

Praktikum bei der GMA: Ein Erfahrungsbericht von Jana Mayer

Einzelhandel, Stadtentwicklung, Geomarketing – das sind alles Themen, mit denen sich Jana Mayer im Rahmen ihres Praktikums an der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) auseinandergesetzt hat. Sie gibt in ihrem Bericht eine Übersicht über ihre Haupttätigkeiten bei der Gesellschaft, stellt ein Beispielprojekt vor und beschreibt relevante Kenntnisse aus dem Geographiestudium.

von Joelle Alexander, Malena Dennhardt, Laura Tirkkonen

Hintergrund zur Praktikumsstelle

Jana Mayer berichtete am 12.12.2022 im Rahmen des Kolloquiums „Geographie in verschiedenen Berufsfeldern“ von ihrem Praktikum bei der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA). Die 1972 gegründete Gesellschaft hat Standorte in Ludwigsburg (Hauptsitz), München, Hamburg, Köln und Dresden.

Bei der GMA handelt es sich um ein Unternehmen für Handlungs-, Immobilien- und Kommunalberatung, dessen Expertise in der Entwicklung von Standorten und Immobilien sowie kommunalen Entscheidungsabläufen liegt. Als eines der führenden Institute in der Handelsforschung wird bei der GMA viel Forschung zum Einzelhandel und Stadtentwicklung betrieben, auf deren Basis sich Unternehmen u. A. aus den Bereichen Einzelhandel, Immobilien und Gastronomie bei der Standortwahl beraten lassen können.

Ein Beispiel für ein von der GMA entwickeltes Stadtkonzeptes ist der Masterplan für die Heilbronner Innenstadt, der Anfang 2019 verabschiedet wurde. Mit dem Plan wollte man das Stadtzentrum “fit für die Zukunft” machen. Dafür wurden die Einwohner:innen von Heilbronn in den Prozess der Innenstadtentwicklung einbezogen und durch Dialog zwischen der Stadt und der Bürger:innen zukunftsweisende Maßnahmen ausgearbeitet. Hierbei lag der Fokus nicht auf dem privatwirtschaftlichen Vorteil, sondern darauf, wie die Nahversorgung langfristig gewährleistet werden kann und was das Beste für die Bürger:innen ist.

Bezug zur Geographie

Die GMA spezialisiert sich unter anderem auf Geomarketing, welche die Planung, Koordination und Kontrolle kundenorientierter Marktaktivitäten mittels geographischer Informationssysteme umfasst. Somit werden Methoden angewendet, welche den Raumbezug der untersuchten Daten herstellen können. Geographische Aspekte des Marketings können durch die Verwendung von Karten besonders gut dargestellt werden, denn dann sind sie mit einem Blick zu erfassen und gewinnbringend umzusetzen. Die kartographische Visualisierung ist ein wichtiger Bestandteil von Geographischen Informationssystemen im Allgemeinen und von Geomarketing-Applikationen im Besonderen. Auch spielen bei der Standortwahl harte und weiche Faktoren eine Rolle, welche auf Basis aktueller soziodemographischer und wirtschaftlicher Daten von der GMA erfasst werden müssen, bevor Unternehmen dazu beraten werden können. Bei

der GMA erweisen sich zu diesem Zweck allerdings nicht nur Kenntnisse aus dem Bereich der geographischen Informationssysteme als nützlich, sondern vor allem aus der Wirtschafts- und Stadtgeographie, welche sich zum Beispiel in Form einer zeitgleichen Betrachtung der Einzelhandelsentwicklung und damit einhergehend der (Re-)Vitalisierung der Innenstädte gut verknüpfen lassen.

Tätigkeiten im Praktikum

Insbesondere der Anfang des Praktikums war von Datenrecherche und dem Erstellen von Grafiken geprägt. Hierbei durfte Jana Mayer viele Aufgaben in eigenständiger Arbeit durchführen, wie zum Beispiel bei der Zählung von Passant:innen, bei der sie mit einem mechanischen Handzähler arbeitete. Des Weiteren beschäftigte sie sich mit Auswirkungsanalysen, welche die Folgen von Projekten auf die städtebauliche Funktionsfähigkeit und Nahversorgung untersucht haben. Dafür benötigt es eine umfassende Recherche zum rechtlichen Rahmen, Wettbewerbssituation und Umsatz. Außerdem zählten Standortbegehungen und -bewertungen und eine Einzelhandelskartierung zu den Tätigkeiten im Praktikum. Die gesammelten Informationen wurden anschließend in erstellten Karten zusammengefasst.

In ihrer Präsentation stellte Jana Mayer ein Beispielprojekt vor, in welchem es um einen Standortcheck für die Innenstadt von Offenburg ging, wo Baumaßnahmen zur Entwicklung des Einzelhandels durchgeführt wurden. Hierbei wurde der Standort 2016 vor den Baumaßnahmen, 2018 während der Baumaßnahmen und 2022 nach der Fertigstellung der Baumaßnahmen und der Eröffnung des Einkaufszentrums Rée-Carées beobachtet und erfasst. Hierzu zählten beispielsweise die Analyse des Einzelhandels und die Befragung der PassantInnen, zu deren Meinung zur Attraktivität der Innenstadt, sowie deren Herkunft und weiteren Informationen. Des Weiteren wurde eine Frequenzanalyse der FußgängerInnen durchgeführt, bei der die Nutzung verschiedener Straßen an unterschiedlichen Tagen erfasst wurde. So konnte eine Bewertung über das Einkaufszentrum erstellt und dessen Auswirkungen, beispielsweise auf den dortigen Einzelhandel, erfasst werden.

Relevante Kenntnisse für eine Tätigkeit im Bereich Regionalplanung

Für das Praktikum waren Vorkenntnisse im Bereich Geoinformatik nicht notwendig, aber hilfreich, um die Aufgaben schneller und einfacher lösen zu können. Solche Vorkenntnisse hatte Jana Mayer bereits während des Studiums erlangt und konnte diese im Laufe des Praktikums vertiefen. Zu den verwendeten Software-Anwendungen zählten RegioGraph, WebGIS und Map it!. Zusätzlich war ein sicherer Umgang mit PowerPoint, Excel und Word wichtig. Weitere wichtige Vorkenntnisse aus dem Studium erlangte Jana Mayer im Seminar zu „Grundlagen und aktuelle Herausforderungen im städtischen Alltag“. Darüber hinaus besitzen insbesondere praktische Erfahrungen und Kenntnisse für die Tätigkeit in diesem Berufsfeld eine große Relevanz.

Aus Jana Mayers Praktikum ergab sich im Anschluss eine Tätigkeit als Werkstudentin bei der GMA, was zeigt, wie wichtig Praktika für die zukünftige Berufstätigkeit sein können.