



Alle Bilder auf dieser Seite:  
© Maximilian Eulich

## FRISCHER AUFTRITT FÜR DEN EINKAUFSTREFF

Die Kasseler Markthalle, beheimatet im historischen Marstall der Stadt, befand sich mitten im Modernisierungsprozess, als die Corona-Pandemie begann. Mit einer geförderten Digitalisierungs- und Designberatung im Jahr 2021 wurden das Markenprofil geschärft und die Präsenz erhöht. Dank einer Social Media-Strategie nutzen nun neue Zielgruppen die Einkaufs- und Gastro-Angebote.

Die von Efeu umrankte Kasseler Markthalle ist nicht nur ein Kulturdenkmal, sondern seit mehr als drei Jahrzehnten ein lebendiger Treffpunkt in der Innenstadt, der zum Einkaufen und Genießen einlädt. Von regionalen Spezialitäten bis zu mediterraner Feinkost, von nachhaltig gefertigten Taschen bis zu mexikanischem Silberschmuck lassen sich auf zwei Ebenen sowie in einem Außenbereich viele hochwertige Produkte und liebevoll geführte Stände entdecken. Atmosphäre und Angebote der Kasseler Markthalle auch überregional noch bekannter zu machen, war und ist eins der Ziele von Geschäftsführer Matthias Tunnemann und Marktleiterin Juliane Rübner, die den Betrieb zum 1. Januar 2021 neu übernommen haben. Von Timm Hartmann und seiner Agentur Moon Toon Studios ließen sie sich zu Web-Auftritt, Corporate Design und Online-Marketing beraten.

Die passende Förderung des Hessischen Wirtschaftsministeriums und der EU wurde organisiert über das RKW Hessen, mit dem Matthias Tunnemann bereits früher gute Erfahrungen gemacht hatte. Thomas Fabich, Prokurist und Büroleiter Kassel des RKW Hessen, erklärt: „Es ist wirklich etwas sehr Besonderes, ein solches Prestigeprojekt zu unterstützen, das für die Stadt und ihre Menschen nicht nur wirtschaftlich bedeutsam ist, sondern auch eine soziale Funktion hat.“ Für

Tunnemann und sein Team eine wichtige Hilfe in schwierigen Zeiten: „Wir sind gestartet inmitten von Corona und einer allgemein stärker werdenden Kaufzurückhaltung. Hier hat die Beratung über das RKW Hessen sicherlich dazu beigetragen, dass die Umsatzrückgänge geringer ausgefallen sind.“

Zu Beginn stand die Aufgabe, die Marke Kasseler Markthalle von Grund auf neu zu positionieren. „Dazu mussten wir zunächst eine digitale Basis entwickeln, um diese dann stetig erweitern zu können“, erläutert Matthias Tunnemann. Gemeinsam mit ihrem Berater konzipierten Juliane Rübner und er ein neues Corporate Design und entwickelten unter anderem eine Werbestrategie für die sozialen Medien. So konnte eine Kampagne für die Plattform Instagram mit geringem Budgetaufwand eine größere Followerzahl mobilisieren. Und über einen dynamischen Markthallenplan auf der Website lassen sich nun alle Besucher/innen und deren Waren kennenlernen. „Wir haben jetzt einen frischeren Auftritt von Print bis hin zu Social Media“, erklärt der Geschäftsführer. Besonders positiv bewertet er, dass durch die professionelle Unterstützung weit mehr Aspekte angesprochen und bearbeitet wurden als zuvor gedacht. „Darauf aufbauend können wir uns nun vollumfänglich unseren marketingstrategischen Zielen widmen.“ ■ zg