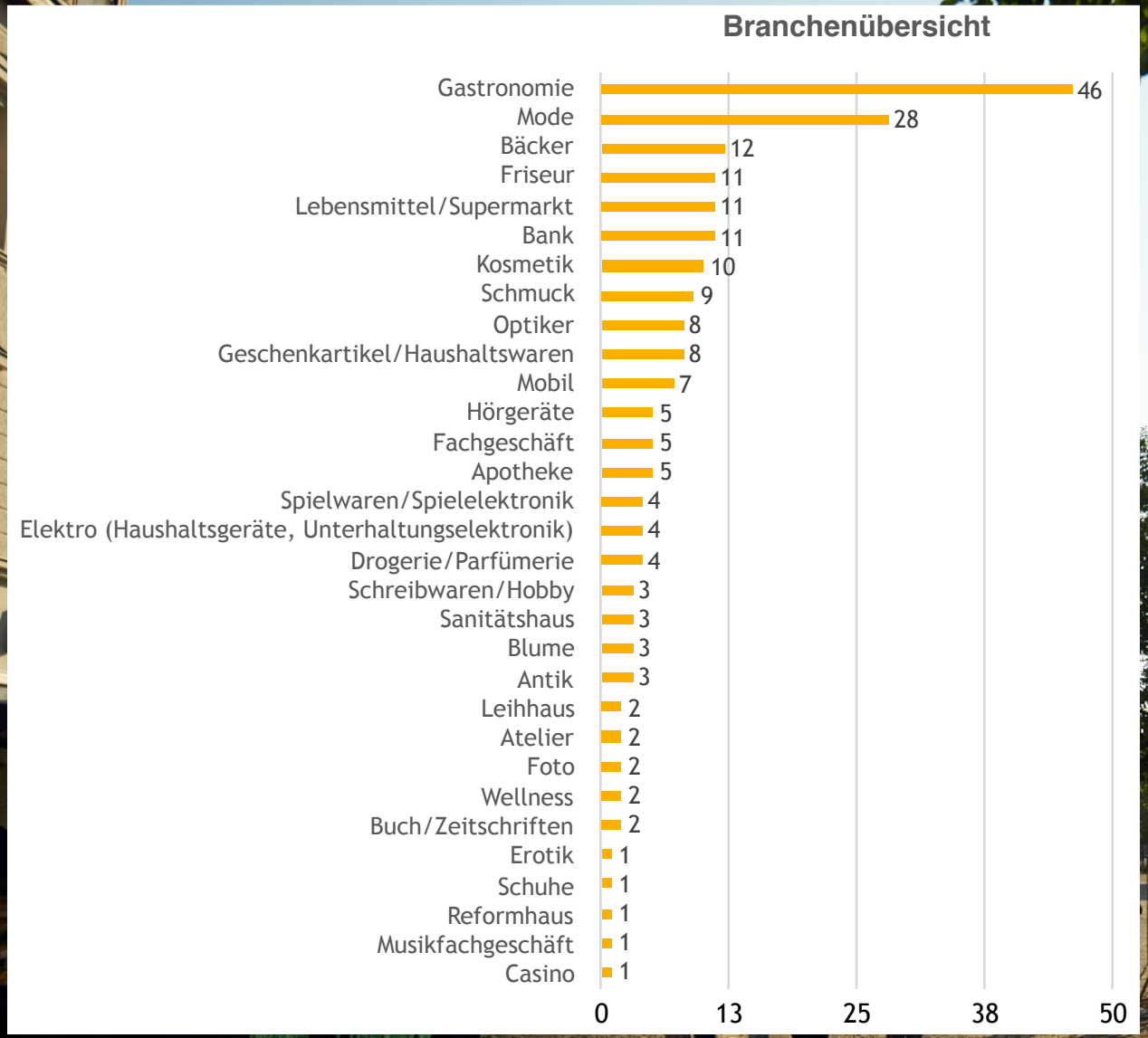
−

- keine anderen Freizeit-/Unterhaltungs-möglichkeiten (etwa Bowling etc.)

- Wassertourismus:
- kaum Anschluss am Wassertourismus
- Keinen Bootsausleih
- Wenig gastronomische Bebauung der Ufer
- Wasserlage im Stadtbild wenig Bedeutung

- Radtourismus:
- Fußgängerzone: Radverkehr stark eingeschränkt
- Sehr wenig Radabstellmöglichkeiten
- Überwiegend Kopfsteinpflaster
- Neben Touristinfo wenig Radservicestationen und Verleih

Händlerstruktur – Branchen

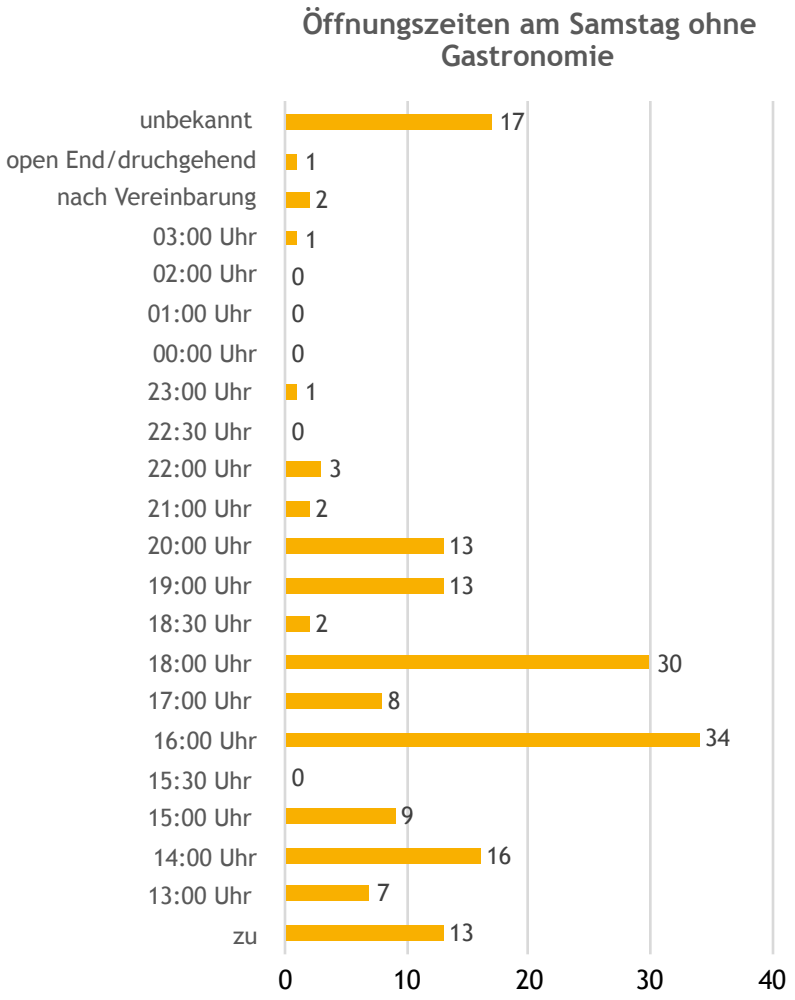


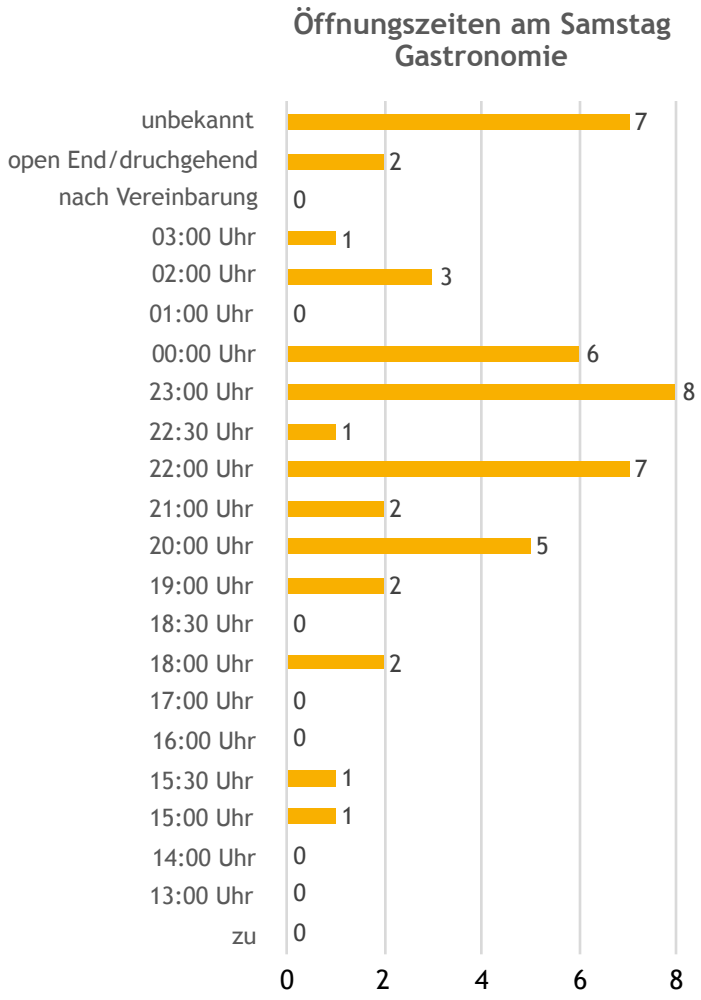
- Branchenvielfalt
- viele Familien- und Privatbetriebe
- großes Angebot an Baby-und Kinderbedarf
- spezialisierte Fachgeschäfte und Antikfachgeschäfte
- Spezialisierte Veranstaltungen: etwa Stoffmarkt als Magnet
- Fairtrade und Second-Hand, Antikfachgeschäfte
- Wellness/Kosmetik-Angebot: hohe Konzentration von Nageldesign- , Kosmetik- und Friseur-Angeboten
- Spandauer Arcaden als Magnet (ergänzendes Angebot, Marken-Filialen)

Basis: Gastro Guide 2013, Shopping Guide von 2015 vom Altstadt Management Spandau
Aktualität durch erste Begehung 26.09.2017 (12:00 bis ca. 17:00 Uhr), Ziel: Branchenbestimmung, Öffnungszeiten, Online-Shopping, Qualität

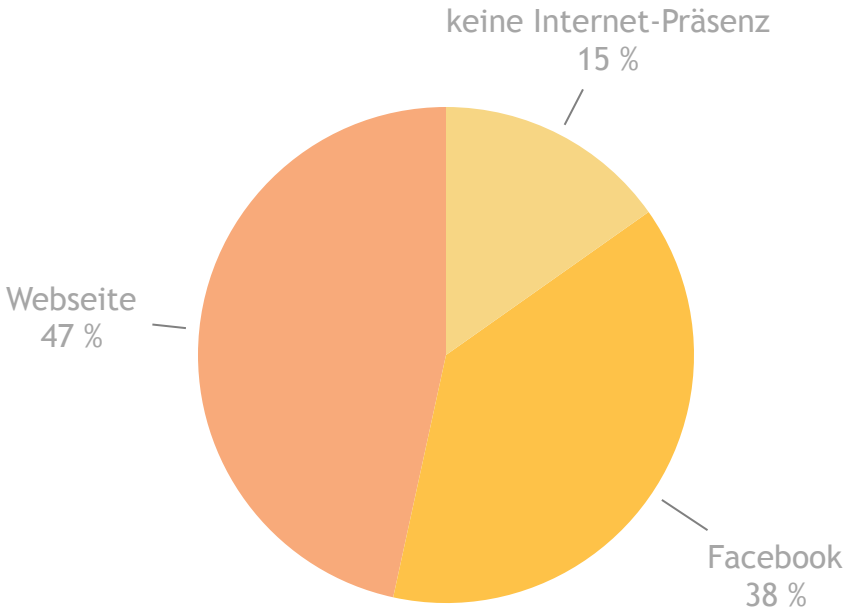
Händlerstruktur – Öffnungszeiten

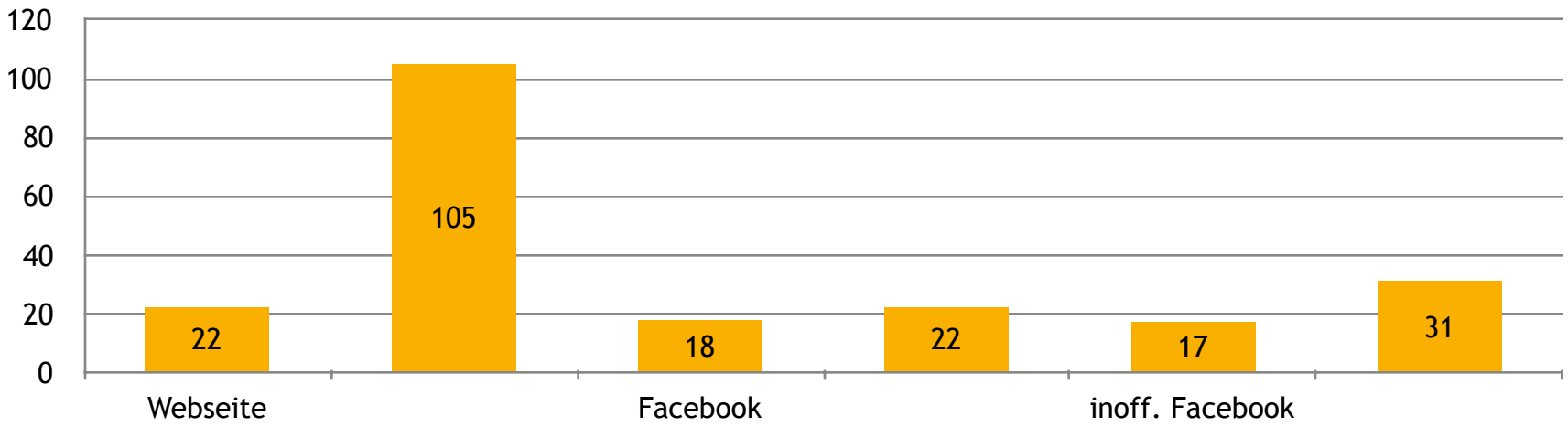
- Wochenende: problematische Öffnungszeiten in der Altstadt stehen den überwiegend durchgehenden Öffnungszeiten in den Arcaden bis 21:00 Uhr gegenüber (siehe Grafik)
- Bei längeren Öffnungszeiten handelt es sich oft um einzelne Filialen großer Ketten





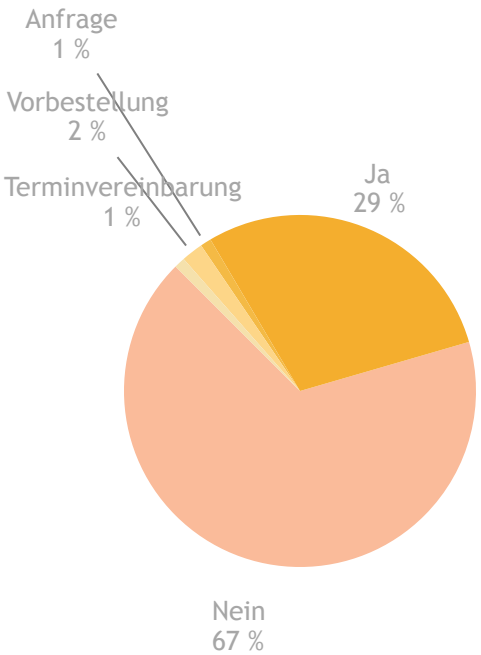
Händlerstruktur – Internetpräsenz



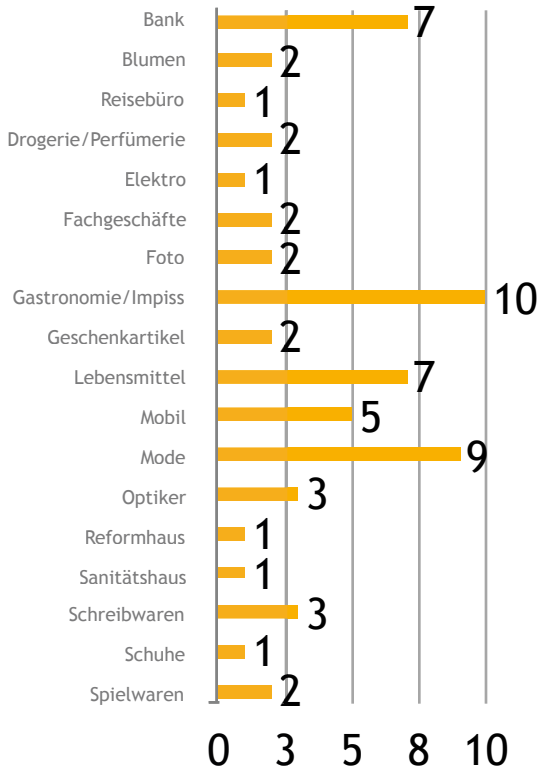


Händlerstruktur – Online-Shopping

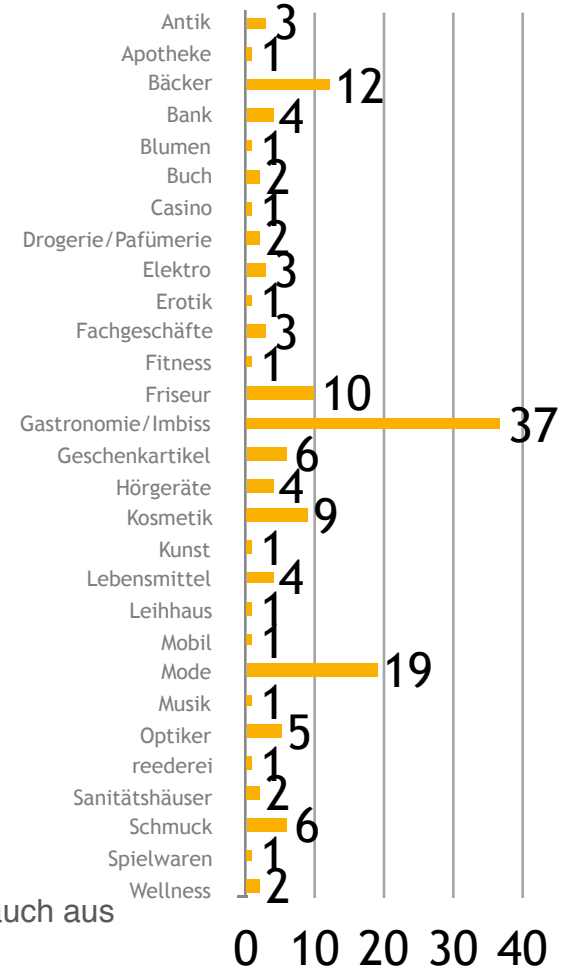
Online-Handel gesamt in der Altstadt Spandau



Branchen mit Online-Angebot



Branchen ohne Online-Angebot



Die hohe Anzahl der Betreiber die keinen Online-Handel bietet, erklärt sich auch aus der Ursache, dass es sich hierbei oft um Gastronomen handelt, oder um Dienstleistungsanbieter wie Optiker, Frisöre oder Kosmetik-Anbieter und Bäcker.

Marketingaktivitäten – Internetauftritte

+

- Hohe Anzahl der Webpräsenzen für ganz Spandau
- Ausführliche touristische Informationen
- News
- Möglichkeiten des Downloads einzelner Broschüren
- Social-Media-Kanäle einzelner Akteure informieren über Geschehnisse in der Altstadt und im Bezirk
- Spandauer Arcaden als Magnet im Social Web (fb, Instagram, App)

–

- Verwirrung durch zu viele Anbieter/ Internetpräsenzen
- Keine zusammenfassende Präsenz nur für die Altstadt: touristische Informationen und Händlerübersicht auf unterschiedlichen Websiten verteilt
- Broschüren nur bei den einzelnen Herausgebern zum Download zur Verfügung
- Social-Media Profile der einzelnen Akteure konzentrieren sich auf deren Aktivitäten und Veranstaltungen und News
- Einzelhandel und deren Produkte wenig integriert

Website

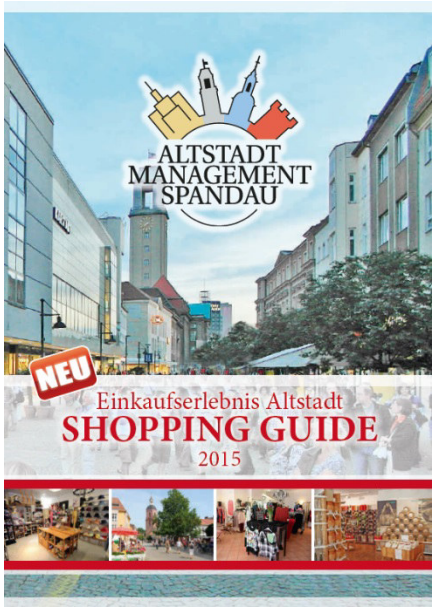
www.unterwegs-in-spandau.de > ganz Spandau, Ralf Salecker)
www.spandau-tourist-info.de > ganz Spandau, Ralf Salecker)
www.partner-fuer-spandau.de > ganz Spandau, Partner für Spandau
www.ag-altstadt-spandau.de > Altstadt, Altstadt Spandau e.V.
www.altstadtmanagement-spandau.de > Altstadt, Altstadt Spandau e.V

Social Media

www.facebook.com/altstadtmanagementspandau > Altstadtmanagement Spandau
www.facebook.com/Partner-f%C3%BCr-Spandau-Gesellschaft-f%C3%BCr-Bezirksmarketing-mbH-130917636989124/?ref=py_c > Partner für Spandau
www.facebook.com/Unterwegs.in.Spandau/?ref=py_c > Ralf Salecker
www.facebook.com/Ir.Waldorf/?ref=br_rs

Händlerstruktur – Printmedien

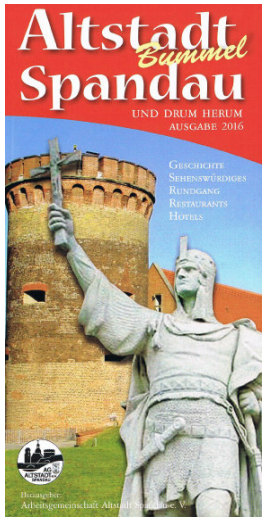
Herausgeber: Wirtschaftsförderung des Bezirksamts Spandau Realisierung: Altstadtmanagement Spandau



Händlerstruktur – Printmedien

Herausgeber:
Partner für Spandau

Herausgeber:
Arbeitsgemeinschaft
Altstadt Spandau e.V.



Herausgeber:
Vereinigung Wirtschaftshof
Spandau e.V.

+

- *große Anzahl kostenlos verfügbarer Broschüren/ Flyer über Altstadt, Sehenswürdigkeiten,einzelner Anbieter, einzelner Akteure*
- *themenspezialisiert: einzelne Anbieter, Stadtfeste, Altstadtbummel, Veranstaltungs-kalender*
- *Shopping-Guide, Gastro-Guide*

–

- *teilweise vergriffen*
- *teilweise fehlende Aktualität*
- *keine zusammenfassende Broschüre: Informationen müssen einzeln zusammengeglaubt werden*
- *unterschiedliche Anbieter und unterschiedliches Design*

Händlerstruktur – Printmedien

+

- Große Anzahl von Veranstaltungen: die Altstadt wird regelmäßig bespielt
- Verschiedene Zielgruppen werden angesprochen
- Besucher-Magneten wie der Stoffmarkt
- Veranstaltungen werden durchschnittlich mit gut und sehr gut bewertet
- Kooperation mit anderen Regionen

–

- geringe Integration der Spandauer Arcaden
- Konzentration auf dem Marktplatz
- geringe Integration der ansässigen Gewerbetreibenden

POTENTIAL:

- Leuchtturm-Funktion
- Möglichkeiten der Integration der Gewerbebetreibenden
- Partizipation der Besucher

Kernzielgruppen Spandau-Zentrum

bewusste Genießer
(konservativ etabliertes Milieu, Liberal-intellektuelles Milieu, Sozialökologisches Milieu)

- nicht konsumorientiert, ökologisches Bewusstsein
- Interessen: Kultur (Theater, Kunst, Museum), Genuss-Gastronomie, aktiv (in der Natur)
- Potenzial: Kulturangebote und Stadtbild, Antik- und Fachgeschäfte, Feinkostangebote, Veranstaltungen und Märkte wie Stoffmarkt, Schifffahrt

Freizeit-Shopper
(Expeditives Milieu, Adaptiv-pragmatisches Milieu)

- Shopping als Unterhaltung, spontaner Konsum, mobil vernetzt
- Interessen: Ausgehen, Unterhaltung und Spaß, aktiv (in der Natur)
- Potenzial: Spandau Arcaden, gastronomische Angebote, Unterhaltungskultur, Kosmetikangebote

junge Familien
(Sozialökologisches Milieu, Adaptiv-pragmatisches Milieu, bürgerliche Mitte)

- Balance, Geborgenheit, Genuss, überwiegend bewusster Konsum
- Interessen: Zeit mit Freunden und der Familie,
- Potenzial: Fußgängerzone, Kinder- und Familienangebote, Veranstaltungen (Kinderfeste), Wasserlage

aktive Entdecker
(Liberal-intellektuelles Milieu, Sozialökologisches Milieu, bürgerliche Mitte)

- Naturliebhaber, Kurzreisen, bewusster Konsum
- Interessen: Aktiv in der Natur, Kulturangebote, Geschichte,
- Potenzial: Rastplatz Altstadt, Gastronomie, Kultur und Stadtbild, Beherbergung, Veranstaltungen

Wettbewerb

Alleinstellung

3 Phase

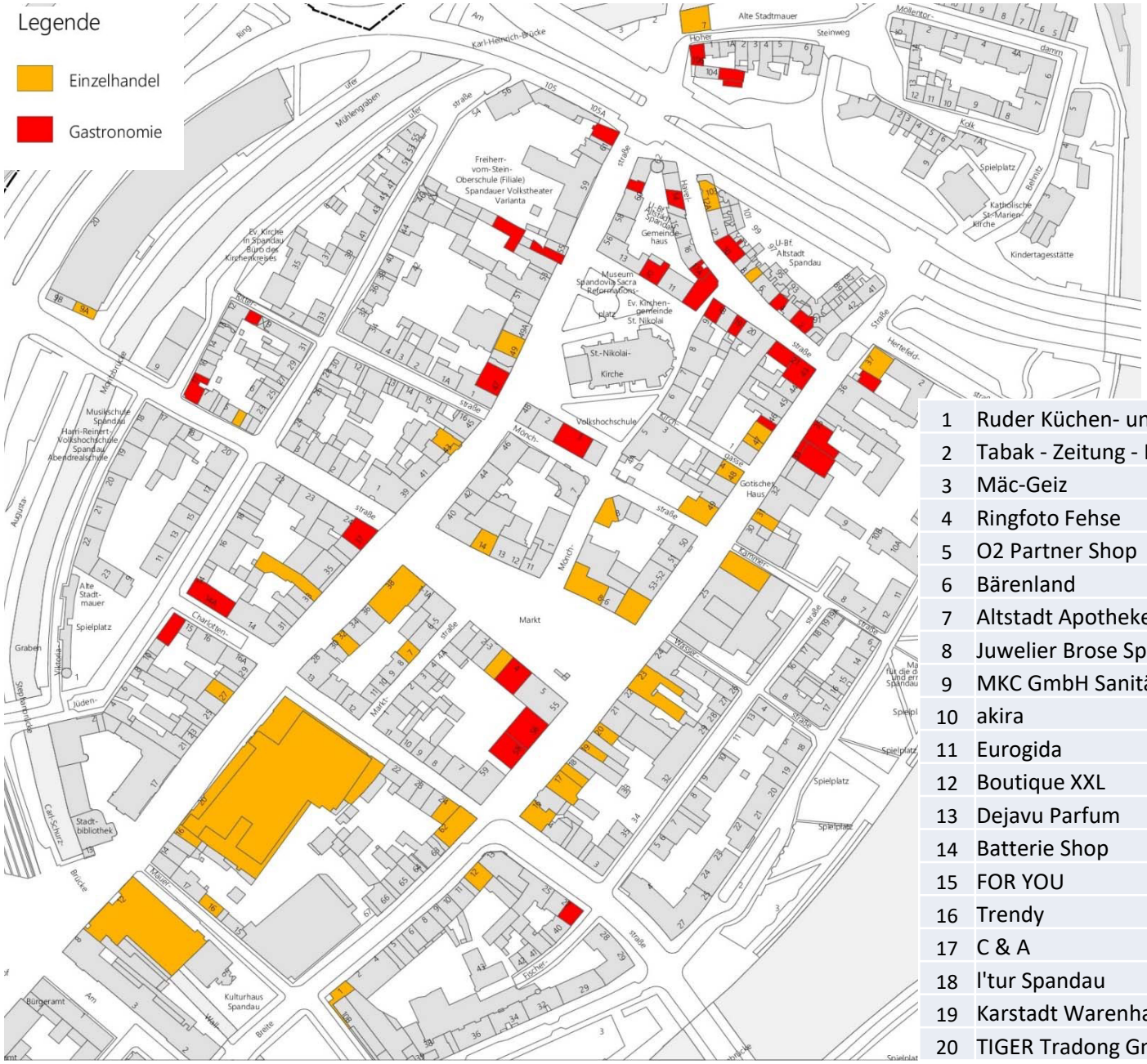
Handlungsempfehlungen

merci®

2. Auswertung verkaufsoffener Sonntag und Terminierung 2018

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Teilnehmende Geschäfte am verkaufsoffenen, Sonntag, 22. Oktober 2017



1	Ruder Küchen- und Hausgeräte	21	Liberty Damenmode
2	Tabak - Zeitung - Handyladen	22	Hussel
3	Mäc-Geiz	23	Picaldi Spandau
4	Ringfoto Fehse	24	Pfennigland GmbH
5	O2 Partner Shop	25	Grüne Lunge
6	Bärenland	26	Sunshine Fashion
7	Altstadt Apotheke Spandau	27	TeeKult
8	Juwelier Brose Spandau	28	Schuhhaus Ega GmbH
9	MKC GmbH Sanitätshaus	29	Sanitätshaus Seeger
10	akira	30	Takko
11	Eurogida	31	WOOLWORTH
12	Boutique XXL	32	Rossmann
13	Dejavu Parfum	33	Jeans und Wind am Markt
14	Batterie Shop	34	Elektrohaus am Markt
15	FOR YOU	35	LAYAL SHOP / Tip Top
16	Trendy	36	Moda Milano
17	C & A	37	IT-Allroundservice
18	l'tur Spandau	38	Blumenhaus am Markt
19	Karstadt Warenhaus GmbH	39	Donna Contenta
20	TIGER Tradong GmbH		

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

6

Persönliche Ansprache Altstadtmanagement

22. Oktober 2017 |ca. 14.00 Uhr

Bärenland / Schuhhaus EGA / Liberty: sehr gute Resonanz

Grüne Lunge: zufriedenstellend

Jeans & Wind / For You / Abis Jeans / Batterie Shop: kaum Kundschaft

Delavie-Parfüm: nicht viele Kunden im Geschäft, Erfahrung vom letzten Mal: eher zum Schluss hin Kunden da

Hobbyshop Rüther: Geschäft nicht geöffnet, jedoch interessierte Kunden vor dem Geschäft

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Verteilung Fragebogen

Verkaufsoffener Sonntag am 22. Oktober 2017 anlässlich des Holländischen Stoffmarkts

Hat sich der verkaufsoffene Sonntag umsatzmäßig für Sie gelohnt?

☐ ja ☐ nein

Hat sich die Verbindung mit dem Holländischen Stoffmarkt spürbar in der Kundenfrequenz niedergeschlagen?

☐ ja ☐ nein

Haben Sie ein spezielles Angebot im Rahmen der Öffnung bereitgehalten?

☐ ja ☐ nein

Haben Sie im Vorfeld Ihre Kunden auf den verkaufsoffenen Sonntag hingewiesen?

☐ ja ☐ nein

Wenn ja, wie?

☐ Einladung an Stammkunden

☐ Im Gespräch

Sonstiges: _____

Können Sie sich vorstellen am 25. März 2018, wenn der Holländische Stoffmarkt erneut in der Altstadt gastiert, Ihr Geschäft zu öffnen?

☐ ja ☐ nein

Um den verkaufsoffenen Sonntag innerhalb Berlins und Umgebung zu bewerben, sollen auf Wunsch des Runden Tisch Gewerbes verstärkt Werbemaßnahmen betrieben werden.

Wären Sie bereit, dafür bei anderen Gewerbetreibenden zu werben?

☐ ja ☐ nein

Wenn ja, bei wem?

_____

Wären Sie bereit sich finanziell an einer gemeinsamen Werbemaßnahme für den verkaufsoffenen Sonntag zu beteiligen?

☐ ja ☐ nein

Wenn ja: in welcher Höhe? _____

Welche Variante würden Sie bevorzugen?

☐ Plakatwerbung über „Die Draußenwerber“

☐ Radiowerbung

☐ Werbung über das Berliner Fenster (U-Bahnwerbung)

☐ Anzeigenschaltung in Printmedien

☐ Sonstiges: _____

Wie bewerten Sie den Verlauf des verkaufsoffenen Sonntags insgesamt?

_____

_____

_____

Anmerkungen / Wünsche:

_____

_____

_____

Angaben zur Verkaufsstelle

Name des Unternehmens: _____

Ansprechpartner: _____

Anschrift: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Auswertung Fragebogen

Rücklauf: 4 Fragebögen

TeeKult und Donna Contenta: Sonntag hat sich gelohnt (Umsatz und Kundenfrequenz), Hinweis auf Sonntagsöffnung im Kundengespräch und Aushang im Geschäft, Interesse an weiteren Terminen in 2018, Bereitschaft zur Finanzierung einer Werbemaßnahme

C&A: Sonntagsöffnung hat sich gelohnt (besser als "Havelfest" oder "Weinfest„), mehr Besucher und Umsatz als ein ähnlich gelagerter Termin in 2016 anlässlich des "Lichterfestes„, wahrscheinliche Öffnung an den beiden Stoffmarktterminen in 2018

Sunshine Fashion: Sonntag hat sich nicht gelohnt, kaum Aktivität in der Charlottenstraße, Hinweis auf Sonntagsöffnung im Gespräch sowie Einladung von Stammkunden, Interesse an weiteren Terminen in 2018, keine Bereitschaft zur Finanzierung einer Werbemaßnahme

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Weitere Rückmeldungen

Schuhhaus EGA: zweitbester verkaufsoffener Sonntag im Jahr

Blumeninsel am Parkhaus: Sonntag immer offen, keine nennenswerten Unterschiede

Foto Fehse: kaum Kunden im Geschäft, kaum Umsatz, Werbemaßnahme hat sich nicht ausgezahlt

Hussel und Ruder Küchen und Hausgeräte: keine Kunden im Geschäft

Seeger: nur ein Kunde im Geschäft

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Terminierung 2018

Termine Holländischer Stoffmarkt: 25.03.2018 und **14.10.2018**

Termine Berliner Senat

– Neuerung in 2018: Festlegung der Sonntagsöffnungstermine in zwei Teilen

Voraussichtliche Termine im 1. Halbjahr 2018*:

28. Januar 2018 (Grüne Woche)
25. Februar 2018 (Berlinale)
11. März 2018 (ITB)
* Angaben ohne Gewähr

Bekanntgabe Termine im 2. Halbjahr 2018:

– bis spätestens Ende 2. Quartal 2018

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

3. Austausch in lockerer Atmosphäre

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Kassenprüfung und Kassenführung im Fokus der Digitalen Betriebsprüfung

Vortrag am Dienstag, 21. November 2017 | 19:00 bis 21:00 Uhr | Seniorenklub am Lindenufer

- Unternehmen in Deutschland sind dazu verpflichtet, steuerrelevante Daten maschinell auswertbar zu archivieren und zugänglich zu machen
- Finanzverwaltung richtet bei Betriebsprüfungen aktuell verstärkt den Fokus auf vorhandene (elektronische) Kassensysteme
- zum 31.12.2016 lief eine Übergangsfrist ab, in der seit 2010 elektronische Registrierkassen um- oder aufgerüstet (hätten) werden müssen

- Vortrag klärt u.a. folgende Fragen:
  - Welche Kassensysteme gibt es?
  - Welche Anforderungen werden seit dem 01.01.2017 an die Kassenführung gestellt?
  - Welche Bedeutung hat dies für die digitale Betriebsprüfung?

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

3. Altstadtplenum

Donnerstag, 30. November 2017 | 18:30 bis 21:00 Uhr | Galerie im Kulturhaus Spandau

Themen:

- Rückblick 2017
- Vorstellung des fertiggestellten Gestaltungshandbuches
- Zwischenstand Rahmen-konzeption Neugestaltung Fußgängerzone und Stadtplätze
- Ausblick auf die Themenschwerpunkte 2018

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Termine Runder Tische Gewerbe 2018

1. Runder Tisch Gewerbe 2018: **Donnerstag, 25. Januar**
2. Runder Tisch Gewerbe 2018: **Montag, 09. April**
3. Runder Tisch Gewerbe 2018: **Montag, 25. Juni**
4. Runder Tisch Gewerbe 2018: **Montag, 03. September**
5. Runder Tisch Gewerbe 2018: **Montag, 05. November 2017**

© Wunderlich Stadtentwicklung Berlin GmbH

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Altstadtmanagement Spandau
Mönchstraße 8
13597 Berlin
030 / 35 10 22 70
info@altstadtmanagement-spandau.de

altstadtmanagement-spandau.de