Gemeinsames Treffen der Gewerbetreibenden am 24.02.2016, 19.00-21.00 Uhr, bei Spiel Film Musik

Protokoll

Ablauf

1. Begrüßung und gegenseitige Vorstellung
2. Diskussion und Priorisierung möglicher Maßnahmen für 2016
3. Workshop zur Marketingstrategie
4. Sonstiges
5. Anhang

1. Begrüßung und gegenseitige Vorstellung

2. Diskussion und Priorisierung möglicher Maßnahmen für 2016

Das erste Treffen der Gewerbetreibenden am 26.01.2016 zeigte, dass es bereits viele erfolgreiche Aktionen und zahlreiche Ideen für mögliche Aktivitäten gibt. In der Diskussion machten die Teilnehmenden deutlich, dass bestehende und neue Maßnahmen miteinander kombiniert und gemeinsam weiterentwickelt werden sollten. Ebenso wünschten sie sich, dass der Schwerpunkt weniger auf Großveranstaltungen als vielmehr auf kleinere Aktionen gelegt werden sollte, die das Ambiente der Straße verbessern und einen direkten Bezug zu den Geschäften haben: Am effektivsten wurden gemeinsame Aktionen in den Geschäften gesehen.

Die beim letzten Treffen genannten Aktionen wurden nun in zeitlicher Reihenfolge an der Pinnwand dargestellt und anschließend gemeinsam diskutiert und ergänzt. Im Anschluss konnten die Teilnehmenden bei den Aktionen, die noch nicht feststehen, für jeweils zwei Aktionen ihre Stimme abgeben und diese bepunkten. Folgende Aktionen erhielten die meisten Punkte und sollen als gemeinsame Aktionen im Jahr 2016 umgesetzt werden:

- ***Lichtenrader Kunstfenster:*** Bei dieser zuletzt 2010 durchgeführten Aktion stellen Lichtenrader Künstler_innen ihre Kunst in Geschäften aus (Zeitraum z.B. vier Wochen), beide Seiten können von der Aktion profitieren. Denkbar sind verschiedene begleitende Elemente, z.B. Vernissage und eine eigene Postkarte. Ggf. mit dem Kunstfenster gekoppelt werden könnte eine Plakataktion mit historischen Ansichten von Lichtenrade. Die Koordination von Künstler_innen und Aussteller_innen war sehr zeitintensiv, der bisherige Koordinator ist verstorben. Das GSM recherchiert mögliche Kontakte zu Künstler_innen im Bezirk und stellt die Ergebnisse beim nächsten Treffen vor. Als Durchführungszeitraum könnte sich das „Sommerloch“ im Juni eignen, da hier wenige andere Aktionen stattfinden.
- ***Aktion „Alle für einen guten Zweck“:*** Ab April gilt die freiwillige Verpflichtung, Plastiktüten nicht mehr kostenlos auszugeben. Bei dieser Aktion sollen die Tüten-Gebühren für einen guten Zweck gesammelt werden. Die Aktion der Händer_innen der Bahnhofstraße soll entsprechend öffentlichkeitswirksam begleitet werden, um langfristig auch zur Imageverbesserung der Straße beizutragen. Es hat sich eine Arbeitsgruppe gebildet, die die nächsten Schritte (Bestellung der Spendendosen, Herstellen des Aufklebers, Erstellung eines begleitenden Flyers, Recherche möglicher Spendenempfänger etc.) plant.
- ***Kürbisfest:*** Hiermit könnte sich die Bahnhofstraße von anderen Veranstaltungen in Berlin bzw. dem Lichtenrader Umfeld abheben. Denkbar wären z.B. entsprechende Dekorationen vor den Geschäften sowie weitere Aktionen zum Thema Herbst. Weitere Schritte zur Planung der Aktion werden zu einem späteren Zeitpunkt initiiert.

  Wer diese Aktionen unterstützen möchte oder ergänzende Ideen hat, kann sich gern beim GSM melden!

Ergebnis der gemeinsamen Diskussion und Priorisierung:

2016	Frühjahr	Sommer	Herbst	Winter
Bauernmarkt (samstags)	Kunst trifft Wein	Lichtenrader Kunstfenster	Kürbisfest	lebendiger Advents-kalender
Modenschau (integriert in andere Aktionen)	Frühstuck auf der Bahnhof-straße (Sa, 4.6.)	Wein- und Winzerfest		Lichtermarkt
Gemeinsames Punktesystem (Rabatte, z.B. Ostern)	Erster April-Kein Aprilscherz			Weihnachts-markt*
„Alle für einen guten Zweck“ - Tütengeld	Maikäfer Rallye			
Kunstaktion Plakate (histor. Ansichten von Lichtenrade)	Osteraktion			

Bereits feststehende Aktionen

Für 2016 priorisierte Aktionen

Vorgeschlagene und diskutierte Aktionen

** Es gab ein klares Votum der Teilnehmenden gegen einen klassischen Weihnachtsmarkt in der Bahnhofstraße. Eine weihnachtliche Beleuchtung in der Straße wäre vorstellbar.*

Weitere Diskussionspunkte:

- Einige bereits bestehende Aktionen einzelner Läden (z.B. Modenschau) könnten miteinander kombiniert bzw. in große Events integriert werden, damit die gesamte Bahnhofstraße davon profitieren kann. Hier wird auch die Marketingstrategie wichtige Anhaltspunkte liefern.

- Gemeinsamer Internetauftritt: Die Nutzung von sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram kann der Bahnhofstraße mehr Aufmerksamkeit verleihen. Hier gibt es bereits bestehende Aktivitäten einzelner Händler_innen.

- Frühstück auf der Bahnhofstraße: In diesem Jahr soll das Frühstück an einem Samstag (4. Juni, 10-13 Uhr) stattfinden, um den Handel einzubinden. Es wurde ein Gebietsfonds-Antrag für eine Förderung eingereicht. Selbst bei positivem Bescheid durch die Jury ist ein Eigenanteil zu erbringen, die Organisatoren der Ökumenischen Umweltgruppe bitten daher um finanzielle Unterstützung. Interessierte können sich bei Herrn Kraft unter lichtenrade21@web.de melden.

- Geplante Osteraktion der AG Bahnhofstraße: Aufgrund der knappen Zeitschiene wird die Aktion in diesem Jahr nicht stattfinden.

3. *Workshop zur Marketingstrategie*

Durchführung und Protokoll: Herr Schütz, Frau Wissemann, Agentur SCHÜTZ BRANDCOM

Im Folgenden werden die Ergebnisse der gemeinsamen Diskussion zusammengefasst:

Was fehlt in der Bahnhofstraße?

- Aufenthaltsqualität
- Branchenmix
- Spezialitäten/Feinkost
- Diversität

Wofür stehen die Händler?

- Qualität, Freundlichkeit, Service, Kundendienst

Wie sieht der typische Bahnhofstraßennutzer aus?

- Alter: 60+, 50-60, zw. 40 u. 70, Parfum und Modegeschäft: 15/18 – 75 Jahre
- Geschlecht: weiblich

Wenn die Bahnhofstraße eine Person der Zeitgeschichte wäre….

- Ist-Zustand: Queen Elisabeth, Angela Merkel (Erfolg war mal, jetzt: Krisen aussitzen)
- Soll-Zustand: Taylor Swift, Heidi Klum, Karl Lagerfeld, Jogi Löw (erfolgreich, eigensinnig, attraktiv, geschäftstüchtig, präsent, anders als andere, stehen für etwas)

Wenn die Bahnhofstraße eine Supermarktkette wäre….

- Ist-Zustand: Aldi, Netto Markendiscount
- Soll-Zustand: Reichelt, Edeka, Rewe

Wenn die Bahnhofstraße eine Automarke wäre….

- Ist-Zustand: Lada, Audi 80, alter Passat, Daihatsu, Mittelklasse
- Soll-Zustand: Mini, neue E-Klasse (nicht ganz mit Tradition brechen), gehobene Mittelklasse

Wenn die Bahnhofstraße eine Farbe wäre….

- Ist-Zustand: grau
- Soll-Zustand: grün

4. Sonstiges

- Händler_innenportraits in der Stadtteilzeitung: Die künftigen Stadtteilzeitungen sollen jeweils abwechselnd ein Geschäftsportrait der Geschäfte auf der Bahnhofstraße beinhalten. Dafür soll mit jeder/jedem teilnehmenden Geschäftsinhaber_in ein Interview geführt werden. Interessierte können sich beim GSM melden.
- Gebietsfonds: Die erste Einreichungsfrist für die Förderung von Einzelprojekten endete am 29.02.2016, die nächsten Fristen sind am 31.05.2016 bzw. 30.09.2016.
- Unterstützungsangebote: Das GSM kann Beratungsangebote entwickeln, die Einzelhändler_innen qualifizieren, um bspw. ihre Angebotspräsentation zu erweitern. Dazu gehören z.B. Beratungsangebote zu einer gemeinsamen Darstellung der Gewerbetreibenden im Internet, zur Schaufenstergestaltung oder zum Thema Kundenservice. Falls Sie dazu Anregungen haben, wenden Sie sich gern an das GSM. Das Team wird dies bei einem der nächsten Treffen detailliert vorstellen und im Anschluss entsprechende Angebote vorbereiten.
- Befragung zum Marketingkonzept: Die Umfrage wurde bis zum 14. März verlängert. Danach wird die Agentur SCHÜTZ BRANDCOM die bei den Händler_innen aufgestellten Boxen einsammeln. Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an info@schuetz-brandcom.de.
- **Das nächste Treffen der Gewerbetreibenden findet am Donnerstag, 07. April 2016, um 19 Uhr bei Spiel Film Musik, Wünsdorfer Str. 98, statt.** Das Thema des Treffens wird vor allem die konkrete Planung und Umsetzung der gemeinsam priorisierten Aktionen sein.

5. Anhang

- Präsentation zur Marketingstrategie (SCHÜTZ BRANDCOM)
- Gemeinsame Priorisierung der Maßnahmen für 2016: