

HSG | Herdwangen
Schönach
Gewerbeverein e.V.

Leitlinien des Gewerbeverein Herdwangen-Schönach

Der Gewerbeverein Herdwangen – Schönach hat sich zum erklärten Ziel gesetzt, mit Hilfe von Aktionen, gemeinsamen Werbeplattformen und anderen Projekten die Umsätze der einzelnen Unternehmen zu steigern.

Der Gewerbeverein versteht sich als Kooperationspartner im Bereich Wirtschaftsförderung. Gemeinsame Aktionen einzelner Unternehmen können unter dem Dach der Gemeinschaft veranstaltet werden und dadurch eine höhere Resonanz erzielen.

Der Gewerbeverein versteht sich weiterhin als Vermittler zwischen Politik und den Unternehmen.

Da der Tourismus eine sehr wichtige Rolle in der Region Bodensee spielt und daher sehr attraktiv sowohl für Unternehmen als auch Arbeitnehmer ist, hat sich der Gewerbeverein zum Ziel gesetzt den Wirtschaftsstandort verstärkt zu vermarkten.

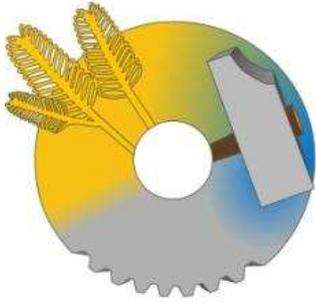
Eine große Rolle spielt hierbei die optimalen Verkehrsanbindungen und die Nähe zu den benachbarten Ländern Schweiz und Österreich. Hierbei könnten in der Gestalt einer Kooperation bzw. Joint Venture Projekte angegangen werden, die für alle Beteiligten von Interesse sein könnten.

Um diese Leitlinien anzugehen und realisiert zu bekommen müssen grundlegende Voraussetzungen geschaffen werden die sich wie folgt darstellen.

1. Analyse

Bevor tiefgreifende Maßnahmen angegangen werden, sollte als erster Schritt eine ausführliche Ist-Analyse erfolgt die folgende Punkte zur Überprüfung hat:

- Standortanalyse
- Imageanalyse
- Akzeptanz bei der Gemeindeverwaltung
- Akzeptanz bei den Kunden
- Akzeptanz der Mitglieder
- Kommunikation
- a) LOGO
- b) Gemeinschaftswerbung
- c) Aktivitäten
- d) Homepage (Internetauftritt)
- Strategie
- Organisation



HSG | Herdwangen
Schönach
Gewerbeverein e.V.

Standortanalyse

Hierbei gilt es zu überprüfen in wie weit der Standort Herdwangen - Schönach für zunehmend entwicklungsfähig betrachtet werden kann. Sind außerdem noch Gewerbeflächen zur Verfügung, wenn ja welche Möglichkeiten einer Subvention unterstützenden Marketingstrategie können angegangen werden um bei Unternehmen Interesse für diesen Standort zu wecken. Welche Unternehmen sollten vorwiegend angesprochen werden? Wie sieht das Marketingkonzept zur Veröffentlichung aus?

Imageanalyse

Wie stellt sich das derzeitige Image des Gewerbeverein Herdwangen-Schönach dar? Kann man schon von Reputation reden, oder steht das Image noch am Anfang seiner Entwicklung? Das ist von ganz entscheidender Bedeutung für den Erfolg eines Gewerbevereins. Nur mit der notwendigen Reputation und dem entsprechenden Ansehen, kann der Gewerbeverein entscheidende Ziele verfolgen und in der Umsetzung auch punkten.

Akzeptanz bei der Gemeindeverwaltung

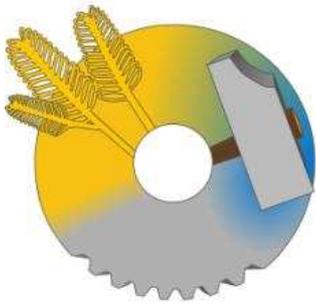
Wird der Gewerbeverein auch bei der Gemeindeverwaltung unterstützt und akzeptiert. Die Zusammenarbeit sollte mit der Gemeindeverwaltung eine vertrauensvolle und kooperative darstellen, um auch dem Gewerbeverein tiefe Einblicke in die aktuellen Geschehnisse der Gemeindeverwaltung zu ermöglichen.

Akzeptanz bei den Kunden

Der Gewerbeverein wird in Herdwangen unterschiedlich wahrgenommen und akzeptiert. So registrieren einige Kunden ganz genau welche Aktivitäten vom Gewerbeverein ausgehen. Diese Akzeptanz bei den Kunden ist zwingende Voraussetzung um einerseits die Verbindungen und die Kommunikation zu den Gewerbetreibenden aufzubauen und zu pflegen und um andererseits auch bei der gewerblichen Ausführung in der Gestalt von Weiterempfehlung neue Mitglieder für die Gemeinschaft werben zu können.

Akzeptanz bei den Mitgliedern

Hierbei ist von entscheidender Bedeutung, dass die Mitglieder des Gewerbeverein geschlossen hinter dem Tun und Handeln Ihres Interessenvertreters „Gewerbeverein“ stehen um damit eine einheitliche Geschlossenheit zu demonstrieren. Uneinigkeit und Verwürfnis innerhalb des Gewerbevereins vernichtet die Entwicklungsfähigkeit und die Motivation einer Gemeinschaft. Unstimmigkeiten sollten unter den Mitgliedern offen diskutiert und mit dem Willen einer Einigung behandelt werden.



HSG | Herdwangen
Schönach
Gewerbeverein e.V.

Kommunikation

a) LOGO

Das LOGO ist die Visitenkarte eines Gewerbevereins und sollte daher auch in den eigenen Reihen anerkannt und akzeptiert sein. Es sollte nicht als verstaubt und altmodisch gelten. Mit dem LOGO an der Ladentür wird alleine die Mitgliedschaft und die Akzeptanz bekundet. Das LOGO sollte ebenfalls mit einem Qualitätsmerkmal verbunden sein, für das allerdings nur die Gemeinschaft Qualitätsmaßstäbe stellen kann.

b.) Gemeinschaftswerbung

Der Gewerbeverein sollte sich mittels Gemeinschaftswerbung in allen Tageszeitungen und im Amtsblatt präsentieren. Einerseits sind damit Kosten für die Anzeige zu sparen andererseits wird dadurch auch der Eindruck verliehen ganz nach dem Motto „Gemeinsam sind wir stark“

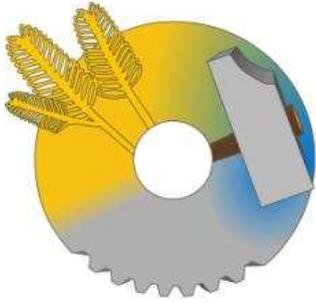
c.) Aktivitäten

Bei sehr vielen Veranstaltungen arbeitet der Gewerbeverein an vorderster Front mit: Das hohe Engagement bleibt Außenstehenden oft verborgen, weil der Gewerbeverein nicht genügend auf sich aufmerksam macht. Sehr stark zeichnet sich der Effekt ab „wir stellen unser Licht unter den Scheffel“. Das kann erklären warum der Gewerbeverein in der Öffentlichkeit ein getrübbtes Image hat.

d.) Homepage (Internetauftritt)

Ein aktuelles Projekt ist die neue Homepage des Gewerbevereins. Dort sollten alle Fachgeschäfte und Fachbetriebe der Gemeinschaft im Stadtplan eingezeichnet und mittels einer Kurzbeschreibung aufgeführt sein.

Mit diesem Serviceangebot sollte der Gewerbeverein die Kaufkraft der Betriebe halten und den Bürgern und Interessenten aufzeigen, wie vielseitig das Angebot an Fachgeschäften bzw. Fachbetrieben sich darstellt. Wer also nach einem bestimmten Produkt in Herdwangen-Schönach und umliegender Region Ausschau hält, kann es in Herdwangen – Schönach finden.



HSG | Herdwangen
Schönach
Gewerbeverein e.V.

Strategie

Der Gewerbeverein muss geprägt sein von einer eindeutig und für jede nachvollziehbare Strategie die intern aufgestellt, beschlossen und umgesetzt werden muss. Hierbei ist es zwingend erforderlich terminierte Steps zu finden, um strategische Eckpunkte erfolgsorientiert und mittels Erfolgskontrolle umsetzen zu wollen. Eine damit verbundene Zielvereinbarung im Einklang einer zeitgerechten Realisierung ist dabei als markantes Instrumentarium unerlässlich. Zielvereinbarungen müssen realistisch, d.h. nicht zu gering aber auch nicht utopisch dargestellt werden, um die Motivation zur Umsetzung nicht zu gefährden. Alle Strategien gehören untereinander abgestimmt und ebenso als vereinbart, um alle Beteiligten geschlossen hinter der Strategie versammelt zu bekommen. Strategie ist der Weg, der zum Ziel führen soll und damit das zentrale Element jeder Konzeption darstellt. Der konkrete Handlungsbedarf leitet sich aus dem direkten Vergleich zwischen „Status quo“ und dem gewünschten Zustand ab:

Organisation

Die Organisation muss klar und deutlich strukturiert sein. Aufgabengebiete gehören präzise unter Verantwortlichkeiten unter Angaben von Namen und Adressen gestellt. Nach außen hin ist eine überschaubare und transparente Organisation wie ein Fundament für ein Haus.

Unübersichtliche und schwammige Organisationsprofile neigen zum Chaos, Kompetenzgerangel, Unverständnis bei den Mitgliedern und schließlich zum Reputationsverlust einer Gemeinschaft.

Nach dem Motto „Jeder macht was er will, Keiner was er soll, aber jeder macht mit“ ist das Verderben eines jeden Gewerbevereins. Jeder Funktionär benötigt sein eigenes Aufgabengebiet und damit seine eigene Identität, sowohl im Innenverhältnis als auch im Außenverhältnis.

Dabei werden klare Aufgabenabgrenzungen im Einhergehen eines „Wir-Gefühls“ geschaffen.

Der Aufbau eines Konkurrenzdenkens untereinander wird vermieden und eine Akzeptanz in der Gemeinschaft geschaffen. Hilfreich wäre ebenso die Organisation in der Gestalt eines Organigramms sowohl den eigenen Mitgliedern im Innenverhältnis aber auch gegenüber Dritten

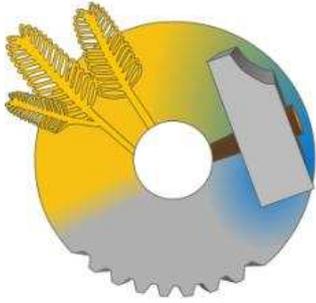
oder der Gemeindeverwaltung im Außenverhältnis zu präsentieren. Damit wird die Kompetenz der Arbeit und zielgeführten Tätigkeit mit einem Maß an Professionalität unterstrichen.

2. Welche inhaltliche Gehalt sollten die Zielvereinbarungen beinhalten

Kommunikative Ziele

a.) Oberziele

Innerhalb eines Jahres muss der Gewerbeverein bei allen relevanten Zielgruppen Vertrauen aufbauen. Seine Handlungen müssen wahrhaftig und glaubwürdig sein, sein Engagement muss bekannt sein. Nur so wird der Gewerbeverein intern und extern akzeptiert und erreicht positives Image.



HSG | Herdwangen
Schönach
Gewerbeverein e.V.

b.) Unterziel

Aufbau einer Identität

Schaffung eines Wir-Gefühls bei den Mitgliedern

Abbau des Konkurrenzdenkens zwischen Gemeinderat, Gemeinde und Gewerbeverein

Akzeptanz bei den Bürgern und Dritten

Vertrauen schaffen bei allen relevanten Zielgruppen über Transparenz im glaubwürdigen und wahrhaftigen Handeln.

Zielgruppen

Gewerbeverein-Mitglieder

Gemeinde Herdwangen – Schönach

Gemeinderat

Kunden der Gewerbeverein-Betriebe

Medien

Schlusswort

Es gibt kein Patentrezept für den Erfolg jedoch Leitlinien gegen den Misserfolg.

Nach dem Motto „jeder ist seines Glückes Schmied“ muss sich der Erfolg oder Misserfolg auf eine gewisse Disziplin stützen, die von jedem Beteiligten erwartet wird.

Eine Leitlinie stellt wie der Name es richtiger Weise aussagt lediglich ein wegweisendes Instrumentarium dar, das mit Leben gefüllt werden muss.

Für eine effiziente und zielorientierte Arbeit gehören eine Checkliste und eine Rückmeldung in der Gestaltung einer Umfrageaktion. Nur so kann eine durch und durch strukturierte Arbeit erfolgen die als Maßstab eines Erfolges eine Akzeptanz zur Folge hat.

Konflikte und Gegensätzlichkeiten gehören umgehend geklärt und Trittbrettfahrer ausgestellt.

Motzer und Querulanten können nur zur überzeugenden Arbeit zum Schweigen gebracht werden.

Eine offene und vertrauensvolle Mitarbeit gibt eine Würdigung der beteiligten Personen und erhält zudem noch ein Gefühl der Zugehörigkeit in der Gemeinschaft.

Der Umgang mit Menschen und Schwierigkeiten ist eine Herausforderung an der jeder gemessen werden kann und sollte.