

PROTOKOLL

6. Gastronomietreffen

Termin:	Mittwoch, 28. August 2019, 10.00 - 11:30 Uhr
Ort:	Weinstuben im Kolk, Hoher Steinweg 5
Teilnehmer:	Herr Sellerie, Wirtschaftsförderung Herr Jahn, Wirtschaftsförderung Frau Harrmann, Altstadtmanagement Herr Wurst, Altstadtmanagement Herr Dettmann, Partner für Spandau Frau Urvat, Zur Altstadt Herr Shefki, Weinstuben im Kolk Herr Höhn, Florida Eis
Neuaufgabe Gastroguide Altstadt Spandau: <p>Der im Jahr 2018 neu aufgelegte Gastroguide Altstadt Spandau wurde aufgrund der großen Nachfrage bereits in 2. Auflage nachgedruckt und ist aktuell wieder vergriffen. Aufgrund der durchgehend positiven Rückmeldungen ist eine Weiterführung dieses Printmediums geplant. In Anlehnung an das 2017 im Rahmen des Förderprogramms „Städtebaulicher Denkmalschutz“ erarbeitete Marketingkonzept, werden zukünftig alle Produkte in einem einheitlich Corporate Design gestaltet werden. Zielstellung ist ein einheitlicher Außenauftritt der Altstadt Spandau sowie ein erhöhter Wiedererkennungswert der unterschiedlichen Printprodukte (Flyer, Broschüren, Plakate etc.), welche gezielt zur Standortvermarktung der Altstadt eingesetzt werden sollen. Parallel erfolgt die Neuaufgabe des Shoppingguides Altstadt Spandau aus dem Jahr 2015, der ebenfalls im Corporate Design des Marketingkonzepts erstellt wird. Hierzu wurde aus dem Runden Tisch Gewerbe heraus eine AG Shoppingguide ins Leben gerufen, welche die Neuaufgabe des Shoppingguides in Zusammenarbeit mit dem Altstadtmanagement und der Wirtschaftsförderung begleitet. Für die unterschiedlichen Themenbereiche legt das Marketingkonzept unterschiedliche Farbfelder fest: Handel (gelb/orange), Dienstleistung (blau), Gastronomie (grün) und Veranstaltungen (magenta/rot).</p> <p>Frau Harrmann und Herr Wurst vom Altstadtmanagement stellen den ersten Layoutaufschlag des neuen Gastroguides vor (dieser befindet sich im Anhang des Protokolls) und diskutieren diesen im Anschluss mit den anwesenden Teilnehmern. Zudem wird kurz der bereits mit der AG Shoppingguide abgestimmte Layoutentwurf zum neuen Shoppingguide präsentiert, um den Zusammenhang der unterschiedlichen Produkte und Farbwelten im Rahmen des gemeinsamen Marketingkonzeptes zu verdeutlichen.</p> <p>Für die Neuaufgabe des Gastroguides im neuen Design des Marketingkonzepts wird sich auf die nachfolgenden Punkte geeinigt. Zudem sollen wieder drei Produkte (Broschüre, Faltplan sowie Abreißblock für die Hotels) angefertigt und gedruckt werden.</p> <p><u>Broschüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none">– die Broschüre wird - angelehnt an den Entwurf zum Shoppingguide - im Format DIN lang gestaltet sein– pro Seite wird eine gastronomische Einrichtung mit den Kontaktdaten, max. 5 Stichpunkten (einzeilig) sowie ansprechenden Fotos präsentiert	

- für die Anfertigung der Fotos wird erneut ein professioneller Fotograf beauftragt, der ein Foto von außen sowie ein Detailfoto (bspw. von innen, einer Spezialität, dem Team etc.) anfertigen wird
- auf zwei Seiten werden zusätzlich die in der Altstadt jährlich stattfindenden Veranstaltungen dargestellt
- ein ausklappbarer Plan am Ende der Broschüre verortet neben den Parkmöglichkeiten und der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV die im Gastroguide mit einem Einzelauftritt vertretenen Gastronomen
- auf der Rückseite des Plans werden touristische Highlights der Altstadt dargestellt

Faltplan

- der Faltplan ist durch seine Kompaktheit und der ansprechenden Form unter den Besuchern der Altstadt sehr beliebt
- das Layout wird auch hier – ebenso wie beim Abreißblock für die Hotels - an das Marketingkonzept angepasst

finanzielle Beteiligung:

- die Teilnehmer einigen sich – anders als bei den Vorgängerprodukten - auf eine Eigenbeteiligung von min. 150 €, wenn ein Gastronom mit einer eigenen Seite im Gastroguide vertreten sein will
- wer sich finanziell nicht beteiligen möchte, wird am Ende des Gastroguides lediglich mit Namen und der Adresse aufgelistet

allgemein:

- die Ausschreibung für den Fotografen wird zeitnah erfolgen, damit noch vor dem Winter ansprechende Außenfotos erstellt werden können
- Herr Höhn bietet Unterstützung bei Druck und Verteilung an und bringt weitere Vorschläge, um die Produktpalette und die Reichweite zu erhöhen: ein Gutscheinsystem, einen gemeinsamen Instagram Auftritt oder ein Gastroquartett
- über weitere Produkte kann entschieden werden, wenn der neue Gastroguide fertig gestellt worden ist

Das AMS nimmt die Anmerkungen auf und wird weiter an der Neuauflage des Gastroguides arbeiten. Zeitgleich beginnt die Abfrage bei den Gastronomen hinsichtlich des Interesses, im neuen Gastroguide mit einem Einzelauftritt vertreten zu sein bzw. sich finanziell daran zu beteiligen.