



August 2010

Kiels gute Adressen. Eine neue Gemeinschaft.

Interview

mit Daniel Hacker (*Ferdinand Meislahn*), Tim Kleinfeld (*Juwelier Mahlberg*) & Michael Rieckhof (*Kelly's Women – Men*)

Warum kam es dazu, diese Gemeinschaft zu gründen?

Hacker: Wir wollten einen Gegenpol zu dem Image anbieten, dass es in Kiel angeblich nur noch die 1-Euro-Billigshops gibt. Kiel ist viel besser, als die Kieler selbst denken. Oft sieht man in der eigenen Stadt nur das Negative.

Rieckhof: Das stimmt. Es gibt wohl kaum eine andere Stadt, die von seinen Einwohnern so negativ bewertet wird.

Welches sind Ihre Ziele?

Hacker: Die Marke „Kiels gute Adressen“ ist ein Qualitätssiegel und dient somit auch als Orientierungshilfe für die Kunden.

Kleinfeld: Es ist noch einmal ein Impuls, uns zu vergegenwärtigen, für was wir stehen: für gute Qualität, für persönliche Ansprache und Beratung, für Wertigkeit.

Rieckhof: Und ergänzend schaffen wir für uns selber auch Networking, machen füreinander Werbung und bieten damit wieder unseren Kunden den Service, auf andere gute Adressen in Kiel hinweisen zu können.

Was zeichnet denn eine gute Adresse aus?

Hacker: Es sind Geschäfte oder Unternehmen, die meist Inhaber geführt sind, in denen es eine Person gibt, die sich verantwortlich fühlt und das Ganze individuell führt. Jedes ist ein Unikat, in dieser Art einmalig. Unser Sortiment bei Meislahn beispielsweise ist zielgerichtet auf die Bedürfnisse der Kunden und den Ort zusammengestellt. Die Vielzahl unserer Lieferanten ergibt ein Puzzle, das unverwechselbar ist.

Rieckhof: Jeder steht für das, was er anbietet. Man findet keine anonymen Massenprodukte, sondern ein besonderes Angebot, das man in dieser Qualität nur dort so bekommt. Und Kiels gute Adressen sind alles Kieler Unternehmen, die über die ganze Stadt verteilt sind wie das Hotel Birke in Hasseldieksdamm, der Holzofenbäcker in Gaarden, 2fach in der Südstadt, Decker Design in Friedrichsort und so weiter.

Jeder einzelne ist eine gute Adresse. Ist man gemeinsam noch besser? Warum?

Kleinfeld: In gewisser Weise kontrollieren wir uns gegenseitig, das ist ein Ansporn für alle, die Qualität zu halten. Jetzt werden wir mit diesem Qualitätsmerkmal auch öffentlich noch mehr identifiziert.

Rieckhof: Kooperationen mit Synergieeffekten sind überall ein großes Thema. Es kommt noch einmal mehr Dynamik hinein, die Wahrnehmung wird deutlicher.

Worauf machen Sie mit Ihrer Gemeinschaft aufmerksam?

Hacker: Zunächst einmal darauf: Kiel ist klasse!

Kleinfeld: Es gibt in der ganzen Stadt verteilt bestimmte Spotlights, auf den wir durch Kiels gute Adressen einen gemeinsamen Fokus legen. Wir möchten den Kielern zurufen: Kauft in Kiel! Ihr müsst nicht nach Hamburg, New York oder Tokio. Das Gute liegt so nah!



Sehen Sie sich auch als „Bollwerk“ gegen die großen Ketten?

Kleinfeld: Das klingt mir zu negativ. Die großen Ketten bringen ja auch die Kunden in die Stadt. Aber wir wollen die Innenstadt fördern. Unsere Konkurrenz ist eher die Großstadt Hamburg. Wie oft hört man von den Kielern: „Hier findet man ja nichts.“ Das stimmt nicht, man findet hier schöne Dinge und darauf machen wir jetzt noch mehr aufmerksam.

Hacker: Ich denke auch, es ist nicht der Vergleich zu den großen Geschäften. Aber die individuellen Geschäfte sind doch das Salz in der Suppe, oder?

Und was haben die Kunden konkret von „Kiels gute Adressen“?

Rieckhof: Wir vertreten alle die gleiche Philosophie. So haben die Kunden die Sicherheit, in all diesen guten Adressen gute Qualität, beste und individuelle Beratung vorzufinden.

Kleinfeld: Stimmt, wir bieten Ihnen eine gute Orientierungshilfe. Denn die Kunden wissen: Mag ich das eine Geschäft, dann mag ich mit sehr großer Wahrscheinlichkeit auch das andere.

Hacker: Wir schicken sie geradezu auf eine Entdeckungsreise durch Kiel.

Wie profitieren die Stadt Kiel und die Region davon?

Hacker: Wir denken, dass durch die Aktivitäten so einer Gemeinschaft die Kaufkraft hier gehalten wird oder zurückkommt. Auch tragen wir sicher zu einer erhöhten Anziehungskraft der Landeshauptstadt bei.

Kleinfeld: In gewisser Weise fühlen wir uns alle auch dazu verpflichtet. Das ist unsere Stadt. Hier leben und arbeiten wir, hier wollen wir unser Quartier erhalten und auch persönlich eine Zukunft haben. Und neben dem wirtschaftlichen Aspekt haben wir auch eine Menge Spaß...

Rieckhof: Gemeinsame Fahrradtouren oder Grillfeste haben wir schon veranstaltet. Gute Geschäfte sind für Kiels gute Adressen nur der eine Aspekt. Wir wollen auch eine gute Zeit miteinander haben.

In welcher Art und Weise wird die neue Gemeinschaft in Zukunft auftreten?

Hacker: Zunächst werden wir jetzt alle unser Signet, das Schild mit der Marke „Kiels gute Adressen“, an die Geschäftswand schrauben.

Rieckhof: Dann sieht man gleich von außen: Hier ist eine gute Adresse. Außerdem haben wir einen Flyer entworfen und eine Internetseite installiert (www.kiels-gute-adressen.de). Und wir treffen wir uns regelmäßig, um neue Aktionen zu planen.

Welche Aktionen wird es geben?

Kleinfeld: Wir sind ja gerade erst angefangen und starten zunächst mit einem gemeinsamen Gutschein für „Kiels gute Adressen“. Und dann: Weihnachten kommt bekanntlich immer schneller, als man denkt, und auch für die Adventszeit haben wir uns schon etwas Tolles überlegt. Aber das wird heute noch nicht verraten!

Kontakt über:

Kiels gute Adressen GbR

Florian Decker

Skagerrakufer 7

24159 Kiel

0431. 247 238-1

Mobil 0172. 456 55 00

ideen@kiels-gute-adressen.de

www.kiels-gute-adressen.de

Presse:

PIPKE PR – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Anke Pipke

Am Hagen 15

24247 Mielkendorf

04347. 40 72

Mobil 0160. 902 735 18

mail@pipke-pr.de