

# ERGEBNISPROTOKOLL

QuickCheck Magdeburger Allee

Workshop 3:  
Zielgruppen, Marketing und Schuhfabrik  
am 29. April 2010

- 4. Mai 2010 -

Am 29. April 2010 fand von 19:15 bis 22:00 der dritte Workshop der Reihe „QuickCheck Magdeburger Allee“ statt.

Die Stadt Erfurt hat zusammen mit dem „Interessenverband Magdeburger Allee e.V.“ das Projekt „QuickCheck Magdeburger Allee“ ins Leben gerufen. Für die von den örtlichen Akteuren im Rahmen des ersten Workshops ausgewählten Handlungsfelder wurden von der Arbeitsgemeinschaft conceptfabrik & Consilium GmbH Maßnahmen zum Thema „Zielgruppen und Marketing“ sowie „Nutzungskonzept Schuhfabrik“ vorgeschlagen und zur Diskussion gestellt.

Anschließend wurden die vorgetragenen Maßnahmen im Rahmen von zwei Arbeitsgruppen vertieft und weiter geschärft. Die aus dieser Arbeitsgruppen-Arbeit resultierenden Vorschläge und Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

### **AG Marketing**

Die Arbeitsgruppe beschäftigte sich mit der Frage, wie diejenigen Kunden, die bereits Geschäfte der Magdeburger Allee aufsuchen, sowohl für die Bestandsbetriebe dauerhaft gesichert (Bestandskundensicherung) als auch untereinander „weitergereicht“ werden können. Darüber hinaus steht die Frage im Vordergrund, wie neue Kunden gewonnen werden können.

#### Inhaltliche Ergebnisse

- Die Zielgruppen der periodischen Anbieter (vorrangig Bevölkerung aus umliegenden Wohnquartieren) unterscheiden sich deutlich gegenüber den Zielgruppen der Anbieter aus den aperiodischen Einkaufsanlässen (Gesamtstadt und Umland). In der Konsequenz benötigen die **aperiodischen Anbieter eine andere Vermarktungsstrategie als die periodischen Anbieter**.
- Die Teilnehmer verständigten sich darauf, dass die **Vermarktung insbesondere für die aperiodischen Sortimente/Dienstleistungen** voranzubringen ist, da
  - deren Zielgruppen am schwierigsten anzusprechen sind und
  - die aperiodischen Anbieter auf Kunden aus dem gesamten Stadtgebiet angewiesen sind, da die Nachfrage der örtlichen Einwohner nicht ausreicht
- Für die Vermarktung des aperiodischen Angebotes verständigten sich die Teilnehmer darauf, dass die folgenden **Alleinstellungsmerkmale** besonders betont werden sollten:

Spezialisierung, Qualität, Service

Gutes Parkraumangebot sowie gute verkehrliche Erreichbarkeit

- Die Teilnehmer waren sich einig, dass die **gegenseitige Empfehlung von Kunden** die einfachste und kostengünstigste Maßnahme zur Kundenbindung darstellt, da diese Kunden bereits als Käufer in der Magdeburger Allee unterwegs sind.  
Die Erfahrung der Teilnehmer zeigt, dass zwischen denjenigen Geschäften, die sich bereits heute gegenseitig empfehlen, wechselseitige Kundennachfragen einstellen.
- Die **Entwicklung eines Einkaufsführers** wurde als dringende Maßnahme identifiziert, um den Kunden den häufig fehlenden Gesamtüberblick über die Sortimente/Dienstleistungen zu verschaffen.  
Von der Herstellung einer „Hochglanzbroschüre“ soll Abstand genommen werden. Als ausreichend wird von den Teilnehmern eine Faltblatt mit den wesentlichen Alleinstellungsmerkmalen und mit einer Auflistung der Einkaufsanlässe zusammen mit ihren Anbietern angesehen.
- Für die **Veröffentlichung des Einkaufsführers** wurden mehrere Varianten als sinnvoll erachtet:
  - Aushändigung und Erläuterung in den *Geschäften* (Stammkunden empfehlen weiter – Mund-zu-Mund-Propaganda)
  - Aushändigung *im Rahmen des Versandes von Rechnungen* (ebenfalls Stammkunden empfehlen weiter – Mund-zu-Mund-Propaganda)
  - Verteilung *auf Messen*, auf denen sich einzelne Geschäfte/Dienstleister bereits präsentieren. Dies können auch Fachmessen sein. Die Erfahrungen der Teilnehmer zeigen, dass der Rücklauf durch Kundennachfragen deutlich wahrnehmbar ist.
  - Verteilung *bei Veranstaltungen der Einzelgeschäfte*, zu denen im Regelfall viele Stammkunden aus dem gesamten Stadtgebiet erscheinen.
  - Präsentation auf der *Internetseite [www.magdeburger-allee-erfurt.de](http://www.magdeburger-allee-erfurt.de)*. Die Internetseite hat eine deutlich wahrnehmbare Imagewirkung bei den Nutzern und ist damit ein positiv wahrgenommenes Werbemedium.
- Für die Bewerbung der PKW- und Straßenbahnkunden sowie für die Information der Fußgänger sollen künftig **Werbetafeln zwischen Gehweg und Radweg installiert** werden.
  - **Herstellungskosten**  
Die Übernahme der Herstellungskosten für die Werbetafeln ist laut Stadtverwaltung Erfurt (Herr Paak) im Rahmen des Programms „Soziale Stadt“ möglich.

Voraussetzung für eine Förderung ist ein klares Votum der Teilnehmer, dass die Werbetafeln als Umsetzungsmaßnahme des QuickChecks zur Realisierung kommen sollen. Im Rahmen des Workshops wurde dieses klare Votum abgegeben.

▪ *Inhalt der Werbetafeln*

Die *Werbeinhalte (Slogans, Pläne etc.)*, die auf den Werbetafeln installiert werden sollen, werden von den Händlern/Dienstleistern geliefert. Einige der Teilnehmer favorisieren das Hinzuziehen einer örtlichen Marketingagentur, welche für ihre Arbeit auf den Zielstellungen und empfohlenen Inhalten des QuickCheck aufbauen sollte (Vortrag zum 3. Workshop – insbesondere Slogan/Logo sowie QuickCheck-Planbild).

▪ *Vermietungskosten*

Die Standortvermietung des Bereiches zwischen Gehweg und Radweg obliegt dem Unternehmen Ströer.

Die Vermietungskosten werden deutlich unterhalb der üblichen Mietkosten liegen, da die Herstellungskosten durch das Soziale-Stadt-Programm übernommen werden können und eine Akquisition für die Belegung der Flächen entfällt (Nutzer stehen mit den Händlern/Dienstleistern bereits fest). Das Unternehmen Ströer ermittelt die konkreten Vermietungskosten.

➤ Auf folgende **Grundsätze für die Werbetafeln** haben sich die Teilnehmer geeinigt:

- Aufstellung im *45-Grad-Winkel zur Straße*
- Bewerbung auf der *Vorderseite*: für PKW und Straßenbahnfahrer erfassbar
- Bewerbung auf der *Rückseite*: für Fußgänger erfassbar
- Die Werbetafeln sollten von ihrer Anzahl her die Bewerbung *in jedem Straßenabschnitt* erlauben.
- Die Größe muss so abgestimmt sein, dass die *dahinter liegenden Geschäfte erkennbar* sind.
- Der Marketingeffekt zugunsten der Stärkung der Gesamtheit der Anbieter (Händler, Dienstleister, Gastronomen) wird höher angesehen als die mit den Werbetafeln einhergehende *Veränderung des Straßenraumbildes*.

➤ Die Straßenbahnlinien 1 und 5 durchfahren die Magdeburger Allee ohne sie in der Routenbeschreibung zu benennen. Die Routenbeschreibung lautet derzeit „...über Stadtwerke...“. Der Kontakt zu der EVAG soll hergestellt werden, um eine Änderung der **Routenbeschreibung „...über Magdeburger Allee...“** zu erörtern. Die Straßenbahn durchquert weite Teile des Stadtgebietes und könnte so einen Beitrag dazu leisten, externe Kunden stärker anzusprechen.

- Die Magdeburger Allee sollte sich nicht nur innerhalb der Magdeburger Allee präsentieren, sondern auch außerhalb. Die Teilnehmer schlugen die **Bewerbung auf Auslegern** an Laternen etc. im restlichen Stadtgebiet an.
- Die Teilnehmer waren sich einig, dass die **Marketingmaßnahmen zügig ergriffen** werden sollen.

Organisatorische Ergebnisse: Übernächste Sitzung des Magdeburger Allee e.V.

- Für die übernächste Sitzung des Magdeburger Allee e.V. wurde vereinbart, eine **Vorzugsvariante für die Werbetafeln zwischen Gehweg und Radweg zu bestimmen**. Hierfür sind folgende Arbeitsschritte erforderlich:

*VOR DER SITZUNG*

Unternehmen Ströer – Deutsche Städte Medien GmbH:

- Zuarbeit von Hinweisen zur Gestaltung, Produktion sowie zu Materialien und Maßen von Werbetafeln
- Zuarbeit von Beispielen (Fotos, Skizzen)

Magdeburger Allee e.V.:

- Festlegung der Inhalte, die auf der VORDERSEITE und auf der RÜCKSEITE der Werbetafeln aufgebracht werden sollen. Wenn diese vorliegen, wird es möglich, das geeignete Format der Werbetafeln aus der Zuarbeit vom Unternehmen Ströer zu bestimmen.
- Für die Koordination und Vorbereitung der Sitzung hat sich stellvertretend für Frau Oberleiter bereit erklärt:

*Herr Mario Pohle* (ATeO-Internetservice – Magdeburger Allee 140)

Telefon: 0361 241 43 10

email: mpohle@ateo.de

Hinweis zur Einladung:

Mit Blick auf die Reichweite des Projektes „Webetafeln zur Stärkung der Magdeburger Allee“ sollte die Einladung zu der vorstehenden Sitzung um den folgenden Teilnehmerkreis erweitert werden:

- Gesamte Händler-/Dienstleisterschaft der Magdeburger Allee; zumindest Teilnehmer der drei Workshops „QuickCheck Magdeburger Allee“ (siehe Anwesenheitslisten)
- Bürgerbeiräte Johannesstadt / Ilversgehoven
- Herr Paak – Stadt Erfurt, Amt für Stadtentwicklung und Stadtplanung, Stabsstelle Soziale Stadt, Fischmarkt 11, 99084 Erfurt

- Herr Jentz / Frau Völkel-Ebert – Stadt Erfurt, Amt für Wirtschaftsförderung, Fischmarkt 11, 99084 Erfurt
- Ströer – Deutsche Städte Medien GmbH

#### *IN DER SITZUNG*

Magdeburger Allee e.V.:

- Festlegung der Vorzugsvariante für die Werbetafel (als Grundlage für den Förderantrag)

#### *NÄCHSTE SCHRITTE (Empfehlung)*

Unternehmen Ströer – Deutsche Städte, Medien:

- Kalkulation der Standortmiete (zur Weiterleitung an den Magdeburger Allee e.V. bzw. Herrn Paack vom Programm „Soziale Stadt“)

Herr Paak – Stadt Erfurt, Amt für Stadtentwicklung und Stadtplanung, Stabsstelle Soziale Stadt

- Information des Magdeburger Allee e.V. über die Schritte zur Beantragung des Projektes „Werbetafeln zur Stärkung der Magdeburger Allee“
- Einholen von Angeboten zur Bestimmung der Herstellungskosten

Magdeburger Allee e.V.:

- Beantragung des Projektes „Werbetafeln zur Stärkung der Magdeburger Allee“

### **AG Nutzungskonzept Schuhfabrik**

Die Arbeitsgruppe beschäftigte sich mit der Frage, welche Nutzungen auf dem Gelände der alten Schuhfabrik die bisherigen Nutzungen der Magdeburger Allee sinnvoll ergänzen würden.

Die Referenten hatten folgende Nutzungen vorgestellt und näher erläutert:

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Sport
- Gesundheit
- Kultur

### Diskussionsergebnisse

- Die Teilnehmer waren sich einig, dass neue Nutzungen zur **abendlichen Belebung** der Allee beitragen sollten.
- Zusätzlicher **Einzelhandel wurde einstimmig nicht gewünscht.**
- Auch für Wohnen sei die Fläche nicht geeignet.
- Folgende **Zielgruppen** wurden benannt:
  - Familien – diese Gruppe nimmt stetig zu, es fehlt jedoch an Spielplätzen.
  - Senioren – diese Gruppe ist nach wie vor sehr groß. Sie benötigt Ärzte, Cafés, Kultur.
  - Studenten – sie wohnen z.T. im Gebiet, die Uni ist in der Nähe.
- Es wurde darauf hingewiesen, dass eine Vielzahl auswärtiger Menschen in der Magdeburger Allee unterwegs sind, da sich im Umfeld mehrere außergewöhnliche Infrastruktureinrichtungen befinden:
  - Integrierte Gesamtschule
  - Eine Kita, die auch in den Ferien die Betreuung sicherstellt
  - Aquarium
  - Integrationszentrum, das viele Ausländer anzieht

### Folgende **Nutzungen** wurden vorgeschlagen

- Die Fläche sollte über **Parkplätze** verfügen, jedoch keine Tiefgarage, da diese nicht angenommen wird.
- **Gastronomie** soll ein wichtiger Bestandteil des zukünftigen Nutzungsmixes sein. Dazu gehören ein Restaurant, ein Café und eine Eisdielen, alle in *guter Qualität* und mit *hoher Aufenthaltsqualität*, auch bezogen auf die Außengastronomie.
- **Ärzte**, die bisher nicht im Gebiet ansässig sind, sollen angesiedelt werden. Lücken bestehen bei:
  - Allgemeine Ärzte
  - Orthopäde
  - HNO
  - Urologe
  - Kinderarzt (wichtig wegen Familien)
  - Rheumatologe
  - Palliativmediziner („Schmerzarzt“)

- Chirurg / Notfallarzt
- Röntgenarzt
- Für bestimmte **Kulturangebote** besteht eine Nachfrage in Erfurt. Dies sind:
  - Für Senioren fehlt ein Treffpunkt zum Tanzen und gemeinsamen Beisammensein.
  - Räumlichkeiten für Vorträge.
  - Die vielen Ausländer im Gebiet legen es nahe, interkulturelle Veranstaltungen anzubieten, bei denen die Ausländer mit einbezogen werden. Die Kooperation mit dem nahe gelegenen Integrationszentrum bietet sich an.
  - Auf Grund der schlechten Versorgung mit Kindereinrichtungen und Spielplätzen im Gebiet wird vehement für ein **Kinder- und Jugend-Freizeitzentrum** votiert. Hier sollte „betreutes Spielen“ angeboten werden.
  - Theatergruppen, auch mehrere Gruppen für Kindertheater. Diese ziehen neues Publikum in die M. Allee.
  - Kabarett
- An sportlichen Nutzungen werden Bowling und Billard gewünscht.
- Die genannten Nutzungswünsche könnten folgendermaßen als **Nutzungsmix auf die Stockwerke** eines zukünftigen Neubaus verteilt werden:
  - UG: Sport
  - EG: Gastronomie
  - 1. OG: Ärzte
  - 2. OG: Kultur
  - Im hinteren Bereich des Grundstücks könnte das Kinder- und Jugend-Freizeitzentrum angesiedelt werden.
- Wichtig ist den Teilnehmern auch eine **hochwertige Architektur**, gerne auch ungewöhnlich, um die Kirche auf der anderen Straßenseite zu ergänzen. Auch der bestehende Schornstein könnte eingebunden werden.
- Die Weiträumigkeit des Geländes sollte genutzt werden. **Der vordere Gebäudekomplex kann daher von der Straße zurückrücken.** Dies würde auch die Außengastronomie unterstützen. Der hintere Teil sollte zu großen Teilen als Freifläche genutzt werden.
- Im Gebäude sollte auch auf die Geschichte des Stadtteils hingewiesen werden.
- Die öffentlichen Nutzungen könnten evtl. aus dem Programm „Soziale Stadt“ finanziert werden.



- Zum Abschluss der Diskussion wurde noch einmal die zunehmende **Bedeutung der Ausländer und Migranten** für die M. Allee betont.
  - In einigen Geschäften beträgt der migrantische Kundenanteil bis zu 30%.
  - Migrantische Familien haben oftmals mehrere Kinder und tragen so zur Belebung des Stadtteils bei.
  - Die wichtigsten Gruppen sind:
    - Türken
    - Vietnamesen
    - Schwarzafrikaner
    - Russland-Deutsche
  - Diese Gruppen investieren zunehmend auch in Gebäude in der M. Allee und sanieren sie. Sie binden sich damit auch wirtschaftlich an den Stadtteil.
  - Ein Grund für die Attraktivität der M. Allee für Migranten ist auch die Breite der Fußwege, die auch mit kleinen Kindern sicher zu begehen sind.
  
- **Migranten stellen vor dem Hintergrund dieser Kenntnisse eine interessante Zielgruppe zur Wiederbelebung leer stehender Läden dar. Schon jetzt sind zahlreiche Geschäfte migrantischen Hintergrunds in der M. Allee ansässig. Diese Vielfalt in Kultur und Warenangebot könnte zukünftig einen wichtigen Baustein in der Vermarktung der M. Allee darstellen.**

#### **Ansprechpartner für die weitere Umsetzung sind**

- Herr Paak – Stadt Erfurt, Amt für Stadtentwicklung und Stadtplanung, Stabsstelle Soziale Stadt, Fischmarkt 11 in 99084 Erfurt  
Telefon: 0361 655 3955  
email: michael.paak@erfurt.de
  
- Herr Jentz / Frau Völkel-Ebert – Stadt Erfurt, Amt für Wirtschaftsförderung, Fischmarkt 11 in 99084 Erfurt  
Telefon: 0361 655 4433  
email: wirtschaftsfoerderung@erfurt.de
  
- Frau Oberleiter - Magdeburger Allee e.V. – Rosenparfümerie, Magdeburger Allee 67 in 99086 Erfurt  
Telefon: 0361 211 52 81  
email: rosenparfuerie@web.de

- Herr Mario Pohle - Magdeburger Allee e.V. - ATeO-Internetservice, Magdeburger Allee 140 in 99086 Erfurt  
Telefon: 0361 241 43 10  
email: mpohle@ateo.de
- Herr Radtke - Stadtteilbüro Soziale Stadt, Magdeburger Allee 22 in 99086 Erfurt  
Telefon: 0361550 7450  
email: sozialestadt.erfurt@freenet.de

### Nächste Termine

- *Übernächste Sitzung Magdeburger Allee e.V.: Webetafeln zur Stärkung der Magdeburger Allee*  
Das Unternehmen Ströer stellt mehrere Varianten für die Webetafeln zwischen Gehweg und Radweg vor. Durch den Magdeburger Allee e.V. werden die geeigneten Varianten für die Beantragung des Projektes „Webetafeln zur Stärkung der Magdeburger Allee“ festgelegt.  
Koordination: Her Mario Pohle / Telefon: 0361 241 43 10 / email: mpohle@ateo.de
- *18. Mai 2010: Arbeitsgruppensitzung „Verkehr in der Magdeburger Allee“*  
Auf dem 2. Workshop des QuickCheck „Magdeburger Allee“ wurden zusammen mit den Teilnehmern mehrere Vorschläge für eine optimierte verkehrliche Erreichbarkeit der in der Magdeburger Allee ansässigen Händler, Dienstleister und Gastronomen entwickelt und erörtert. Die Ergebnisse wurden mittlerweile durch die Stadtverwaltung in einer ersten Stufe geprüft und mit den Verkehrsträgern und der EVAG erörtert. Im nächsten Schritt sollen nun die Ergebnisse der Stadtverwaltung zusammen mit den Teilnehmern geschärft und vertieft werden. Themen sind insbesondere
  - Querung der Straßenbahntrasse für PKW und Fußgänger
  - ergänzende Haltestellen der Straßenbahn
  - optimiertes Parken
 In einem *weiteren Termin* werden die Ergebnisse im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung allen an der Stärkung der Magdeburger Allee Interessierten vorgestellt.

conceptfabrik / Consilium GmbH  
04. Mai 2010