



# PROTOKOLL

21. RUNDER TISCH GEWERBE  
22.03.2022 / KULTURHAUS SPANDAU

## Anhang

Auszug aus dem Protokoll vom 20. Runder Tisch Gewerbe  
Fotos vom 21. Runder Tisch Gewerbe

<b>Termin</b>	Dienstag, 22. März 2022, 19-21 Uhr
<b>Ort</b>	Galerie im Kulturhaus
<b>Kürzel</b> Dr. CB PS, WiFö CS, WiFö  AW, AMS	<p><b>Teilnehmende:</b></p> <p>Dr. Carola Brückner, Bezirksbürgermeisterin  Patrick Sellerie, Bezirksamt Spandau, Wirtschaftsförderung  Claudia Schwaier, Bezirksamt Spandau, Wirtschaftsförderung  Rick Jahn, Bezirksamt Spandau, Wirtschaftsförderung  Andreas Wunderlich, Altstadtmanagement Spandau  Matthias Spatz, Altstadtmanagement Spandau  Susannah Sundman, Altstadtmanagement Spandau</p> <p>Gudrun Röpke, Karstadt  Gabriele Fliegel, Wirtschaftshof Spandau  Oliver Heuchert, Spandau Arcaden  Matthias Unger, FDP Fraktion Spandau  Sabine Znanewitz, FDP Fraktion Spandau  Heike Urvat, Zur Altstadt  Frau Dr. Moreno, Wellcare  Heike Steinwaller, Ringfoto Fehse  Alexander Harschke, Ringfoto Fehse  Lars Cordes, Lars Cordes Hairdesign  Carsten Heine, Lars Cordes Hairdesign  Hendrik Ruhe, Instinct3 GmbH  Johannes Goerzel, Instinct3 GmbH  Karin Schneider, Spandau Heute  Susanne Zeigert, Sunshine Fashion Boutique  Dieter Buch, Jeans und Wind Markt  Ursula Schmitz, Jeans und Wind Markt  Katja Mielke, Bündnis 90/Grüne  Michael Hesse, BHI Immobilien  Hendrik Prössel-Jürgensen, Reederei Lüdicke  Jack Wagner, Pirates4Mobile  Uwe Montenbroock, Pirates4Mobile  Ansgar Steffen, Weltladen Spandau  Sabine Schmolke, Weltladen Spandau  Julius Siefert, Holsteiner RäucherKate  Bernd Barnikel, Optiker Barnikel  Dragan Mitrovski, Charlotte Café – Bar – Bistro  Katrín, Germershausen, Juwelier Brose  Aina Souhail, Steakeria Satt und Selig  Alexander Galipp, Schuhhaus EGA GmbH  Wolfgang Werner, AfD Fraktion  Sven-Uwe Dettmann, Partner für Spandau GmbH</p>
<b>TOP</b>	<p><b>Tagesordnung</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rückblick und Rückmeldungen zum Kampagnen-Launch</li> <li>2. Vorstellung Eintracht Spandau, Deutscher Vizemeister in E-Sport League of Legends</li> <li>3. Gründung einer Werbegemeinschaft und Umsetzung gemeinsamer Projekte</li> <li>4. Vernetzungsarbeit: Austausch mit dem Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.</li> <li>5. Workshopangebot „Digitalisierung Einzelhandel“</li> <li>6. Verschiedenes</li> </ol>

Person	TOP / Thema
PS, WiFö AW, AMS	PS und AW begrüßen die anwesenden Gewerbetreibenden und übergeben zunächst an die heute ebenfalls anwesende Bezirksbürgermeisterin Frau Dr. Carola Brückner.
Dr. Carola Brückner	<u>Begrüßung durch Bezirksbürgermeisterin Dr. Carola Brückner</u>  Bedankt sich für die Einladung, möchte heute gerne zuhören und alle kennenlernen. Zurzeit großer Fokus auf Hilfe für ukrainische Geflüchtete, vielen Dank an alle Freiwillige & ehrenamtliche Helfende in ganz Berlin, besonders in Spandau. Kleine Außenstelle des Sozialamtes aufgebaut für Hilfestellungen für Geflüchtete (Unterkunft, Medizinische Versorgung, etc.).
<b>EINSTIEG</b>	<b>Abspielen des Imagefilms Altstadt Spandau vor dem Plenum</b>
<b>1.</b>	<b>Rückblick Kampagnenlaunch (weitere Informationen siehe Anhang)</b>
AW, AMS	<p><u>Was ist seit September 2021 passiert?</u></p> <p>Aufwändige Marketingkampagne für das Hauptzentrum Spandaus erstellt, die <b>kostenlos</b> für alle Gewerbetreibenden in der Altstadt und den Arcaden zur Verfügung steht in verschiedenen Formaten: Print, Digital und soziale Medien. Alles ist in intensiver Zusammenarbeit mit aktiven Gewerbetreibenden entstanden!</p> <p><u>Webseite</u> <a href="http://www.altstadt-spandau.de">www.altstadt-spandau.de</a> Mehr Händlerprofile als bei ähnlicher Webseite in Hamburg. Betonung auf der selbständigen Profilierung der Gewerbetreibenden auf der Webseite.</p> <p><u>Plakatkampagne</u> Im Oktober 2021 lief eine 14-tägige Plakatkampagne an 21 hochfrequentierten Standorten in Berlin und Havelland.</p> <p><u>Printprodukte</u> Gastro- &amp; Shopping-Guides mit Selbstdarstellung, abgeleitet von der Onlinedarstellung der Webseite. Die Profile werden eigenständig durch die Gewerbetreibenden erstellt und dabei durch AMS und WiFö beraten. Die Guides werden berlinweit ausgelegt, hoher Wiedererkennungswert wird erwartet.</p> <p><u>Workshopreihe</u> Workshopreihe zum Erlernen der Methoden für das selbständige Bespielen des Portals. Anhand der Menge der Profile sehen wir, dass es gut geklappt hat.</p> <p><u>„Werkzeugkasten“</u> <i>Jetzt ist Eigeninitiative gefragt!</i></p> <p>Bestätigung von Nils Busch-Petersen (Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e. V.), dass es ein beeindruckender Werkzeugkasten ist, den er so in Berlin noch nicht gesehen hat.</p>

PS, WiFö	<p><b>Diskussion/Feedback</b></p> <p>Wir sind gespannt auf Rückmeldungen von Ihnen, haben Sie es benutzt?                  Wenn Nein, warum nicht? Was waren die Rückmeldungen im Geschäft?                  Wir möchten Feedback einsammeln, damit wir das Angebot stärken können!</p> <p><i>Aufruf: Nutzen Sie das Angebot, solange es noch gibt! (AMS wird auslaufen)</i></p>
Herr Barnikel	<p>Groß gemerkt bis jetzt noch nicht viel. Nicht immer eine Person im Laden, die zuständig ist für das Digitale. Findet es aber gut und durchdacht und hofft, dass mehr Menschen es nutzen würden.</p>
Frau Dr. Moreno	<p>Sieht den „Werkzeugkoffer“ als große Chance, sie möchten es gerne nutzen, wusste nur noch nichts vom Angebot. Hat sich kürzlich bewusst dazu entschlossen ihre Praxis vom Prenzlauer Berg nach Spandau zu verlegen.</p>
PS, WiFö	<p>Herzlich Willkommen. Eventuell interessant für Sie sind die Terminbuchungen direkt über die Webseite. Die Webseite bildet auch jene ab, die sonst online gar nicht vertreten sind.</p>
Frau Dr. Moreno	<p>Sehr, sehr gerne. Wir bieten Schulungen für ältere Menschen zum Umgang mit Handys. Gute Ergänzung des Angebotes.</p>
Herr Dettmann	<p>Sehen Sie Veränderungen in den Besucherzahlen in dem Zeitraum nach der Plakatwerbung?</p>
PS, WiFö CS, WiFö	<p>Ja! Allgemeine Nutzung der Webseite ist hoch, wie auch in Verbindung mit Anlässen (Arcaden Geburtstag &amp; Eintracht, hier jeweils etwa 5.000 Zugriffe). Die Webseite hat als Basis ca. 20.000 Zugriffe pro Monat. Beispielung von Frau Schwaier und von den Gewerbetreibenden, aber da ist noch viel Luft nach oben &amp; Raum für persönliches Engagement.</p>
Herr Heuchert, Arcaden	<p>Wichtig, dass auch kleine Betriebe sich mitengagieren für den gemeinsamen Standort, da sich berlinweit vieles am Markt verändert. Die Frequenzen auf der Webpage sollten sich als Frequenzen in den Läden wiederfinden. Symbiose Altstadt und Arcaden, Spandauer Ufer (altes Post-Gelände) wird attraktiv, die Menschen kommen und das ist eine unheimlich große Chance!</p>
AW, AMS	<p>Mit neuem Beitrag auf der Webseite kann ein Reiz ausgelöst werden, von dem alle in der Altstadt durch nachbarschaftliche Effekte profitieren. Man hilft sich selbst und den Nachbarn, indem die Beiträge erstellt und gepflegt werden.</p>

2.	Vorstellung Instinct3, Eintracht Spandau
Herr Ruhe, Instinct3	<p>Möchte sich und die Pläne von Eintracht Spandau vorstellen, weil sie in der Altstadt zunehmend präsent sind. Menschen sollen nicht überrascht sind, wenn man Ihnen begegnen sollte.</p> <p>Maximilian Knabe ist erfolgreicher Influencer („HandOfBlood“ auf YouTube, 2,38 Mio. Abonnenten, aktuell über 2.000 Videos) und dadurch wohlmöglich bekanntester Spandauer.</p> <p>Hendrik Ruhe und Maximilian Knabe sind vor 10 Jahren gemeinsam nach Spandau gezogen, schnell gemerkt, dass der Bezirk nicht viele Angebote für Jugendliche hat. Haben deswegen den Freunden und anderen Menschen Spandau cool geredet und ein Gaming Tool („Straight outta Spandau“) erstellt, um Spandau in den Mittelpunkt zu stellen.</p> <p>Seit 10 Jahren bewerben sie aktiv den Standort Spandau!</p> <p>Instinct 3 ist eine Kreativagentur für digitale Werbung und Marketing im Bereich Gaming und Entertainment (Kunden: u.a. Amazon, Sparkasse, TikTok).</p> <p>Sie sitzen seit Kurzem im ehemaligen Spiele-Max mit ihren 50 -60 Mitarbeitenden und haben für weitere Tätigkeiten eine Holding gegründet, unter anderem für Eintracht Spandau.</p> <p>Eintracht Spandau ist ein 2021 gegründetes Unternehmen, bzw. ein E-Sports Team. Soll die bodenständige Ausstrahlung der „Arbeiterklasse“ ins Digitale reinbringen (in der E-Sports Welt rieche „keiner nach Currywurst“). Seit dem 21.03.2022 ist Eintracht Spandau Deutscher Vizemeister in dem E-Sport „League of Legends“.</p> <p>Großes Phänomen in dem E-Sports-Kosmos, durch den Erfolg viel Aufmerksamkeit in den Medien. Durch die Vizemeisterschaft wird Spandau nun Deutschland im Pendant der Champions-League vertreten. Sind stolz, dies in der ersten Saison erreicht zu haben.</p> <p><u>Wie groß ist der E-Sport in Deutschland?</u></p> <p>Eine „Subkultur“, die genau so viel Leute ins Stadion holt, wie ein Fußballspiel - also Massenphänomen, wo Spandau in vielen Bereichen führend ist. In den sozialen Medien hat das Team Deutschlands die größte Reichweite.</p> <p>Wollen nun ihren Wirkungskreis aus dem Digitalen raus und in die Altstadt und Arcaden reinholen, um persönliche Begegnungen zu ermöglichen und vor Ort sichtbar zu werden. An Anlässen wie der Vizemeisterschaft war die Altstadt voller Fans („echte Menschen mit Bezug zum Ort“). Mittlerweile sind durch sie viele weitere Influencer in Spandau verortet, hier gibt es das Potential eine Heimstätte zu schaffen.</p> <p>Einerseits wollen sie neben dem Büro in der Breite Str. auch ins EG am Markt 5 ausweiten. Andererseits sind ein Museum und Shop, sowie Gastroangebot in Planung. Für den Aufbau eines Gastro-Betriebes suchen sie finanzielle Unterstützung, da bis jetzt alles aus Eigenkapitalmitteln kommt. Angedacht ist ein rotierender sechs-monatiger Sponsorenslot für Mitwirkende hier aus Spandau, kostenlos zu vergeben um den Standort zu fördern und was an die Region zurückgeben. Kooperativ zu besprechen nach welchen Kriterien (Nachhaltigkeit, etc.) die Partnerschaften ausgesucht werden sollen.</p>

AW, AMS	<p>Weitere Ideen: Eine eigene Fußballmannschaft aufbauen und Firmen suchen, die sie hierbei unterstützen. Altstadt-weite Aktionen mit Produkten für große Anlässe: bspw. Eintracht-Brötchen von der Bäckerei am großen Spieltag.</p> <p>Altstadt soll am Erfolg von Eintracht Spandau mitprofitieren können. Gerne persönliche Unterhaltungen im Anschluss an den laufenden Runden Tisch Gewerbe.</p> <p>Vielen Dank an Instinct3 für die begeisternde Präsentation. Den Erfahrungen nach sind in den Arcaden mehr jüngere Menschen als in der Altstadt anzutreffen. Toller Faktor, dass die Altstadt Spandau durch Eintracht Spandau nun eine stärkere Anziehungskraft auf Jüngere hat.</p>
---------	--

<b>3. Gründung einer Werbegemeinschaft</b>	
AW, AMS	<p>Der TOP, der uns eigentlich am meisten beschäftigen sollte. Wir haben so viele Möglichkeiten, die Spandauer Altstadt bekannt zu machen, sind aber der Meinung, dass es gemeinsam geschehen sollte.</p> <p><i>Gemeinsame Standortförderung für den Erfolg des eigenen Geschäfts!</i></p> <p><u>Bisher passiert:</u> Seit 2016 wiederkehrendes Thema mit vielen Ideen (Verkaufsoffene Sonntage, Adventskalender, Fest der Sinne, etc.). Bis jetzt fehlt aber die Zugkraft, um es in die Zukunft zu tragen. Müsste dafür auf mehreren Schultern verteilt werden, die letzten Ansätze gingen von wenigen Einzelpersonen aus.</p> <p><u>Was wäre denn zu tun?</u> Die ersten Initiativen von damals jetzt nach Corona wiederbeleben, aber mit mehr Menschen. Den Werkzeugkoffer von heute nutzen, der stand 2016 noch nicht zur Verfügung.</p>
AW, AMS	<p><b>Diskussion/Feedback:</b></p> <p>Wie kriegen wir mehr Leute zusammen? Wie kriegen wir finanzielle Beteiligung von vielen, um die Kosten aufzuteilen? Hoffen auf viele Wortmeldungen dazu.</p>
Herr Galipp	<p>Viele Gewerbetreibende sind nach wie vor durch Corona belastet. Da gab es andere Probleme als die Gründung einer Werbegemeinschaft. Wir haben doch eigentlich seit über 70 Jahren den Wirtschaftshof Spandau, dem deutlich über 300 Gewerbetreibende angeschlossen sind. Seit 20 Jahren gibt es Marketingaktivitäten, die auch über Spandau bekannt sind.</p> <p>Warum ist die Werbegemeinschaft nicht Thema des Wirtschaftshofes?</p>
AW, AMS	<p>Eine vernünftige Fragestellung. Der Wirtschaftshof ist zwar sehr groß, aber die Anzahl der Mitglieder aus der Altstadt Spandau, die im Wirtschaftshof engagiert sind, stellen weiterhin eine Minderheit dar. Was wir bis jetzt vermissen ist, dass der Wirtschaftshof und der Werkzeugkoffer mit dem Marketingdesign noch nicht so eng verknüpft sind.</p>

Herr Barnikel	Es muss trotzdem jemand den Hut aufhaben. Es seien ja immer wieder die gleichen Menschen, ob in der ersten Runde in 2016 oder im Wirtschaftshof. Glaubt nicht, dass sie das alleine schaffen.
AW, AMS	Noch kann das AMS einen Anstoß geben, dass etwas Gemeinschaftliches passiert und dass die entwickelten Dinge angewendet werden. Aber eben nicht über 2025 hinaus.
Frau Germershausen	Als erstes ein großes Dankeschön für dieses Paket, großartige Sache, super Film. Sei selbst wegen Corona (u.a.) noch nicht aktiv geworden. Kooperation mit Wirtschaftshof ist eine gute Idee und mit einer Person, die den Hut auf hat, hätten wir Chancen, die Werbegemeinschaft Spandau auf breitere Füße zu stellen.
Frau Dr. Moreno	Eintracht Spandau erreicht viele junge Menschen, sie fühlt sich selbst nicht angesprochen in dieser Vision.
AW, AMS	Deshalb wollen wir wissen, wo Sie sich selbst sehen und ob Sie andere Ideen mitbringen? Wo gibt es einen Weg die mitzunehmen, die nicht im Wirtschaftshof sind?
Frau Dr. Moreno	Gibt eine Werbegemeinschaft wirklich das wieder, was wir in Spandau anbieten wollen? Sind der Rahmen und das Layout das Richtige für uns? (Zweifel vorhanden)
Herr Hesse	Eintracht Spandau ist eine ganz andere Dimension, als über die wir bisher gesprochen haben. Wenn man aus Spandau einen hippen Bezirk macht und die jungen Menschen in dieser Welle mitziehen kann, hat man auf allen Ebenen gewonnen. Werbegemeinschaft: Es muss irgendwoan liegen, dass nur wenige mitmachen. Sei eine große Chance, das alte Thema wieder aufzumachen und mitzureißen durch die Werbegemeinschaft.
Herr Galipp	Auch die jungen Menschen suchen Events. Wir müssen das jetzt mit Leben füllen und dafür haben wir Partner für Spandau.
AW, AMS	Veranstaltungen bringen tatsächlich diesen Effekt, sehr schade, dass sie zwei Jahre pandemiebedingt stark gefehlt haben.
Frau Röpke	Überall sei Kurzarbeit und sehr hoher Krankenstand. Vermutlich bei vielen das gleiche Problem, dass viele es toll finden, aber keine personellen Kapazitäten vorhanden sind.
AW, AMS	Erfolge einer Werbegemeinschaft sind meistens durch starke Führungspersonen geprägt, da haben Sie recht.
Frau Dr. Moreno	Idee, Setting durch Klimawerkstatt oder viele Pflanzengeschäfte, Vertical Gardens mit Technik, diese Teilnehmenden aus dem floralen Bereich anfordern bei den Events mitzumachen. Gute Verbindung zwischen dem Ort, der Technik und dem Digitalen. Synthese von Digitalarbeit und Ökologie.
Frau Fliegel	Viele Mitglieder des Wirtschaftshofes (mindestens zehn) seien anwesend. Es braucht eine Person, die begeistert ist von der Altstadt und von den Familienbetrieben. Die Chefs der Filialen seien aber nicht da, die interessiert Spandau nicht. Wir brauchen eine Idee, wie wir diese Altstadt umkrepeln und die Stadt neu gedacht werden kann, von hinten nach vorne, von vorne nach hinten. Am Ende sitzen wir hier mit drei Personen und das bringt nichts.

<p>PS, WiFö</p>	<p>Genau das ist es, was Henrik Ruhe uns mitteilen wollte. Die sind jung, dynamisch und angetreten mit einer völlig wirren Idee. Haben die Idee nie aus den Augen verloren auch mit der Marke Spandau im Kopf. Haben das Potential in der Altstadt gesehen und sich bewusst dafür entschieden. Möchte die Dynamik von HR nutzen um aufzuwecken und wachzurütteln.</p> <p>Möchte auch mit Geld locken: Es sind Mittel in die die Konzeption bis zur Umsetzung des Marketingkonzeptes investiert worden. Instinct3 ist erfolgreich aus dem Onlinebereich gekommen und geht jetzt in den stationären Einzelhandel. Jetzt muss der stationäre Einzelhandel auch ins Digitale. Wir werden von der Verwaltung aus keine Idee oder Vision vorlegen. Wir sind mit einem „Angebot“ in das Marketingkonzept reingegangen und hier ist es. Jetzt müssen Sie mit Ihrer Vision rankommen!</p> <p>Was ist Ihre Vision, wo wollen Sie hin? Ja es braucht jemanden, der es macht. Die Wirtschaftsförderung kann Ihnen den Rahmen geben und etwas anschubsen. In der Altstadt kann man alles an einem Standort bekommen, wie im Film so schön dargestellt. Andere Standorte (bspw. Ku’damm/Tauentzienstraße und Wilmersdorfer Straße) versuchen jetzt auch mit ihren Angeboten nach vorne zu gehen. Kann nur appellieren, mitzumachen, die Fördermittel laufen nach derzeitigem Stand im Jahr 2025 aus.</p> <p>Soziale Medien können alle bespielen, wie sie möchten. Im Moment macht das Claudia Schwaier (WiFö), aber sie ist für den ganzen Bezirk zuständig nicht nur für die Altstadt. Es liegt bei den Gewerbetreibenden in Ihrer Hand und schließlich auch in Ihrer Kasse.</p>
<p>AW, AMS</p>	<p>Nach diesem Appell sollten wir in den nächsten Tagen weiterdiskutieren. Von der Gruppe aus dem Jahr 2016 und der Wirtschaftsförderung sind alle bis auf zwei Personen hier.</p>

<p><b>4. Netzwerkarbeit: Treffen mit Nils Busch-Petersen</b></p>	
<p>AW, AMS</p>	<p>Treffen und gemeinsamer Stadtspaziergang mit Nils Busch-Petersen, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin-Brandenburg e. V. im Februar 2022.</p> <p>Vielen Themen besprochen, unter anderem auch viel Lob für die Marketingkampagne.</p> <p>Im Handelsverband engagieren sich neben Inhabergeführten Geschäften auch Franchisegeber, welche Spandau als möglichen vorteilhaften Standort noch nicht erkannt haben. Herrn Busch-Petersen kann hier mit der Vernetzungsarbeit unterstützen.</p>



<b>5.</b>	<b>Workshopangebot Digitalisierung Einzelhandel</b>
AW, AMS	Kostenloses Workshopangebot für Einzelhandel mit dem Themenschwerpunkt Digitalisierung. Eine Anmelde­liste liegt aus, telefonische Anmeldungen sind ebenfalls möglich. <i>Aufruf zur Teilnahme!</i>
<b>6.</b>	<b>Verschiedenes</b>
AW, AMS	<u>Gebietsfonds: Aufruf für neue Anträge</u> Eintracht Spandau, Instinct 3 könnte bspw. auch Antrag stellen. Aber auch Baumaßnahmen für kleine Gebäude mit älteren Fassaden wären tolle Projekte zum Unterstützen. AMS hilft bei der Antragstellung, wenden Sie sich gerne an uns.
AW, AMS	<u>Shop-A-Job in den Spandau Arcaden</u> Messe, um Jobsuchende und Arbeitgebende zu verknüpfen. Angebote für alle Betriebe, die Personalsorgen haben. Findet am 18. Und 19. Mai statt, weitere Informationen unter: <a href="https://www.berlin.de/wirtschaft/messen/4854896-1612022-shop-a-job.html">https://www.berlin.de/wirtschaft/messen/4854896-1612022-shop-a-job.html</a>
AW, AMS  Herr Heuchert  Frau Fliegel	<u>Ukraine-Hilfen</u> Spendenboxen in den Spandau-Arcaden stehen zur Verfügung.  In Zusammenarbeit mit Caritas Berlin gezielte Anfrage von Shops von nötigen Produkten in den Arcaden, welches Ende nächster Woche gesammelt übergeben werden.  Diesen Donnerstag (24.03.) zwischen 14 und 16 Uhr gemeinsame Sammelaktion hier vor der Tür. Die Sachen werden anschließend an die ukrainische Grenze gefahren. Nächste Veranstaltung zusammen mit IKEA für gezielte Unterstützung.
AW, AMS PS, WiFö	<u>Werbeangebote Tagesspiegel</u> Möglichkeiten der gemeinsamen Werbeaktionen im Tagesspiegel. Tagesspiegel auf uns aufmerksam geworden, wegen guter Werbekampagne. Nach eigener Einschätzung brauchen wir es erstmal nicht, aber wir können den Kontakt gerne herstellen bei Interesse.
Herr Galipp  AW, AMS  Frau Schmitz  Frau Dr. CB	<u>Umbau Altstadt</u> Ist es möglich, den Umbau der Altstadt auf einen späteren Zeitpunkt zu verschieben? Es existiert die Angst, dass es gleich wird, wie die Pichelsdorfer Straße. Da alles „eh“ immer länger dauert, daher einfach den Baustart verschieben.  Die Frage kennen wir schon. Das Problem ist, dass die Planungsprozesse nach dem ISEK vor mehreren Jahren beschlossen und schon sehr weit fortgeschritten sind. Die sehr hohen Fördermittel (ein Segen, dass es überhaupt möglich) müssen bis 2025 in den Projekten wie der Neugestaltung des Marktplatzes umgesetzt sein.  Was nutzt es uns, wenn der Marktplatz glänzt und wir gehen ein?  Etwas erschrocken von den harschen Worten. Ist bereit für enge Gespräche und Unterstützung, so dass die Geschäfte nicht eingehen. Für den Marktumbau werden konkrete Angaben und Äußerungen der Gewerbetreibenden benötigt. Zum Umbau der Pichelsdorfer Straße kamen überwiegend positive Rückmeldungen.

Herr Aina	Willkommen in der Altstadt Spandau. Es wird viel geredet aber man findet kein Gehör.
Frau Germershausen	Möchte die Erneuerung der Altstadt nicht schlecht reden, aber als Unternehmerin sieht sie eine berechtigte Angst um die Geschäfte, wenn die Baumaßnahmen sich verlängern sollte, vor allem nach Corona und dem Umbau Reformationsplatz. Es sollte mit Sorgfalt und Fingerspitzengefühl rangegangen werden, wie wenn sie ihren eigenen Laden umbauen würde.
Herr Aina	Alles wird schön, wenn wir es überleben. Kommen Sie bei mir vorbei am Reformationsplatz. Kein Mensch war heute da, trotz Sonnenschein und Wärme. Ich finde kein Gehör, ich versuche mit Ihnen zu reden. Sie suchen jetzt Nachfolger für unsere Geschäfte.
PS, WiFö	<p>Möchte Vorwurf so nicht stehen lassen. Sie haben Einzelbetreuung durch uns erfahren, per Telefon und per E-Mail. Wir haben Ihnen finanzielle Möglichkeiten versucht aufzuzeigen. Sie haben auf politischer Ebene mit sehr hohen Vertretern gesprochen. Sie hatten immer zwei offene Ohren, die können Sie auch immer wieder haben. Ich verstehe die Angst und die Kritik an Baumaßnahmen in dieser Größenordnung. Am Reformationsplatz hat mir auch einiges nicht gefallen, leider läuft nicht alles wie es soll. Das Förderprogramm beinhaltet Bundesmittel, da werden wir nichts daran rütteln. Vor zwei Jahren wurden erste Ideen für den Marktplatz vorgestellt und von Ihnen Ideen für den Umgang eingefordert. Wir wollen die Gewerbetreibenden mit allen möglichen Mitteln stützen.</p> <p><i>Deswegen nutzen Sie den Werkzeugkoffer &amp; holen Sie die Kunden schon vor der Baustelle zu sich. Bewerben wir den Standort jetzt schon, nicht erst wenn die Baustellen laufen!</i></p>
Herr Galipp	Wir mussten uns an Corona anpassen, jetzt erwarte ich, dass sich die Verwaltung auch an uns anpasst.
AW, AMS	Sie kennen die Diskussionen und die Gründe (Ökologie & Barrierefreiheit). Es ist so wie Frau Dr. Brückner es gesagt hat, wir können versuchen Schwierigkeiten, die aus sinnvollen Baumaßnahmen entstehen, so gut wie möglich abzumildern, aber die Baumaßnahme selber steht nicht mehr zur Debatte.
Herr Hesse	Man vergisst die Menschen als Geschäftsleute zu denken und hilft oft erst rückwirkend. Es muss in der Zukunft in der Politik vorausschauend flexible Lösungen gefunden werden, wie es im Vorhinein abgedeckt werden kann.
PS, WiFö	Formulieren Sie es bitte über die Altstadtvertretung (als Ihre gewählte Vertretung zur Politik) ans Bezirksamt. Kritik bekommt eine andere Qualität, wenn es aus der Mitte der Gewerbetreibenden kommt. Jedes Geschäft bekommt eine Zugänglichkeit.
Herr Galipp	Was ist, wenn es am Ende anders als geplant wird? Kann ich Regress fordern?
PS, WiFö	Wir schauen, dass alle Geschäfte zugänglich bleiben. Richten Sie sich als Betroffene jetzt schon über die Altstadtvertretung ans Bezirksamt und nicht erst wenn die Baugrube aufgerissen ist.

<p>AW, AMS</p>	<p><u>Abschlusswort</u></p> <p>Es ist wichtig, offen und ehrlich miteinander sprechen zu können. Fürchtet sich auch vor Baumaßnahme, da Büro (Altstadtmanagement) auch am Markt. Staub und Lärm werden Wahrheiten sein, denen wir nicht aus dem Weg gehen können. Appell in die Runde, jetzt schon zu diskutieren, wie man das Beste daraus machen kann.</p> <p>Die Zeit ist heute sehr weit vorgeschritten, deswegen sprechen wir in Zukunft gerne weiter über den Marktplatz.</p>
<p>Frau Dr. CB</p>	<p>Kann die Themen, die auf dem Herzen liegen gut verstehen. Freut sich über alle Einladungen zu Anlässen der Gewerbetreibenden. Vielen Dank für die ehrlichen Worte und allen Anwesenden einen schönen Abend noch.</p>

Protokoll: Altstadtmanagement Spandau / Susannah Sundman und Matthias Spatz / 28.04.2022

## Anhang

**Auszug aus dem Protokoll des Runden Tisch Gewerbe vom 07.09.2021 bzgl. Kampagnenlaunch:**

Das komplette Protokoll vom 07.09.2021 kann unter <http://altstadtmanagement-spandau.de/downloads/> abgerufen werden.

### 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](http://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](mailto: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](http://www.facebook.com/altstadt.spandau)

[www.instagram.com/altstadtspandau](http://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 Einladung wird zeitnah versandt.

Impressionen vom 21. Runden Tisch Gewerbe am 22.03.2022 im Kulturhaus Spandau

