



Zukunftsoffensive Schönwald

Kundenbindung, Aktivierung, Strukturen



Carina Killer
Heike Büttner
Dr. Peter Markert

Vorbemerkung

Die Gemeinde Schönwald hat die imakomm AKADEMIE im September 2019 mit der Erarbeitung des Projektes „**Zukunftsoffensive Schönwald – Kundenbindung, Aktivierung, Strukturen**“ beauftragt.

Mit dem Projekt sollen Maßnahmen und Umsetzungsstrukturen definiert werden, welche geeignet sind, den gewerblichen Besatz (Einzelhandel, Gastronomie, sonstige Dienstleister) im Ortszentrum von Schönwald zu stärken und idealerweise Leerstände zu vermeiden bzw. wieder einer Nutzung zuzuführen. Dazu bedarf es einer stärkeren Kunden- bzw. Kaufkraftbindung.

Das vorliegende Strategiepapier stellt die zentralen Ergebnisse aus dem Projekt in komprimierter Form dar. Ganz bewusst soll es sich dabei nicht um ein Gutachten oder eine ausführliche Analyse handeln. Entsprechend dem gesamten Projektzuschnitt wird der Fokus auf eine umsetzungsorientierte Darstellung gelegt, ohne jedoch auf strategische Überlegungen und damit Begründungen für bestimmte Maßnahmen zu verzichten.

Das hiermit vorliegende Papier wurde von der imakomm erstellt. Es ist aber zwingend mit Akteuren aus Schönwald im Rahmen eines geplanten Workshops zu diskutieren, zu verändern, zu ergänzen. In diesem Sinne handelt es sich um einen **veränderbaren Entwurf**.

Hinweis: Aufgrund der Corona-Pandemie und der damit verbundenen Lock-Down-Maßnahmen ab Mitte März 2020 musste der Projektlauf geändert werden. Teilweise konnten so beispielsweise keine persönlichen Gespräche durchgeführt werden, sondern mussten via „Befragungsbogen“ erfolgen. Dies war insbesondere für die Akteure vor Ort eine grenzwertige Herausforderung („ein Projekt, wo ich doch gerade mit meinem Betrieb zu tun habe“). Wir danken an dieser Stelle allen Beteiligten, die sich dennoch tatkräftig mit eingebracht haben, bedauern gleichzeitig etwaige Unannehmlichkeiten und sind umso mehr motiviert, mit diesem Strategiepapier eine gute Basis zu schaffen, auf welcher wir gemeinsam mit den Akteuren vor Ort aufbauen können.

Killer / Markert, Juli 2020

1. Das Projekt	Seite 4
1.1 Hintergrund und Ziele	
1.2 Projektablauf	
2. Die Analyse „auf den Punkt gebracht“	Seite 7
3. Die künftige Strategie	Seite 9
4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm	Seite 11
4.1 Überblick	
4.2 Kundenbindung: Grundmaßnahme 2020	
4.3 „Quick-Win“ 2020	
4.4 Aufbaumaßnahmen 2021 – ein Überblick	
5. Umsetzung 2: Die Umsetzungsstrukturen	Seite 19

1. Das Projekt

1. Das Projekt

1.1 Hintergrund und Ziele

Hintergrund:

Die **Gemeinde Schönwald** im Schwarzwald-Baar-Kreis ist ein staatlich anerkannter heilklimatischer Kurort der „Premium-Class“ und wies insbesondere bis zur Gesundheitsreform (v.a. Änderungen ab 1996) als klassischer Übernachtungsort eine starke touristische Entwicklung auf, von der u. a. Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie profitierten. Auch heute noch ist die Ausstattung an touristischer Infrastruktur im Verhältnis zur Einwohnerzahl von ca. 2.500 Bewohnern bemerkenswert, worauf beispielsweise das Naturfreibad, ein Hallenbad und Skilifte- und Loipennetz sowie bestimmte Events hindeuten. Eine Besonderheit Schönwalds ist zudem die Kuckucksuhr, welche in der Gemeinde im Schwarzwald Ihren Geburtsort besitzt.

Trotz der grundlegend positiven **Rahmenbedingungen** (Infrastruktur, Frequenz, Themen wie „Geburtsort der Kuckucksuhr“ als Ansätze für eine Alleinstellung!), fehlt ein systematisches Inwertsetzen von Kundenpotenzialen. Zudem sind die Gewerbetreibenden als wichtige Akteure für ein solches Inwertsetzen bisher nicht gemeinschaftlich organisiert. Gleiches gilt für Immobilieneigentümer im Ortszentrum.

Ziele:

Mit dem Projekt sollen Maßnahmen und Umsetzungsstrukturen definiert werden, welche geeignet sind, den gewerblichen Besatz (Einzelhandel, Gastronomie, sonstige Dienstleister) im Ortszentrum von Schönwald zu stärken und idealerweise Leerstände zu vermeiden bzw. wieder einer Nutzung zuzuführen. Dazu bedarf es einer stärkeren Kunden- bzw. Kaufkraftbindung. Zudem sollen im Projekt nicht nur eine entsprechende Strategie mit Maßnahmen und Umsetzungsstrukturen definiert werden, sondern auch – zusammen mit der imakomm – in die Umsetzung eingestiegen werden.

1. Das Projekt

1.2 Projektlauf

A. Vorbereitung & Dialog		
A1. Kick-off	mit dem Auftraggeber	
A2. Gespräche Vertreter Ortsentwicklungsgruppe	Videokonferenz	
A3. Sichtung von Unterlagen	u.a. Werbematerialien, Gutachten	Nov 2019 bis
A4. Kurzanalyse vorhandener Leerstände	Abschätzung Marktfähigkeit	Jan 2020
A5. Ableitung einer Nutzungsliste	potenzielle Nachnutzungen	
B. Planung Maßnahme & Dialog		
B1. Maßnahmen Nachnutzungen	basierend auf A5.	Jan – Feb 2020
B2. Def. zentrale Maßnahmen und Umsetzungsstruktur	Maßnahmenkonzept, Anreize,...	Feb – Jun 2020
→ B3. Zukunfts-Camp	Workshop zu Maßnahmen	Sep 2020
B4. Einstiegsmaßnahme	Dokumentation der Planung	Okt 2020
C. Machen & nachhaltig aktivieren		
C1. Maßnahme umsetzen	vgl. B4.	
C2. Aktivierung	Aktivierung im Rahmen von C1.	ab Okt 2020

Stand heute

2. Die Analyse

2. Die Analyse

ZENTRALE AUSSAGEN

„Auf den Punkt gebracht“

DIE GRÖßTEN STÄRKEN

große touristische
Bedeutung, gute
touristische
Infrastruktur

Lage: Hoher Wohn-,
Freizeit- und
Erholungswert

Alleinstellungsmerkmal:
Geburtsort der
Kuckucksuhr

positiver Besatz an
Handels- und
Gastronomiebetrieben

Kaufkraftpotenziale
(Touristen, Pendler)
vorhanden

gute Anbindung,
kostenfreie
Parkmöglichkeiten

engagierte Akteure /
Bürgerschaft

OPTIMIERUNGSPOTENZIALE

eine klare Positionierung
(z.B. Geburtsort der
Kuckucksuhr) ist bislang
zu wenig erlebbar

dezentraler Ortskern
„entlang der B500“

Leerstände und
Angebotslücken

Kaufkraftpotenziale
werden noch zu wenig
ausgeschöpft

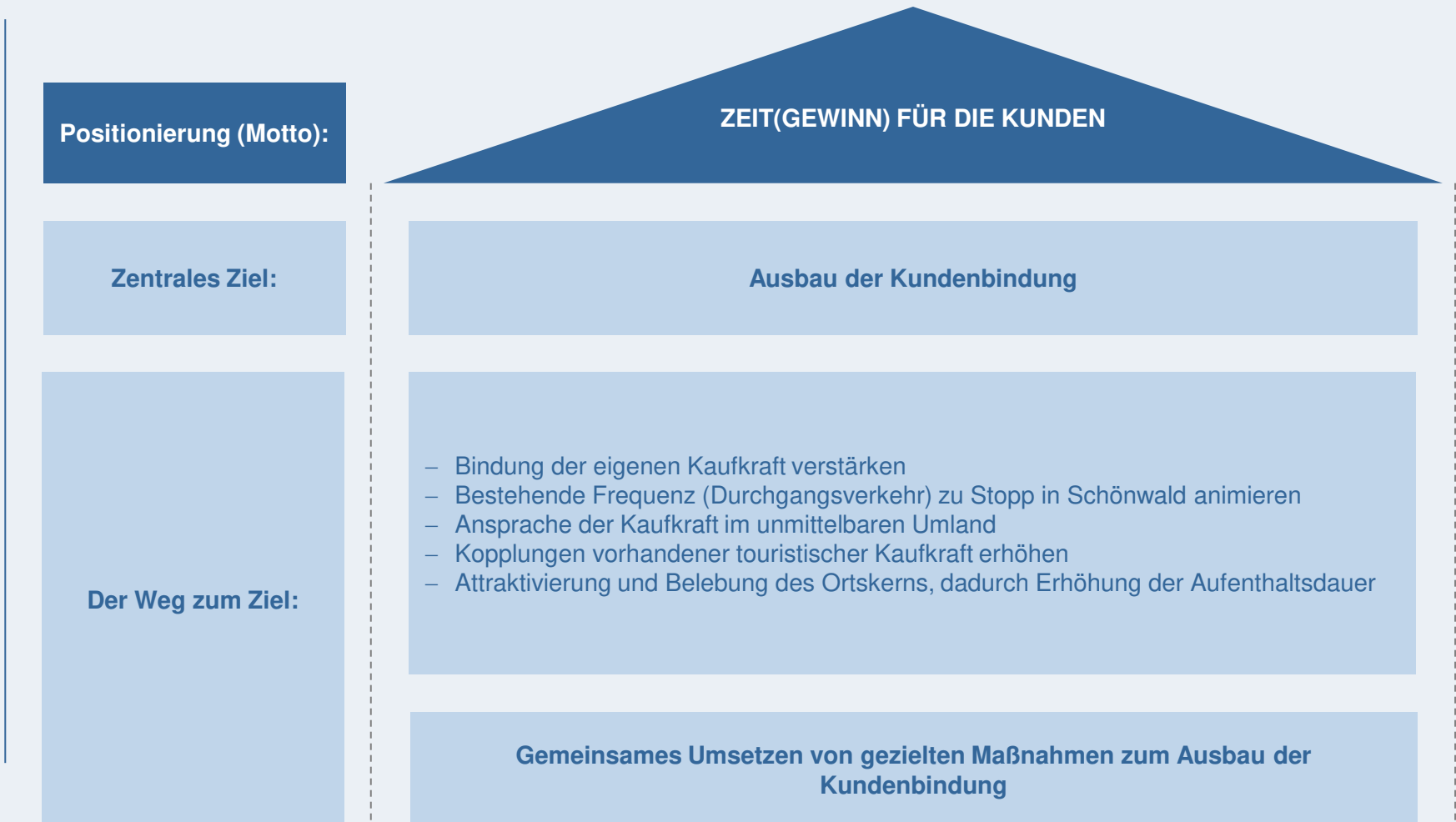
Gesamtkonzept für
Maßnahmen /
Veranstaltungen noch
nicht ersichtlich

Fazit: Schönwald besitzt eine sehr gute Ausgangssituation. Zukünftig müssen die Stärken (v.a. die Kaufkraftpotenziale!) in den Vordergrund gerückt und Optimierungspotenziale durch eine ganzheitliche Strategie bearbeitet werden.

3. Die künftige Strategie

3. Die künftige Strategie

ZENTRALE AUSSAGEN



4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

ZENTRALE AUSSAGEN

4.1 Überblick: Maßnahmenvorschläge



Quelle Hintergrundbild: www.pixabay.com

4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

ZENTRALE AUSSAGEN

4.2 Kundenbindung: Grundmaßnahme 2020

Grundmaßnahme Kundenbindung: Etablierung eines Gemeindegutscheins

1 Ansatz der Maßnahme:

Um die Kundenbindung der Schönwälder/innen sowie von Gästen und Besuchern an die örtlichen Betriebe zu erhöhen, ist die Etablierung eines Gemeindegutscheins („Meine Zeit für Schönwald“) anzustreben. Der Gutschein kann z.B. an zwei zentralen Verkaufsstellen erworben und bei allen teilnehmenden Betrieben eingelöst werden. Nach der Etablierung des Gemeindegutscheins ist eine Erweiterung in Richtung „Arbeitnergutschein“ (44€-Gutschein) denkbar. Ebenso kann der Gutschein zukünftig in ein digitales Format überführt werden.

2 Erste Schritte:

- Konkrete Planung des Gemeindegutscheins
- Anschreiben Betriebe: Teilnehmer gewinnen
- Umsetzung: Start des Gemeindegutscheins, Presseinfo / -gespräch, Mitteilung Amtsblatt, Anschreiben an alle örtlichen Vereine, Plakatierung usw.

3 Kosten:

Mittel: Kosten für Gutschein- und Flyergestaltung, Materialkosten Gutscheindruck, Materialkosten Marketingmaterialien

4 Zeitplanung:

Start der Maßnahme im Herbst 2020

Beispiele aus anderen Kommunen:



Quelle: www.schorndorf-centro.de



Quelle: www.ettlingen.de

4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

4.2 Kundenbindung: Grundmaßnahme 2020

Funktionsweise Gemeindegutschein (analoges Format):

Ein zentraler „Kümmerer“

Die Gestaltung und der Druck der Gutscheine, die Verteilung der Gutscheine an die Verkaufsstellen sowie die gesamte finanzielle Abwicklung (Gutscheinkonto) läuft über einen zentralen Organisator. Für die Gemeinde Schönwald empfiehlt es sich, dass das Gemeindemarketing die Funktion des zentralen „Kümmerers“ übernimmt.

Verkauf des Gutscheins

Der Verkauf des Gemeindegutscheins findet i.d.R. über zwei zentrale Verkaufsstellen statt (z.B. Bürgerbüro und Bankfiliale). Dort können die Kunden Gutscheine in festgeschriebenen Werten (z.B. 5 €, 10 € und 25 €) erwerben. Wird ein Gutschein an einer dieser Stellen verkauft, so gibt die Verkaufsstelle diese Einnahmen an den zentralen Kümmerer weiter, welcher das Gutscheinkonto betreut. Die Verkaufsstellen vertreiben den Gemeindegutschein auf ehrenamtlicher Basis ohne Gewinnbeteiligung.

Einlösen des Gutscheins

Die Gemeindegutscheine können in allen teilnehmenden Geschäften eingelöst werden. Die Geschäfte nehmen die Gutscheine wie Bargeld an und entwerten diese. Eine Barauszahlung sowie die Auszahlung von Restbeträgen ist nicht möglich. Restbeträge können an örtliche Vereine jedoch gespendet werden. Die Geschäfte reichen die gesammelten Gutscheine zusammen mit einer Rechnung an den „Kümmerer“ ein, welcher den Gesamt-Gutscheinbetrag an die Betriebe überweist.

Kosten

Die Kosten für die Gutscheinaktion werden bis zum Ende des Jahres 2021 von der Gemeinde Schönwald komplett übernommen. Es besteht die Option, mittelfristig eine geringe Bearbeitungsgebühr zu etablieren, die z.B. 5% des einzelnen Gutscheinwertes beträgt. Mit der Bearbeitungsgebühr werden die Kosten des Systems (Druckkosten, Umschläge, Marketingmaßnahmen) finanziert.

4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

4.2 Kundenbindung: Grundmaßnahme 2020

Option: Erweiterung des Gemeindegutscheines um Arbeitgebergutscheine

Hintergrund

Für Arbeitgeber besteht die Möglichkeit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bis zu 44 € im Monat an steuer- und sozialversicherungsfreien Zuwendungen zuzuschreiben. Hierbei handelt es sich um Sachbezüge ohne besonderen Anlass, worunter auch Gutscheine aufzufassen sind (vgl. § 8 Abs. 2 S.11 EStG).

„Win-Win-Win“-Situation

Für Arbeitgeber besteht durch den Arbeitnehmergeutschein die Möglichkeit, die eigenen Mitarbeiter für Ihre Arbeit zu belohnen und zu motivieren. Die „beschenkten“ Mitarbeiter erfahren Anerkennung durch den Arbeitgeber und haben zudem bis zu 44 € zusätzlich im Monat auf der Habenseite. Durch den Verkauf von Arbeitnehmergeutscheinen im Rahmen des Gemeindegutscheins bleibt die Kaufkraft darüberhinaus in Schönwald und wird an die vor Ort ansässigen Geschäfte weitergegeben.

Umsetzung

Die Arbeitgebergutscheine sind als solche gesondert zu kennzeichnen und dementsprechend separat zu drucken. Alle weiteren Vertriebsabläufe können im Rahmen des Gemeindegutscheins umgesetzt werden.

Kosten

Die Kosten für die Gutscheinaktion werden bis zum Ende des Jahres 2021 von der Gemeinde Schönwald komplett übernommen. Es besteht die Option, mittelfristig eine geringe Bearbeitungsgebühr zu etablieren, die z.B. 5% des einzelnen Gutscheinwertes beträgt, um den Druck sowie anfallende Marketingkosten zu decken.

4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

ZENTRALE AUSSAGEN

4.3 „Quick-Win“ 2020

Sofortmaßnahme („Quick-Win“): Besondere Zeiten: Wandernder Weihnachtsmarkt

1 **Ansatz der Maßnahme:**

Das Jahr 2020 ist mit vielen Einschränkungen und Herausforderungen verbunden. Diese besondere Zeit bedarf besonderer Maßnahmen: Um die lokalen Betriebe zu unterstützen und das Weihnachtsgeschäft anzukurbeln, wird ein „wandernder Weihnachtsmarkt“ organisiert. Der kleine Weihnachtsmarkt wandert pro Tag von einem teilnehmenden Betrieb zu einem anderen und bringt ein leuchtendes Rahmenprogramm mit sich sowie einen Punsch- und Glühweinstand, dessen Erlöse an einen guten Zweck gespendet werden. Die Betriebe tragen durch individuelle Inhouse-Aktionen, welche selbst organisiert werden, zu einem stimmungsvollen Programm bei.

2 **Erste Schritte:**

- Anschreiben Betriebe: Teilnehmer gewinnen
- Anschreiben Vereine: Einbeziehung
- Planung des Rahmenprogramms
- Planung der Umsetzung

3 **Kosten:**

Mittel: Kosten für Punsch-/Glühweinstand, Marketingkosten, Materialkosten für Beleuchtungselemente, ggf. anfallende Kosten für individuelle Inhouse-Aktionen sind vom jeweiligen Betrieb zu tragen

4 **Zeitplanung:**

Umsetzung der Maßnahmen im Dezember 2020

Beispiele aus anderen Kommunen:



Quelle: www.much-heute.de



Quelle: www.kamen-web.de

4. Umsetzung 1: Das Maßnahmenprogramm

4.4 Aufbaumaßnahmen 2021 – ein Überblick

Aufbaumaßnahmen Kundenbindung		
1	Maßnahme Auf der Höhe der Zeit – Aufwertungsmaßnahmen B500	Ansatz: Die Geschäfte entlang der B500 weiter in Szene setzen, indem vor den Geschäften individuell gestaltete Sitzbänke platziert werden
2	Maßnahme Nehmen Sie sich Zeit – Aufbau eines Leitsystems	Ansatz: Die Betriebe in Schönwald sind über große Teile des Gemeindegebiets verteilt, so dass ein Leitsystem z.B. als „Schönwälder Kuckuckspfad“ anzustreben ist
3	Maßnahme Wir haben die Uhr, bringe Sie die Zeit – Schönwälder Feierabend	Ansatz: Zusammenkommen von Einwohnerschaft, Betrieben, Pendlern und Touristen in den Sommermonaten bei gemeinsamen großen Grillabenden mit Sitzbänken, Musik und Spielmöglichkeiten für Kinder
4	Maßnahme Weiterführung „Kunstschauenster“	Ansatz: Fortführung der Gestaltung von freien Schaufenster- und Ladenflächen durch lokale Künstler (optimal: Bezug zum Thema „Zeit“ oder Kuckucksuhren)
5	Maßnahme Zeit füreinander - Begrüßungspaket	Ansatz: Nutzung kommunaler Kommunikationsplattformen; Zusammenstellung eines „Begrüßungspakets“ mit den Leistungspartnern, um Neubürger auf die Angebote vor Ort aufmerksam zu machen
6	Maßnahme Wir haben Zeit für Sie – exklusive Kleingruppenangebote	Ansatz: Spezielle Angebote der Schönwalder Betriebe für Kleingruppen auch außerhalb der Kernöffnungszeiten (z.B. Kochkurse Schwarzwaldküche, Kuckucksuhr bauen...)
7	Maßnahme Die Tage zählen – Schönwälder Adventskalender	Ansatz: Fortführung des „Wandernden Weihnachtsmarktes“ als Adventskalender (print und online) ab 2021; unterschiedliche teilnehmende Betriebe bieten an 24 Tagen individuelle Aktionen an

5. Umsetzung 2: Die Umsetzungsstrukturen

5. Umsetzung 2: Die Umsetzungsstrukturen

ZENTRALE AUSSAGEN

Ein Vorschlag:

Phasen:	Aufgaben:	Federführung
Phase 1: 2020	– Camp zur Evaluation und Weiterentwicklung der Maßnahmen (16.09.2020)	Gemeindeverwaltung
	– Umsetzung der Grundmaßnahme sowie des „Quick-Wins“	Gemeindeverwaltung
Phase 2: ab 2021	– Evaluation und Fortführung Grundmaßnahme und „Quick-Win“	Initiativkreis
	– Durchführung und Weiterentwicklung der Aufbaumaßnahmen	Initiativkreis

Quelle Hintergrundbild: www.pixabay.com

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht. Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen widerzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de