

Der Auftraggeber

Das Forum Steglitz hat im April 1970 seine Pforten in der Schloßstraße 1 zum ersten Mal geöffnet und ist damit das erste Einkaufszentrum im Berliner Süden. Auf einer Gesamtmietfläche von circa 32.000 Quadratmetern findet man über 70 Geschäfte und gastronomische Betriebe sowie ein Fitnessstudio. Zu den Ankermietern zählen unter anderem H&M, Intersport Olympia, Innova, Lidl, Spiele Max und Super Fit.

Die Ausgangslage

Die Schloßstraße gehört zu den beliebtesten Einkaufsmeilen in Berlin und ist deshalb ein hart umkämpfter Einzelhandelsstandort. Über die Jahre hat sich in dieser Straße viel verändert – mittlerweile gibt es vier Einkaufszentren auf der Schloßstraße. Nach dem Umbau von 2005/2006 und dem gleichzeitigen Neubau und der Eröffnung von „das Schloss“ war die Situation im Forum Steglitz infolge verpasster Chancen nach dem Umbau auch 2011 noch von erhöhtem Leerstand geprägt. Zwar wurde bereits zum 40-jährigen Jubiläum die Marke revitalisiert, jedoch blieb der gewünschte Erfolg aus. Verbunden mit der weiteren Zunahme der Wettbewerberdichte, zum Beispiel durch den Bau des „Boulevard Berlin“, drohte das Forum Steglitz ins Abseits zu geraten. Ein neuer Centermanager übernahm und schaltete Zepter und Krone ein.



Die Ziele

Die Maßnahmen des Centermanagers, um die Positionierung des Forum Steglitz zu verbessern und zugleich die Frequenz im Center zu erhöhen, mussten umfassend kommunikativ begleitet und ergänzt werden. Dabei kam es zum einen auf kurzfristige Ergebnisse an, zum anderen war eine beständige Werbeerfolgskontrolle und Optimierung wichtig, um auch den nachhaltigen Erfolg zu sichern. In kürzester Zeit sollte eine attraktive Marke für Kunden und potenzielle Mieter aufgebaut werden.

Die Strategie

Das Forum Steglitz musste neu positioniert werden, um wieder einen eigenen Charakter und in Abgrenzung zum Wettbewerb eine Chance im Marktumfeld zu erhalten. Dazu sollte auch die visuelle Identität entsprechend angepasst und geschärft werden – nur so würde der Wandel für alle spürbar. Ziel der Maßnahmen war es, das Forum Steglitz als lebendigen, freundlichen und unkomplizierten Nachbarn im Kiez zu positionieren, der als Einkaufszentrum alles bietet, was man wirklich braucht. Was wir

Der Erfolg

Unter anderem die kommunikativen Maßnahmen haben in 2012 verglichen mit dem Vorjahr zu einer Steigerung der Passanten- und Parkhausfrequenz im zweistelligen Prozentbereich geführt. Und der Vermietungsstand hat mit derzeit rund 95 Prozent einen neuen Höchststand seit dem Umbau 2005/2006 erreicht.

Das Forum Steglitz hat jetzt ein belastbares Markenimage und seine visuelle Identität ist konsistent. Modernisiert und deutlich

kundenfreundlicher neu umgesetzt wurden auch die Website (inklusive „Responsive Design“ zur Anpassung an Smartphones), das Wegeleitsystem und vieles mehr. Nicht zuletzt wurden für den Kunden durch zahlreiche neue Veranstaltungen echte Mehrwerte geschaffen und auch dadurch die Wahrnehmung der Marke positiv verändert. Gemeinsam mit dem Centermanagement und der Werbegemeinschaft setzen wir die erfolgreiche Arbeit fort: Für den Kunden. Unseren König.