

PROTOKOLL

Vorstellung Marketingkonzept Altstadt Spandau

Termin:	Dienstag, 07. September 2021, 19-21 Uhr
Ort:	Zitadelle Spandau, Gotischer Saal
Teilnehmer:	<p>Herr Hanke, Wirtschaftsstadtrat Herr Sellerie, Wirtschaftsförderung Spandau Herr Jahn, Wirtschaftsförderung Spandau Frau Schwaier, Wirtschaftsförderung Spandau Frau Friedrich, Wirtschaftsförderung Spandau Herr Wunderlich, Altstadtmanagement Spandau Frau Harrmann, Altstadtmanagement Spandau Herr Spatz, Altstadtmanagement Spandau Herr Dabbert, GRACO Frau Zant, GRACO Frau Albrecht, GRACO Frau Berndt, GRACO Herr Ehrlich, GRACO Herr Lindenberg, GRACO</p> <p>Herr Ahlefeld, Spandau Arcaden Herr Galipp, Schuhhaus EGA, Vereinigung Wirtschaftshof Spandau Herr Ünlü, Batterieshop Herr Öztürk, Batterie Shop Herr Dogan, Reisebüro Look your travel Herr Kaunitz, Ruder Küchen Frau Gutschmidt, Zeeman Frau Hohmann, Zeeman Herr Siefert, Holsteiner RäucherKate Herr und Frau Nitschke, Bärenland Herr Barnikel, Optiker Barnikel Frau Germershausen, Juwelier Brose Frau Heinrich, Brautatelier Heinrich Frau Rödiger, Konditorei Fester Herr Ibraimi, Trattoria Riposo Frau Lolei, Trattoria Riposo Herr Smolik, Café Lutetia Herr Örüng, Café Lutetia Herr Dudic, Restaurant Alt Spandau Herr Dettmann, Partner für Spandau Herr Jahn Mitglied der Altstadtvertretung Herr Wärk, Mitglied der Altstadtvertretung Frau Schneider, Spandau Heute</p>

Vorstellung Marketingkonzept Altstadt Spandau

Vision & Strategie, Webportal, Kampagnenbausteine

Die Umsetzung des gemeinsamen Marketingkonzeptes für die Altstadt Spandau und die Spandau Arcaden fand im September seinen ersten Höhepunkt mit dem Start des neuen Online-Portals

www.altstadt-spandau.de

Die umfangreiche Webseite bündelt alle Angebote aus der Altstadt und den Arcaden und ist zentrale Anlaufstelle im Netz für Kunden und Gäste.

Seit November 2020 arbeitete ein kreatives Team der Agentur GRACO mit einer engagierten Gruppe von Gewerbetreibenden aus der Altstadt zusammen, um das Zentrum von Spandau aktiv zu bewerben. Das rund 100.000 Euro schwere Projekt umfasst hierbei nicht nur die Webseite, sondern auch weitere Kampagnenbausteine wie eine gezielte Plakatwerbung, Social-Media Kanäle und Printprodukte. Es handelt sich um ein bezirkliches Angebot an die Händlerschaft, Dienstleister und Gastronomen, was es in dieser Form bisher noch nicht gegeben hat, jedoch immer gewünscht war.

Zielstellung ist es die Geschäfte und Angebote in der Altstadt über die Öffnungszeiten hinaus sichtbarer und erfolgreicher zu machen. Die Ankermieter der Altstadt wie auch die Spandau Arcaden sind ebenfalls tatkräftig dabei und stützen das Projekt in Gänze. Das Portal, die dortigen Einträge und die gesamte Plakatkampagne sind für die Gewerbetreibenden der Altstadt komplett kostenlos.

Die Webseite und dazu gehörigen Social-Media-Kanäle leben vom Mitmachen und Mitgestalten. Aufgabe der zu gründenden Werbegemeinschaft wird es daher sein, das Portal zukünftig zu bespielen und mit Leben zu füllen. Hierfür wird den Akteuren ein entsprechender Handwerkskoffer an die Hand gegeben. Auch Gewerbetreibende, die bisher online nicht sichtbar waren, erhalten nun die einmalige Chance sich und ihre Angebote im Netz zu präsentieren.

Webseite

Ziel der Programmierung ist ein einfaches Bedienen der Webseite. Insgesamt gibt es fünf Kategorien - Shopping, Kultur, Essen und Trinken, Handwerk und Dienstleistung sowie Gesundheit - denen entsprechende Farben sowie ein Tier zugeordnet sind. Für einen Wiedererkennungswert zieht sich das Farbschema durch die gesamte Webseite. Die gewählten Bilder sollen Emotionen hervorrufen, alle Altersgruppen ansprechen und dazu einladen, die einzelnen Kategorien zu erkunden.

Jede Kategorie ist von der Struktur her gleich aufgebaut. Bei der Kategorie Kultur ist zusätzlich ein Veranstaltungskalender hinterlegt. Hier können eigene Veranstaltungen eingefügt werden. Zugleich besteht für den User die Möglichkeit, direkt Tickets zu erwerben. Partner für Spandau wird das Portal ebenfalls nutzen um auf seine Veranstaltungen aufmerksam zu machen und für das Zentrum zu werben.

Innerhalb der Kategorien können über eine Suchmaske gezielt Läden, gastronomische Angebote sowie Dienstleistungen recherchiert werden. Dies ist entweder über die Auswahl einer Unterkategorie oder durch das gezielte Eingeben in die Suchmaske möglich. Ein Filter ermöglicht die Auswahl von Shops innerhalb der Altstadt und der Arcaden.

Auf der Entdeckerkarte werden - unterteilt nach Kategorien - die entsprechenden Shops in der Altstadt und in den Arcaden verortet.

Jeder Gewerbetreibender erhält über einen individuellen Händlerzugang die Möglichkeit, seinen Eintrag entsprechend anzupassen und zu bearbeiten sowie Fotos und auch Videos hochzuladen. Wer einen Händlerzugang erhalten möchte, kann sich an das Altstadtmanagement Spandau wenden:

Altstadtmanagement Spandau, Mönchstraße 8

Telefon: 030 / 35 10 22 70, Mail: info@altstadtmanagement-spandau.de

Social-Media-Kanäle

Während die Webseite eher ein passives Medium ist, das durch den User aufgesucht werden muss, bieten Social-Media-Kanäle die Möglichkeit, aktiv an die Öffentlichkeit zu gehen. Zusätzlich zur Webseite wurden zwei Social-Media-Kanäle (Facebook und Instagram) installiert.

www.facebook.com/altstadt.spandau

www.instagram.com/altstadtspandau

Die Kanäle sollen zukünftig durch die Gewerbetreibenden selbst bespielt werden. Hierüber können kleine nachbarschaftliche Angebote sowie die Menschen hinter den Shop aktiv nach außen kommuniziert werden. Die Marke „Altstadt Spandau“ wird somit mit Leben gefüllt und der Wiedererkennungswert erhöht.

Der Gemeinschaft wird ein Handy zur Verfügung gestellt, das alle Apps und Vorlagen enthält, um auf einfache und direkte Weise Content für die Altstadt Spandau und die eigenen Angebote zu erstellen und zu veröffentlichen.

Plakatkampagne

Um das Webportal und die vielfältigen Angebote in der Altstadt bekannt zu machen, ist eine große Plakatkampagne geplant. Diese erstreckt sich vom Ostbahnhof bis nach Rathenow. An 21 Standorten in Berlin und dem Havelland werden 18/1-Plakate (Wahlplakatgröße) auf das Spandauer Zentrum und die Website aufmerksam machen. Nach den Wahlen und den Ferien wird die Kampagne Ende Oktober an 11 Tagen an hochfrequentierten Standorten zu sehen sein. Die Motive können dem Anhang des Protokolls entnommen werden.

Workshops

Zur Unterstützung wird es begleitend Workshops geben, in denen die Tools und die Möglichkeiten der Anwendung (Webseite und Social-Media) gezielt und beispielhaft vorgestellt werden. Diese werden von der bezirklichen Wirtschaftsförderung gemeinsam mit dem Altstadtmanagement vorbereitet und durch einen externen Anbieter durchgeführt. Die Workshops stehen allen Händlern, Gastronomen und Dienstleistern der Altstadt kostenfrei zur Verfügung. Eine entsprechende Einladung wird zeitnah durch das Altstadtmanagement versandt.

Rückfragen aus dem Publikum

Herr Galipp, Schuhhaus EGA:

Warum wurde keine App fürs Smartphone entwickelt?

In einem ersten Schritt wurde zunächst die Webseite ins Leben gerufen. Diese ist im Vergleich zur App einfacher in der Anwendung, da sie sofort genutzt werden kann. Im Gegensatz dazu muss eine App zunächst auf das Handy geladen werden und benötigt mehr Interesse seitens der User, als sich nur kurz informieren zu wollen. Im weiteren Verlauf kann die Entwicklung einer entsprechenden App ein weiterer Bestandteil der Vermarktung werden. Die noch zu gründende Werbegemeinschaft kann dies bei Bedarf gerne vorantreiben.

Frau Germershausen, Juwelier Brose:

Wofür steht das Eichhörnchen?

Die Farbe Rot steht für das Eichhörnchen und ist an die Farbe der Kategorie Shopping angelehnt. Zudem steht es für die Eigenschaft neugierig zu sein und Neues zu entdecken.

Bei dem einem Plakatmotiv sitzen Kinder auf einem Stein, der in der Altstadt jedoch nicht aufzufinden ist. Dieser wird dann wahrscheinlich gesucht und nicht gefunden werden und zu Enttäuschungen führen.

Um Aufmerksamkeit zu erzielen ist es in der Werbung ein gängiger Weg, Dinge überspitzt darzustellen. Unabhängig davon bietet die Altstadt genügend Angebote für Kinder, so dass die Enttäuschung über den fehlenden Stein nicht zu allzu groß sein wird. Ggf. kann dieser neue Anlaufpunkt das zu installierende Wasserspiel auf dem Markt sein.

Herr Öztürk, Batterieshop:

Wie wird der technische Zugang zur Webseite hergestellt?

Jeder Händler erhält einen eigenen Zugang zur Bearbeitung der Webseite. Hierbei kann jedoch nur der eignen Shop-Beitrag verändert werden. Bei den Inhalten und bspw. der Bild-Gestaltung ist Vielfältigkeit gewünscht.

PROTOKOLL

Vorstellung Marketingkonzept Altstadt Spandau

Frau Heinrich, Brautatelier Heinrich:

Können Videos nur hochgeladen werden, wenn Sie vorab auf Youtube eingestellt worden sind?

Aktuell wird nur der Videolink auf der Webseite platziert. Das Video selbst muss auf einem externen Portal hochgeladen werden. Die Plattform ist hierbei frei wählbar.

Frau Gutschmidt, Zeeman:

Warum wurde bei den Möglichkeiten der öffentlichen Anreise Potsdam nicht mit erwähnt?

Das kann gerne mit ergänzt werden.

Herr Siefert, Holsteiner Räucherkatze:

Können die Plakate auch für die eigene Werbung genutzt werden?

Ja, dies ist nicht nur vorgesehen, sondern seitens der bezirklichen Wirtschaftsförderung auch ausdrücklich gewollt. Die dazu notwendigen Vorlagen werden den Händlern zu gegebener Zeit kostenlos zur Verfügung gestellt.

Protokoll: Altstadtmanagement Spandau / Kristine Harrmann / 24.09.2021