

G

Strategie des  
Gewerbevereins Trossingen e. V.  
für das Jahr 2019

V

Stand: November 2019

T

»Wohlstand für alle«  
Ludwig Erhard

»Wir müssen versuchen, viel aufgeschlossener als bisher über Probleme, die das Zusammenleben beeinflussen und ermöglichen, nachzudenken und wir müssen dazu kommen, über unser eigenes Unternehmen hinaus an der Gestaltung und dem Ergehen unseres Berufsstandes tätigen Anteil zu nehmen.«

**Christian Burgbacher jun.**, Vorsitzender des Gewerbevereins 1951 bis 1955, i.R. der Wiedergründung des Vereins 1951

- 1 Der Gewerbeverein Trossingen
- 2 Strategieprozess und BarCamp 2018/2019
- 3 Leitbild
- 4 Strategische Felder /Ziele /Aufgaben

»Das elektrische Licht wurde nicht durch die kontinuierliche Verbesserung der Kerzen erfunden.«

**Oren Harari**, Wirtschaftsprofessor der Universität von San Francisco

»Unsere Zeit, die einen Hang zum Gigantischen hat, in der nur jeweils das Größte und Höchste, das Stärkste und Mächtigste gilt, läuft Gefahr, durch immer stärkere Konzentration und Expansion im Handelsbereich die Selbstverantwortlichkeit und Eigenständigkeit des Einzelnen gering zu achten und dies dadurch zu verlieren. (...). Es ist deshalb die wichtigste Aufgabe des Gewerbevereins, die örtlichen Organisationen und Mitglieder im Existenzkampf nach Kräften zu unterstützen.«

**Georg Quandt**, Vorsitzender des Gewerbevereins a.D. im Rahmen der Mitgliederversammlung, Frühjahr 1971

## 1 Der Gewerbeverein Trossingen

Der Gewerbeverein Trossingen blickt auf eine über 150jährige Geschichte zurück. Viele Erfolge hat der Verein erzielt und maßgeblichen Anteil an der wirtschaftlichen Entwicklung und Prosperität in Trossingen. Zweck des Vereins ist nach seiner Satzung die Wahrung und Förderung der Interessen der Industrie, der örtlichen Handwerker, des Handels und der übrigen Selbständigen und freiberuflich Schaffenden. Es sollen die gewichtigen Fragen und Belange der Mitglieder erörtert und Hilfestellungen gegeben werden. Die örtliche Wirtschaft soll durch Werbung, Veranstaltungen, Ausstellungen, Förderung des Fremdenverkehrs und des kulturellen Lebens belebt werden. Ebenso sind Veranstaltungen von Kursen und Vorträgen für die Mitglieder abzuhalten bzw. vorzubereiten.

Die Ideen und Rahmenbedingungen der traditionellen Satzung sind auch in unserer Zeit aktuell und wichtig. Sie müssen zudem in unsere Gegenwart »übersetzt« werden: Jede Zeit hatte ihre eigenen Rahmenbedingungen für die Gewerbetreibenden in Trossingen und Umgebung. Das erste Drittel des 21. Jahrhunderts ist (zunächst) sicherlich geprägt durch Digitalisierung, durch neue Kommunikationsformen sowie durch die Herausforderungen (und auch Chancen) der ökologischen Problemstellungen.

## 2 Strategieprozess und BarCamp 2018/2019

Ein Schritt bei der Weiterentwicklung des Gewerbevereins war ein BarCamp, bei welchem rund 25 Mitglieder des Vereins anwesend waren und neue Schwerpunkte des Vereins, sog. »Strategische Felder«, definiert haben.

## 3 Leitbild

...

## 4 Strategische Felder / Ziele / Aufgaben

### Trossingen 4.1.

Das Erscheinungsbild sowie das Image von Trossingen ist ein entscheidender Faktor für die weitere wirtschaftliche Entwicklung der Stadt. Ein attraktives und lebenswertes Trossingen bindet die Bürger, die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie die Besucher an die Stadt. Von dieser positiven Atmosphäre partizipieren dann Gastronomie, Einzelhandel und das gesamte Gewerbe.

Ziel ist es, mögliche Potenziale auszuarbeiten und zu heben:

- **Förderung der Attraktivität** von Trossingen als Einkaufsstadt oder auch als Musik- und Kulturstadt,
- **Förderung der öffentlichen Wahrnehmung** in Bezug auf (u.a.) Sauberkeit, Bepflanzung, Parkverhalten der Mitbürger,
- Etablierung von »**Identitätsstiftender Gestaltungen**«, wie Outdoor Möbel / Wohlfühloasen, Trossinger Zeitrahmen

Ein weiteres Ziel ist die **Unterstützung, Begleitung und Initiierung von kommunalen Konzeptionen**, so u.a. das Einzelhandelskonzept der Stadt Trossingen. Hierbei sollen folgende **grundsätzliche Maßnahmen** initiiert, angestoßen bzw. durchgeführt werden:

- Mitwirkung bei der Sortimentsgestaltung, der **Schließung von Baulücken** und der Hebung von Potentialen,
- Förderung der Attraktivität des Maschke-Platzes als **Scharnierfunktion / Verbindung** zum Marktplatz und Gestaltung des Bereiches zwischen diesen zwei Plätzen.
- Unterstützung der Wahrnehmung und des Kontakts zur **Musikhochschule Trossingen**, mit Kennenlernen der Strukturen dieser Institution und Kontaktpflege.
- Schaffung von **Kinderbetreuung** zu Einzelhandelszeiten für ein sorgloses Einkaufen von Kunden, die Ihre Kinder in einem temporären Kindergarten abgeben können, sowie Kindergärten in Unternehmen bzw. Kooperationen während der Arbeitszeit. Durch Kontakte mit Firmen, die solch eine Einrichtung betreiben, sollen erste Erfahrungswerte gesammelt werden.

 aktuell federführend:  
**Gustav Betzler, Alexander Keller**

**Networking**

Networking oder Netzwerken heißt, Menschen kennenzulernen und Beziehungen zu pflegen. Ziel ist hierbei der soziale Kontakt, der private, fachliche und wirtschaftliche Austausch sowie die Aussicht auf geschäftliche Kontakte. Ein Netzwerk soll die Wettbewerbsfähigkeit der Beteiligten stärken. Die Zusammenarbeit kann dazu führen, dass die Teilnehmenden eines Netzwerkes sich auch an größeren Vorhaben beteiligen können, für deren Erfüllung sie alleine nicht genügend Kapazitäten hätten.

Netzwerke bündeln auch Wissen und Erfahrungen. Dies ist wiederum die Grundlage für neue Innovationen, die wiederum dabei helfen, die Marktposition der Unternehmen zu stärken. Ziel ist hierbei eine langfristig angelegte Kooperationsbeziehung.

Das Netzwerk des Gewerbevereins Trossingen soll die wirtschaftliche Stärke unserer Region in und um Trossingen positiv beeinflussen. Es soll ein vertrauensvolles, günstiges Klima für leistungsfähige und wettbewerbsfähige Kooperationen und Innovationsvorhaben geschaffen werden.

**Unternehmensnetzwerk – Businessplattform – Website**

Schwerpunkt unseres Netzwerkes soll eine webbasierte Businessplattform sein. Hierüber sollen unterschiedliche Möglichkeiten von Kommunikation und Austausch geboten werden. Die Struktur soll so gestaltet werden, dass auch zukünftige neue Ideen und Vorhaben hierüber abgebildet werden können.

**Zielfoto 31.12.2021: Businessplattform**

Die Businessplattform bzw. die Webseite wird als Suchmaschine von Mitgliedern genutzt, um Anfragen zu starten oder Aufträge zu vergeben. Durch die neue Mitgliederstruktur hat jeder die Möglichkeit auf oberster Ebene Kontakte zu knüpfen Fragen zu stellen oder gleich eine E-Mail an den Chef / die Verantwortliche / die Entscheidungsträger zu verschicken. Dieser Mitgliederbereich ist exklusiv nur für registrierte Mitglieder vorbehalten.

Hierdurch können diverse **Vorteile für die Mitglieder** entstehen:

- Die Kontakte sind bei uns qualifiziert und man muss nicht lange nach einem Unternehmen suchen, auf das man sich verlassen kann.
- Jedes Mitglied bekommt die Möglichkeit sich und sein Unternehmen auf unserer kostenlosen Plattform zu präsentieren
- Durch die Möglichkeit der kostenlosen Beiträge / Blogs bekommt das Mitglied kostenlose Reichweite (Newsletter)
- Neue Möglichkeit an Aufträge zu kommen
- Neue potentielle Geschäftspartner
- Neue Impulse oder Ideen durch die Beiträge von anderen Mitgliedern
- Exklusive Vorträge und Events für Mitglieder

Mögliche **Gestaltungsmaßnahmen** sind:

- **Der Ausschuss im Fokus:** Die Mitglieder vom Ausschuss bekommen einen eigenen Menüpunkt auf der Webseite vom Gewerbeverein. Das Ausschussmitglied präsentiert sich und seine Firma auf dieser Seite. In jedem Newsletter, Beitrag etc. kann z.B. ein Link zum Ausschuss gesetzt. Jedes Mitglied bekommt die Möglichkeit sich und seine Firma in einem separaten Newsletter zu präsentieren (kann, kein muss).
- **Mitgliederportal:** Jedes Mitglied hat seinen eigenen Benutzernamen oder E-Mail, mit dem er sich anmelden kann. Nur durch diese Anmeldung erhält man Zutritt zum Exklusivbereich.
- **Kontaktstärke:** Durch den Eintrag der direkten Durchwahl, Handynummer, persönliche E-Mail-Adresse erreichen wir eine hohe Kommunikations-Geschwindigkeit, die man in einem guten Netzwerk braucht. Eine direkte, ungefilterte Kommunikation ist möglich. Es gehört zum Ehrenkodex, dass diese Kontakte nicht für Werbung oder Spam missbraucht werden dürfen.
- **Mitgliederprofil:** Je besser sich ein Mitglied mit seinen Kompetenzen beschreibt, desto größer sind die Chancen auf Aufmerksamkeit und Geschäftsabschluss.

- **Suchfunktion im Mitgliederbereich:** Alle Mitglieder können in ihrem Profil Stichpunkte angeben und eine Branche auswählen. Diese werden über eine Suchfunktion auffindbar.
- **Marktplatz:** Wer sucht was oder wen? Das Wort »Marktplatz« beinhaltet schon die mögliche Vielfalt. Hier ist am Ende alles möglich wie z.B. Jobbörse, Kleinanzeigen.
- **Einsatz von Backlinks**
- **Beiträge / Blogs:** Jedes Mitglied hat die Möglichkeit einen Beitrag einzureichen, der z.B. ein abgeschlossenes Projekt beschreibt und die damit verbundenen Unternehmen. Was war die Aufgabenstellung? Wie wurde es gelöst? Wie sieht das Ergebnis aus? Durch diese »Blog«-Beiträge erhält der Gewerbeverein automatisch immer mehr Reichweite.
- **Newsletter:** Jedes Nicht-Mitglied und natürlich jedes Mitglied, kann sich für den Newsletter anmelden. Dieser erscheint nur, wenn es auch etwas mitzuteilen gibt. Maximal einmal pro Woche.

### **Unternehmerfrühstück**

Auch in »digitalen Zeiten« ist der direkte menschliche Kontakt sehr wichtig. In einem speziellen Turnus – z.B. alle 8 Wochen – soll daher ein »persönliches Treffen« angeboten werden, welches der Kommunikation, dem Kennenlernen, dem Austausch und dem fachlichen Input (z.B. Vorträge etc.) dienen soll. Hierzu soll ein »Unternehmerfrühstück« etabliert werden, wobei der Begriff »Frühstück« als Platzhalter für unterschiedlichste Arten von Treffen zu verstehen ist. Denkbar ist hier auch ein »After-Hour-Zusammentreffen« etc.

 aktuell federführend:  
**Sascha Schworm**

## Events

Der Standort Trossingen, mit seinem Gewerbe und seinem Einzelhandel, soll seine Stärken und seine Einzigartigkeit präsentieren.

- »Aufwertung« bzw. Neugestaltung des **Stadtfestes trops!**, durch oder als **Gewerbeschau**
- **Straßenmusikfestival**, welches im Rahmen oder im Wechsel zu trops! stattfinden könnte.
- Wiederbelebung des **Wirtschaftsforums** (mit der Stadt)

aktuell federführend:  
**Stefan Kern, Bernhard Thomma,  
Susanne Benkler, Elisabeth Neidich**

## Aktivitäten

Ziel ist die Förderung des gemeinsamen Kennenlernens der Mitglieder und die Schaffung von Mehrwerten:

- Gemeinsamen **Ausflug für Vereinsmitglieder**. Dieser könnte in einem Rhythmus von etwa ein bis zwei Jahren stattfinden. Hierunter fallen Unterhaltungsveranstaltungen (Besuche bei sportlichen / kulturellen Veranstaltungen) sowie geschäftlich orientierte Aktivitäten, so z.B. Besuche bei Benchmark-Unternehmen oder Instituten.
- Vorgenannte Aktivität kann / soll als Türöffner für weitere Treffen im Rahmen von **Unternehmerfrühstück** oder »**After-Work-Sittings**« dienen. Selbstverständlich wird es in diesem Bereich Überschneidungen zu den Ideen der Projektgruppe »Networking« geben.
- Als wichtiges Thema soll auch am Wiederbeleben des **Wirtschaftsforums** festgehalten werden. Im Mittelpunkt der Aktivitäten soll in Verbindung mit dem Team »Networking« das Kennenlernen der Vereinsmitglieder stehen.

aktuell federführend:  
**Willy Walter, Markus Eichhorn**