

Bad Säckingen, 6. Mai 2022

Pressemitteilung

Acht Städte am Hochrhein starten Willkommens-Kampagne, um Kunden zurückzugewinnen

Die Pandemie hat in den Innenstädten Spuren hinterlassen. Obwohl die meisten Coronaregeln aufgehoben sind, vermissen die Händlerinnen, Gastronomen, Dienstleister und innerstädtische Handwerkerinnen weiterhin rund ein Drittel der Kunden. Um das zu ändern, haben sich Akteure aus acht Städten am Hochrhein und aus dem Schwarzwald zusammengetan und eine Online-Kampagne entwickelt, um die Menschen wieder für die Vielfalt in den Innenstädten zu begeistern. Unterstützt werden sie von Wirtschaftsförderern und Gewerbevereinen, der IHK Hochrhein-Bodensee, der Handwerkskammer Konstanz und vom Handelsverband Südbaden. Am 15. Mai startet die Online-Kampagne in acht Städten gleichzeitig. Mit dabei sind: Waldshut-Tiengen, Lauchringen, Rheinfeldern, Bad Säckingen, Lörrach, St. Blasien, Jestetten und Grenzach-Wyhlen.

Die Idee für die Kampagne hatte der Waldshuter Händler Thomas Wartner, der bereits während der Pandemie viele Ideen umgesetzt hat, um mit seiner Kundschaft in Kontakt zu bleiben. Er hat sich mit Unterstützung der IHK, dem Handelsverband Südbaden, der Handwerkskammer Konstanz und Vertretern der Städte und Gemeinden am Hochrhein, im Dreiländereck und im Schwarzwald dafür eingesetzt, bei der Kundenrückgewinnung noch enger zusammenzuarbeiten. „An jedem Standort geht es uns doch

gleich - die Schweizer und auch regionale Kundschaft fehlen. Aufmerksamkeit im Internet bekommt man nur, wenn man eine hohe Reichweite erzielt. Viele Gemeinden oder Gewerbevereine können jedoch kein großes Werbebudget zur Verfügung stellen. Deswegen müssen wir unsere Kräfte bündeln. Gemeinsam können wir viel mehr erreichen“, sagt Thomas Wartner.

Das sieht auch Silke d’Aubert, Wirtschaftsförderin in Grenzach-Wyhlen, so. „Wir sind alle von den Auswirkungen durch die Pandemie betroffen. Überall zeigt sich, dass Menschen noch zurückhaltend sind. Sie gehen weniger in die Stadt und für ein paar Jeans in den nächsten Ort zu fahren, ist für viele undenkbar geworden.“

Die Online-Kampagne ist die Weiterentwicklung einer Willkommenskampagne, die auf Initiative von Thomas Wartner bereits in Waldshut-Tiengen lief. „Unsere erste Willkommenskampagne war erfolgreich. Online muss man aber größer denken, um eine hohe Aufmerksamkeit zu erzielen. Dieser Gedanke war auch der Anstoß für den Arbeitskreis und das Netzwerk ‚Kunden gewinnen wir gemeinsam zurück‘. Ich freue mich, dass ich so viele Akteure in Innenstädten überzeugen konnte, bei der Online-Kampagne mitzumachen.“

(Der Arbeitskreis „Kunden gewinnen wir gemeinsam zurück“ wurde im Februar 2022 gegründet, um Strategien für vielfältige und zukunftsfähige Innenstädte zu entwickeln. Mitglieder sind innerstädtische Unternehmerinnen und Unternehmer, die Gewerbevereine, Wirtschaftsförderer, Citymanagerinnen und Stadtvermarkter.)

Die Weiterentwicklung der Kampagne wurde von der Agentur Logoslab gemeinsam mit der Agentur SK one umgesetzt. „Wir haben in Waldshut-Tiengen den Einbruch der Kundenfrequenz hautnah erlebt. Umso mehr freut es uns, dass wir auch mit der Weiterentwicklung der Idee ‚Willkommenskampagne‘ mit dabei sind“, sagen Gilberto Cammisa und Oliver Novak, Geschäftsführer der Agentur Logoslab. „Mit unserer Kampagnen-Botschaft ‚Willkommen‘, möchten wir die Region Hochrhein gemeinsam mit dem Dreiländereck und auch dem Südschwarzwald kommunikativ stärken und das Bewusstsein, dass die Region als Ganzes ihre Angebote und Reize hat, über regionale und nationale Grenzen hinaus vermitteln.“

Mit einem gemeinsamen Budget von über 25.000 Euro wurden Posts und Anzeigen für Facebook und Instagram entwickelt. Dabei erhält jede Stadt ein individuelles Layout. Das Design hat einheitliche Elemente, bei der Ansprache der Zielgruppen konnte aber jede Stadt selbst entscheiden, welche Bilder sie wählt. „Manche wollten eher Familien, andere junge oder alte Menschen ansprechen. Die Farbgebung wurde entsprechend der Stadtfarben angepasst. Im Hintergrund macht die jeweilige Stadtkulisse Lust auf Bummeln, Shoppen oder die Freizeitgestaltung am jeweiligen Standort. Gleichzeitig werden verbindende Kreise auf jedem Layout dargestellt und es gibt Willkommensgrüße, die für Wiedererkennungsmerkmale sorgen“, erklärt Gilberto Cammisa.

Die Anzeigen werden ab 15. Mai zeitgleich auf Facebook und Instagram geschaltet und laufen für einen Monat. Jede Gemeinde erhält, entsprechend des eingebrachten Budgets, eine eigens definierte Reichweite.

„Für mich liegen die Vorteile für das Mitwirken in diesem Projekt auf der Hand“, ergänzt Silke d’Aubert. „Wir erhalten eine individuelle Darstellung mit einem eigens für uns designten Layout und mit der Kampagnensteuerung über die Social-Media-Kanäle erreichen wir neue Zielgruppen. Wir werden mit der Teilnahme sicherlich mehr Sichtbarkeit auch bei neuen Zielgruppen erlangen und hoffen natürlich auf Besuche und Umsätze am gesamten Hochrhein.“

Weitere Stimmen

Joachim Kunz, Leiter Standortförderung Handwerkskammer

Konstanz

„Eine attraktive Innenstadt wird durch einen guten Branchenmix bestimmt. Nicht nur der Handel und die Gastronomie tragen zur Vielfalt bei, sondern auch das Handwerk, wie Lebensmittelhandwerker, Goldschmieden, Schuhmacherwerkstätten, Instrumentenbauer und viele mehr. Wenn Menschen weniger in die Innenstädte kommen, verliert auch das Handwerk und anders herum. Deshalb ist es für mich selbstverständlich, dass wir bei einer Aktion mitmachen, um die innerstädtischen Betriebe zu fördern.“

Stephanie Lovisi, Vorsitzende des Handels- und Gewerbekeis Lauchringen e.V.

„Auch unsere Gemeinde freut sich, Teil der gemeinsamen Kampagne zu sein. Unsere inhabergeführten Mitgliedsbetriebe in Lauchringen möchten gerne gemeinsam mit den anderen Werbegemeinschaften ein starkes Ausrufezeichen zur Belebung der Innenstädte setzen. Auch in Zukunft möchten wir die

Zusammenarbeit mit den benachbarten Aktionsgemeinschaften intensivieren und bedanken uns bei den Nachbarn aus Waldshut und Tiengen für die tolle Vorarbeit!"

Manuel Kienzler, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung, St. Blasien

„St. Blasien bietet Einkaufen mit Naturerlebnis: Während Sie bei einem Einkaufsbummel durch die Innenstadt schlendern, können Sie das Rauschen der Alb erleben und zwischendrin einen Espresso in einem der heimischen Cafés genießen oder sich in einen der gut besuchten Restaurants mit regionalen Köstlichkeiten stärken. Da wir das Kampagnendesign individuell für unsere Gemeinde anpassen und unseren Slogan ‚Willkommen im Südschwarzwald‘ nutzen konnten, können wir ebenfalls von dem gemeinsamen Auftritt profitieren. Wir freuen uns auf eine harmonische und spannende Zusammenarbeit.“

Thomas Ays, Leiter Kulturamt und Stadtmarketing, Bad Säckingen

„Es geht nur gemeinsam. Eine Floskel, die schon alt, aber aktueller denn je ist. Natürlich kann jeder sein eigenes Süppchen kochen, der Handel, der Tourismus und die Kultur. Wirkungsvoller ist aber der gemeinsame Auftritt. Wir haben doch alle die gleiche Botschaft.“

Über die IHK Hochrhein-Bodensee:

Die IHK Hochrhein-Bodensee ist eine Einrichtung der lokalen Wirtschaft und 1973 im Rahmen der baden-württembergischen Verwaltungsreform aus den beiden Kammern Konstanz und Hochrhein entstanden. Ihr Bezirk umfasst die Landkreise Konstanz, Waldshut und Lörrach. Heute betreut sie mit ihrem Sitz in Konstanz und der Hauptgeschäftsstelle in Schopfheim über 40.000 Mitgliedsunternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung. Als „Selbstverwaltung der Wirtschaft“ übernimmt die IHK eine Vielzahl staatlicher Aufgaben.

Mehr als 2.000 Ehrenamtliche aus Wirtschaft und Bildungseinrichtungen helfen den 69 fest angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dabei.

Presse-Kontakt:

IHK Hochrhein-Bodensee

Heike Wagner

Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Telefon 07531 2860-190, heike.wagner@konstanz.ihk.de

