

Dokumentation Bürgerwerkstatt

Thema: After-Work-Werkstatt in Quickborn am 12.07.2023

Durchführungszeitraum: 12.07.2023

PQ-Projektnummer: 1-SQ-23025

Kontakt: Clara Henn / Tel.: 040 42666 9750
Mail: chenn@proquartier.hamburg

Hugo Polauke / Tel.: 040 42666 9752
Mail: hpolauke@proquartier.hamburg

Inhalt

1. Durchführungszeitraum und Standort.....	3
2. Projektinhalt und Zielgruppe.....	3
3. Beteiligung	3
4. Ergebnisse der After-Work-Werkstatt	4
4.1 Thementisch „Identifikation durch Markenbildung“	5
4.2 Thementisch „Kundenbindung durch Emotion & Erlebnis“	6
5. Weiteres Vorgehen und Ausblick.....	6

1. Durchführungszeitraum und Standort

Am 12.07.2023 lud das Innenstadtmanagement Quickborn ein zu einer After-Work-Werkstatt. Ab 19:00 Uhr waren im Innenstadtbüro (Bahnhofstraße 18, Quickborn), alle innerstädtischen Gewerbetreibenden eingeladen, sich an der Werkstatt zu beteiligen.

2. Projektinhalt und Zielgruppe

Unter Inanspruchnahme von Fördermitteln des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ vom BMWFSB arbeitet das Innenstadtmanagement in Kooperation mit dem Sportaktivator unter dem Motto „Bewegte Stadt Quickborn“ an einer Belebung der Quickborner Innenstadt. Ein Teil des Prozesses liegt in der Zusammenarbeit mit lokalen Gewerbetreibenden und ihrer Einbindung in die Arbeit des Innenstadtmanagements. Zur ersten größeren Aktivierung der Gewerbetreibenden wurde daher ein gemeinschaftliches After-Work durchgeführt.

Zum aktuellen Zeitpunkt gibt es weder einen Stadtmarketing- noch einen Gewerbetreibendenverein in Quickborn. Dementsprechend vielfältig und individuell fallen einzelne Versuche von Marketingkonzepten aus. Das Ziel dieser After-Work-Werkstatt bestand daher darin, in Zusammenarbeit mit den innerstädtischen Gewerbetreibenden gemeinschaftliche Werbe- und Marketingmaßnahmen zu identifizieren, die sie in Kooperation mit dem Innenstadtmanagement umsetzen können. Als Ergebnis dieses ersten After-Works sollen Projektskizzen für konkrete Marketingmaßnahmen erarbeitet werden, welche die Zustimmung der Gewerbetreibenden erfahren und daher erfolgreich in die Umsetzung überführt werden können.

Dabei wurde wie folgt vorgegangen: In einem anfänglichen Vortrag wurden die Ergebnisse der zuvor durchgeführten aufsuchenden Befragung vorgestellt. Als Lösungsvorschlag auf hierbei angesprochene Probleme und Herausforderungen wurde ein Einstieg in die allgemeine Vorgehensweise von Stadtmarketingmaßnahmen gegeben. Best-Practice-Beispiele aus anderen Städten dienten als Orientierung, mit welchen niederschweligen Maßnahmen bereits Erfolge erreicht werden können. Anschließend bildeten sich zwei Gruppen unter Anleitung des Innenstadtmanagements. Die erste Gruppe, bestehend aus rund zehn Gewerbetreibenden, beschäftigte sich mit einer „Identifikation durch Markenbildung“, d.h. der Überlegung zu einer Dachmarke für Quickborn, unter der alle Händler auftreten und sich präsentieren können. Die zweite Gruppe, ebenfalls bestehend aus rund zehn Teilnehmenden, erarbeitete eine Marketingidee basierend auf „Kundenbindung durch Emotionen“ für die Innenstadt.

3. Beteiligung

Am Abend der Veranstaltung fanden sich rund 25 Personen vor Ort ein. Dazu gehörten neben dem Bürgermeister, Thomas Beckmann, auch Herr Felix Thermann und Frau Sabine Bönning von der Stadtverwaltung Quickborn sowie die Wirtschaftsförderin Frau Linda Vogt-Gröncke. Erfreulicherweise konnten Gewerbetreibende aus sehr verschiedenen Bereichen aktiviert werden.

Die Veranstaltung wurde postalisch sowie per Mail bei der Zielgruppe beworben.



Abbildung 1-4: Impressionen aus der After-Work-Werkstatt.
Bilder: ProQuartier.

4. Ergebnisse der After-Work-Werkstatt

Im Rahmen des After-Works wurden zwei Themen identifiziert, welche 2023 und 2024 in die Umsetzung begleitet werden sollen. Diese werden im Folgenden vorgestellt. An den einzelnen Thementischen standen den Gruppen Karten der Innenstadt sowie vorgefertigte Skizzenblätter zur Verfügung, welche thematisch durch die Bearbeitung leiteten (s. Abb. 5).

AKTIONS-CANVAS		Name unseres Projektes		Erstellt von: _____	
				Wo/Wann: _____	
ZWECK, BOTSCHAFT, EMOTION Weshalb wollen wir die Aktion starten? Warum ist unsere Aktion eine gute Sache für die Innenstadt?					
BUDGET Wie viel Geld steht zur Verfügung? - Für Honorare - Für Ausstattung	TEAM Wer ist dabei? Wen würden wir gerne dabei haben? - In unserer Gruppe - Sonstige Leute, die uns unterstützen	UMFELD Wer oder was kann uns helfen? Wer oder was könnte uns stören?	MEILENSTEINE Anlässe zum Feiern! Welche Etappenziele helfen uns? Zeitpunkte für - Wichtige Entscheidungen - Zwischenergebnisse - Bekanntmachungen	WAS WICHTIG IST Wünsche ans Team	
RESSOURCEN Was brauchen wir für unsere Aktion? - Treffpunkte zum Planen - Chatrooms - Materialien - Technik		CHANCEN + RISIKEN Was könnte für uns ein Problem werden? Gibt es etwas, das unser Aktion voranbringen könnte, eine gute Chance wäre?		ERGEBNIS Was wollen wir liefern? - Botschaft verbreiten? - Aufmerksamkeit schaffen? - Wissen vermitteln? - Aufenthaltsqualität schaffen?	MENSCHEN Wen wollen wir ansprechen? - Welche Altersgruppen? - Quickborner oder Externe?
ZEIT Wann wollen wir die Aktion starten? Was brauchen wir dafür? (Vorbereitungen, Genehmigungen) Bis wann wollen wir alles geschafft haben?					

Abbildung 5: Zur Verfügung gestellte Projektblätter im Rahmen der Bürgerwerkstatt.

4.1 Thementisch „Identifikation durch Markenbildung“

Wie oben bereits erwähnt setzte sich diese Gruppe mit der Bildung einer Dachmarke für Quickborn auseinander. Das Ziel der Gruppe war es, eine Idee für ein einheitliches Auftreten der Quickborner Gewerbetreibenden zu erarbeiten, welche die Innenstadt belebt und die Lebensqualität erhöht. Die Eule als Wiedererkennungsmerkmal Quickborns sowie das Wortspiel „quicklebendig“ prägten das Ergebnis des Abends. Konkret wurde ein Einheitgebendes Symbol gesucht, mit dem sich die Händler gemeinsam darstellen können. Letztlich wurde sich auf einen Stuhl geeinigt, wobei die Rückenlehne als Eule zu gestalten ist. Dieser Stuhl soll als Kundenstopper dienen und durch seine Farbe hervorgehoben werden. Den Teilnehmende ist es wichtig, dass das Motiv „Eule“ modern interpretiert wird und eine stilisierte Form aufweist, ähnlich dem 700-Jahre-Logo der Stadt Quickborn. Als längerfristige Idee könnte zudem ein Lageplan erstellt werden mit allen teilnehmenden Gewerbetreibenden.

Es wurde überlegt, welche Ressourcen für eine Umsetzung benötigt werden:

- Erstellung einer Grafik bzw. eines Designs
- Material: Robust, aber nachhaltig → Holz, evtl. mit Legierung o.ä., um wetterfest zu sein
- Umsetzung mit lokalen Anbietern, z.B. Zimmereibetrieb, das Holzschild, die Werkstatt oder andere Quickborner Handwerker

Es wurden folgende Schritte zur Weiterarbeit an dem Projekt identifiziert:

- Kontaktierung aller Gewerbetreibende, um für Rückhalt der Idee zu sorgen
- Visualisierung der Idee und Kostenschätzung

- Evtl. Entwicklung eines Slogans zu dem Stuhl, auch für den oben angesprochenen Lageplan (Bsp.: Quicklebendig – von Stuhl zu Stuhl)

Alle Teilnehmenden erklärten sich bereit, an dem Projekt weiterzuarbeiten.

4.2 Thementisch „Kundenbindung durch Emotion & Erlebnis“

An diesem Thementisch wurden zwei Ideen aufgeworfen. Die eine befasste sich mit der Durchführung einer „Gesundheitsmesse“, die andere mit einem Late Night- bzw. Candlelight-Shopping. An diesem Abend wurde der Fokus auf die zuletzt genannte Idee gelegt. Die Idee richtet sich an Quickborner und Externe als Zielgruppe. Die Idee ist, in einer dunklen Jahreszeit mit Lichtern die Stadt zu erhellen und zu beleben.

Am Tag des Candlelight-Shoppings wollen die teilnehmenden Geschäfte durch diverse Laternen und eine gemeinsame Schaufenster-Deko auf sich aufmerksam machen. Zusätzlich können Laternenläufe von Kindergärten oder Beleuchtung durch Fackeln (Feuerwehr) die Innenstadt erhellen. Musik durch Bands (auch junge Bands) kann die Innenstadt weiter beleben. Daneben sind Gastro-Betriebe, das Team des Klöngassen-Groove und weitere Akteure je nach Konzept einzubeziehen. Zudem ist die Presse rechtzeitig zu informieren. Das Event kann erweitert werden durch das Angebot von Tombolas o.ä.

Folgende Meilensteine wurden identifiziert:

- Bestimmung eines Zeitpunktes für das Event
- Festlegung eines Teams
- Einladung von Partnern

Ziel der Veranstaltung ist es nicht nur, ein einzelstehendes Event zu veranstalten, sondern eine wiederkehrende Idee zu ermöglichen, welche jährlich umgesetzt werden kann.

Die meisten Teilnehmenden erklärten sich bereit, an dem Projekt weiterzuarbeiten.

5. Weiteres Vorgehen und Ausblick

Die Projekte werden von den Projektgruppen weiterverfolgt. Dabei unterstützen das Innenstadtmanagement sowie der Sportaktivator organisatorisch, stellen Räumlichkeiten zur Verfügung, stellen Kontakte her, helfen bei Problemen und stehen jederzeit bei Fragen zur Verfügung.

Vor allem während der Stadtphase wird die Unterstützung größer ausfallen. Dazu gehört, dass die Projektgruppen per Mail dazu eingeladen werden, sich online oder im Innenstadtbüro zu treffen und an den Projekten weiterzuarbeiten. Als weitere Hilfestellung wird ein weiteres After-Work am 30.08., wiederum im Innenstadtbüro durchgeführt, um zur Weiterarbeit und Konkretisierung der Projekte anzuregen.