

Ergebnisprotokoll

Treffen der Gewerbetreibenden v. 11.10.2018

Ort: AZ-Büro, Prinzessinnenstraße 31

Zeit: 19:00 bis 21:30 Uhr

Teilnehmer innen

- F. Dr. Gartner (Goethe Apotheke), F. Kupfernagel (Reisebüro Kupfernagel), F. Zinßmeister (Tempelritter Apotheke), F. Fuchs (Allianz), F. Stärke (HörPartner), F. Klein (Wäsche & Mieder), H. Steinhage (Berlin-Brillen)
- Gäste: F. Kuhl
- F. Slapa und F. Voswinkel (raumplaner), F. Kraatz (BzA/WiFö), H. Mönch und H. Kuhl

Tagesordnungspunkte:

1. Begrüßung
2. Vorstellung Zwischenstand „Positionierungsstrategie AZ Bahnhofstraße Lichtenrade“
3. Diskussion über einzelne Themen aus Punkt 2

Ergebnisse	zuständig
<p>1. Begrüßung</p> <p>F. Slapa und H. Mönch begrüßen die Anwesenden</p>	
<p>2. Vorstellung Zwischenstand „Positionierungsstrategie AZ Bahnhofstraße Lichtenrade“</p> <p>H. Mönch und H. Kuhl stellen den aktuellen Stand der Positionierungsstrategie vor, Präsentation siehe Anlage.</p>	
<p>3. Diskussion über einzelne Themen aus Punkt 2</p> <p>a) Erhebung <u>Passantenfrequenzmessung</u>: Die Händler bestätigen die in den Zählungen erhobenen Ergebnisse und Schlussfolgerungen. Eine spätere Samstagöffnung (ab 9:00 / 10: Uhr) wird von den meisten Geschäften ohnehin schon praktiziert.</p> <p>b) Die geringe Resonanz auf die <u>Ärzteumfrage</u> wird bedauert, passe aber zur sonstigen Beteiligung der Gewerbetreibenden / Dienstleister.</p> <p>c) Die Ergebnisse der Händlerumfrage werden bestätigt.</p> <p>d) Vor allem die neu erhobenen Fragen im Rahmender „Umfrage Einkaufsqualität“ werden diskutiert. Die IT-Affinität der Verbraucher erstaunt. Eine Händlervertreterin merkt an, dass über 60jährige Schwierigkeiten mit neuen Medien hätten.</p> <p>e) Die Ergebnisse der Verbraucherumfrage sind für die Anwesenden nachvollziehbar, dito die der Anbieterumfrage.</p> <p>f) Die aufgezeigten Handlungsbedarfe, das Standortprofil und die</p>	

<p>Markendefinition werden bestätigt.</p> <p>g) Claim-Vorgaben: Die Begrifflichkeit „Kiez“ empfanden einige Händler als zu eng. Eine berlinerische Sprechart wurde abgelehnt, ebenso ein zu langer Claim. „Weil’s naheliegt fanden einige Händler gut, ein Händler meinte, das würde dann bei potentiellen Kunden außerhalb Lichtenrades falsch ankommen. Folgende der vorgestellten Claims wurden favorisiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bahnhofstraße: Alles da, ganz nah! • Die Bahnhofstraße: Weil’s naheliegt. • Die Bahnhofstraße: Vielfalt für jeden. • Unser Kiez: Vielfalt für jeden. • Die Bahnhofstraße: Einkaufen zu Hause • Offen für alle: Die Bahnhofstraße <p>Die Agentur wurde gebeten, weitere Vorschläge zu erarbeiten.</p> <p>h) Der Konzeptvorschlag sowie die Medienvorschläge wurden positiv aufgenommen.</p> <p>i) Allerdings wurde bezweifelt, dass die vorgestellten Szenarien zum Thema On- und Offline-Handel auf Lichtenrade und die Bahnhofstraße in den prognostizierten Zeiträumen zutreffen werden. Unabhängig bestand aber Einigkeit darin, dass die vorgeschlagenen Medienkanäle grundsätzlich richtig sind.</p> <p>j) Zum Thema „Schaufenstergestaltung“ soll die Agentur Vorschläge für eine vertiefende Behandlung unterbreiten.</p> <p>k) Die vorgestellten Maßnahmen fanden Anklang und sollen weiter präzisiert und konkretisiert werden.</p> <p>l) Eine Händlervertreterin bat um die Benennung eines ähnlichen Projektes, das von den Raumplanern begleitet wurde oder wird. Als Beispiel führte Frau Slapa die Entwicklung der Turmstraße an. Sie wies darauf hin, dass die engagierte Händlerbeteiligung dort die positive Veränderung bewirkt hätte.</p> <p>m) Vom Angebot der Agentur, die anbieterspezifischen Individualergebnisse der Umfrage zur Einkaufsqualität in einem persönlichen Termin vorzustellen, wollen 5 der 7 anwesenden Händler Gebrauch machen.</p>	
---	--

Protokollführung: Volker Mönch