

Projekt AW.19.2.1

Regional-nachhaltige Vermarktungsstruktur – Machbarkeit

Schlussbericht

Zu Beginn des Projekts lotete ein kleiner Aktivkreis bestehend aus der Führungsmannschaft der asbl Climeec (*Marco REISER, Paul KAUTEN und Gérard SCHEUER*) unter der externen Leitung und Moderation von Dieter Olk, INPUT-Unternehmensberatung in D-Bitburg, die anstehenden Aufgaben aus, um das Ganze strukturiert und sinnvoll anzugehen.

Ziel des Projekts ist es

... die Region Atert-Wark „besser aufzustellen“ um

... gemeinsam am Markt aufzutreten und

... gemeinsam, nachhaltiges unternehmerisches Handeln erfolgreich zu fördern.

Schritt 1:

Bildung einer Arbeitsgruppe

Vorbereitung und Durchführung einer konstituierenden Sitzung, um die Zielsetzungen mit interessierten Akteuren noch einmal zu besprechen, ggf. um die Aufgaben und Ziele noch zu erweitern und um weitere Mitarbeiter und Personen für dieses Projekt zu finden.

Am 9. Mai 2016 fand eine Auftaktveranstaltung statt.

19 Bürgerinnen und Bürger aus der Region (*überwiegend Unternehmer*) hatten sich an diesem Info-Abend für eine aktive Teilnahme gemeldet.

(siehe Liste im Anhang).

Es wurde direkt weiter geplant und die nächste Arbeitssitzung terminiert auf den 30.05.2016.

Schritt 2:

Die Verwaltung der asbl ClimeEC wird die kommenden administrativen Aufgaben übernehmen. Hierzu zählen u.a. die regelmäßige Vorplanung der Arbeitssitzungen (Raumplanung, Druck und Versand der Einladungen).

In dieser ersten Arbeitssitzung wurden im schriftlichen Brainstormingverfahren konkrete Ideen und Vorschläge gesammelt, unterteilt in die Gebiete Tourismus & Kultur; Landwirtschaft und Gartenbau sowie die gewerbliche Vermarktung im Allgemeinen (*hier*: Handel, Handwerk, Industrie).

Alle Vorschläge wurden auf ihre Umsetzbarkeit hin geprüft und priorisiert. Die gemeinsame Analyse und Festlegung der nächsten Schritte wurde auf den 14. Juli 2016 terminiert.

Schritt 3:

Arbeitssitzung am 14. Juli 2016.

Aus insgesamt ca. 50 gesammelten Ideen und Vorschlägen wurden 16 mögliche Aufgaben mit der Priorität a) versehen und wir verständigten uns, diese 16 Punkte weiter zu prüfen sind und ggf. in die Umsetzung zu nehmen.

(s. beigefügte Übersicht)

Es wurde, um das Projekt auf ein wirtschaftlich stabiles Fundament zu stellen, grundsätzlich beschlossen,

- ... die Gründung einer Genossenschaft zu prüfen,
- ... dazu eine erste Plankostenrechnung zu erstellen und
- ... möglichst zu einem späteren Zeitpunkt eine/n Vertriebsleiter/in einzustellen, welche/r für die Umsetzung aller künftigen Genossenschaftsaufgaben zuständig sein wird.

- ... dass es unabdingbar sein wird, eine regionale, gemeinsame Vermarktungsplattform einzurichten und zu unterhalten.

Für die nächste Arbeitssitzung (terminiert auf den 21. Sept. 2016) waren nunmehr die obigen Punkte alle entsprechend vorzubereiten.

Schritt 4:

Arbeitssitzung am 21. Sept. 2016.

Die Gründung einer Genossenschaft erscheint als ein guter Weg, um das Projekt auf eine tragbare Ebene zu setzen. Eine Genossenschaft eignet sich ideal, um Mitglieder (dynamisch) am Projekt zu beteiligen.

Eine Genossenschaft benötigt Gründungsmitglieder und damit einhergehend Gründungskapital als auch Personen zur Umsetzung der bevorstehenden Aufgaben.

Es wurde beschlossen, ...

- ... eine Satzung für die Genossenschaft aufzustellen und
- ... eine Genossenschaft zu gründen;

- ... bis zum Ende des Jahres eine Stellenausschreibung zu machen (Suche nach geeignetem Vertriebsleiter/in) und eine solche Person, soweit vorhanden, fest einzustellen.

Darüber hinaus wird es erforderlich sein, eine entsprechende Vermarktungsplattform zu etablieren. Ohne Vermarktungsplattform wird man nicht erfolgreich am Markt auftreten können. Es ist zu prüfen, inwieweit es solche Anbieter bereits gibt und was hierfür an Investition erforderlich wird.

Eine Investition, die sich indes nur für eine größere Gruppe finanziell rechnen kann und wohl einen Einzelnen überfordert,

... bedarf einer personellen Unterstützung, die sich ausschließlich um das Marketing für eine komplette Gruppe kümmern muss und

... einem entsprechenden Startkapital, was durch die Genossenschaft sichergestellt werden soll.

Einzelnen Betrieben ist es einfach aus Kostengründen nicht möglich, eine solche Struktur alleine zu tragen. Das Konzept sieht vor, dieses in der Region fehlende Know-how gezielt aufzubauen und zu fördern, indem es mit entsprechendem Personal besetzt wird.

Schritt 5:

Arbeitssitzung am 21.12.2016

Die Kriterien für eine Mitgliedschaft in der zu gründenden Genossenschaft wurden festgelegt. Hierbei wird man zwischen fördernden Mitgliedern und einfachen Mitgliedern unterscheiden.

Anfang 2017 ist eine Info-Veranstaltung geplant, um möglichst viele potentielle Gründungsmitglieder zu motivieren, sich aktiv an der Genossenschaft zu beteiligen.

Bis zu diesem Termin waren Aufgaben und Ziele einer Genossenschaft transparent darzustellen, damit keine Unsicherheit bei potentiellen Interessenten aufkommt.

Termin für die Besprechung und Abstimmung aller noch offenen Punkte: 16. April 2017

Schritt 6:

Arbeitssitzung am 16.04.2017.

Die Vorbereitungen zum Start einer Genossenschaft sind weitestgehend abgeschlossen. Anhand der Musterkalkulation sind wir in der Lage, die Wirtschaftlichkeit und den Nutzen für jedes potentielle Mitglied darzustellen.

Eine Gründungsversammlung für den Start der Genossenschaft ist auf den 17. Mai 2017 terminiert.

Die Agentur Art & Wise wurde beauftragt, geeignete Genossenschaftsnamen (mit entsprechendem Schriftzug & Logo) vorzustellen.

Schritt 7:

Öffentlicher Info-Abend am 17. Mai 2017

Die Gründung einer Genossenschaft (s.c.) wurde den interessierten Unternehmen im speziellen und Bürgern/innen im Allgemeinen vorgestellt. Im Vorfeld wurden alle Unternehmen der Region dazu angeschrieben und eingeladen. Über 40 Personen nahmen an der Veranstaltung teil.

Name der Genossenschaft: GRINGGO s.c. (in Anlehnung an die Pionier-Region Kanton Redingen – „Wälle Westen“ sowie die nachhaltige Ausrichtung der Genossenschaft)

Schritt 8:

Gründung -mit Gründungsversammlung und Vorstellung der Satzung-: 15. Juni 2017

Aufgenommen wurden Gründungsmitglieder, die je mindestens einen oder ein mehrfaches an Anteilsscheinen im Wert von 400,-- € zeichneten (das benötigte und anvisierte Eigenkapital beträgt 30 T€; mindestens aber 20 T€).

Bei der Gründung der Genossenschaft haben schließlich 16 Mitglieder insgesamt Anteilsscheine im Wert von 21.200 € gezeichnet.

Ziele von Gringgo:

- Unsere Region und deren Produkte, Dienstleistungen und Menschen über die regionalen Grenzen hinaus bekannt machen.
- Aufbau einer professionellen Vermarktungsstruktur um nachhaltige Projekte / Produkte / Dienstleistungen im Umwelt-, Sozial- und Kulturbereich durch eine aktive Kundenakquise professionell zu vermarkten.
- Verbesserung der regionalen Produktvermarktung durch effizientere Strategien zum Verkauf und Transport.
- Visibilität des regionalen Produktangebotes für Produzenten und Konsumenten erhöhen.
- Zusammenarbeit zwischen Produzent und Konsument fördern.
- Konsumenten responsibilisieren.

In der Satzung wurde festgelegt, unter welchen Voraussetzungen man Mitglied in der "Gringgo" s.c. werden kann.

Einige der Merkmale sind:

- ✓ aus der Region (in LEADER-Region Atert-Wark niedergelassen)
- ✓ denken und handeln in Richtung Ökologie sowie Soziales & Regionales
- ✓ mit dem Regionalgeld „Beki“ arbeiten
- ✓ Mindestens ein Produkt, was als „nachhaltig“ eingestuft ist. Das Produkt muss mind. einen Planungsstatus haben; muss also noch nicht komplett vermarktungsreif sein.
- ✓ Bereitschaft, sich weiter zu entwickeln (Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen).

Darüber hinaus wurde intern noch beschlossen, nunmehr die Suche nach einem „Kümmerer“ (Regionalleiter/in) zu intensivieren. Ohne eine qualifizierte Fachkraft wird man im Bereich Marketing & Vertrieb die notwendigen Akzente nicht werden setzen können.

Der/die Regionalleiter/in (RL) hat neben seiner Leitungsfunktion insbesondere die Aufgaben:

- ✓ Gewerbebetriebe anzusprechen und als Mitglied zu gewinnen (*die Gewerbebetriebe bilden in der Genossenschaft die Grundlage für den Verkauf Ihrer Produkte und sind die Basis, in welchen Bereichen eine Einkaufs-Bündelung organisiert werden soll*)
- ✓ Bürger der Region anzusprechen und als Mitglieder zu gewinnen (ggf. als Fördermitglieder)
- ✓ mit politische Gruppen in Kontakt zu treten und Synergien zu schaffen
- ✓ Darstellung aller Dienstleistungen
- ✓ Öffentlichkeitsarbeit (PR)

- ✓ Mitarbeit bei der Erstellung einer Vermarktungsplattform für Produkte & Dienstleistungen

Er/Sie wird dann verantwortlich für die Installation und das Betreiben einer Internet-Vermarktungsplattform (*sowie deren dauerhafte Pflege und Aktualisierung*).

Über die Vermarktungsplattform ist ein Umsatz im ersten Jahr von 315.000,-- € vorgeplant. (*s. Plankostenrechnung, aus der sich die Aufgaben und gesetzten Ziele mit einer entsprechenden monatlichen Verteilung ablesen lassen*).

Während zum Start die Konzentration auf den Bereich Handel- und Gewerbe liegt, kommen in einer 2. Phase Produkte und Leistungen aus dem Sozial-, Kultur-, Mobilitäts- und/oder Tourismusbereich hinzu.

Die Plattform soll auch als Weiterbildungsplattform dienen, um dieses Know-how durch Multiplikatoren in der Region zu verbreiten.

Insgesamt wird die Plattform nicht begrenzt. Jeder, der die Aufnahmekriterien gemäß der Satzung erfüllt, kann aufgenommen werden.

Schritt 9:

Seit dem 1. April 2018 beschäftigt Gringgo eine hauptamtliche Mitarbeiterin (Frau Sarah Özen) in der Funktion als regionale Vertriebsleiterin.

Ihr Aufgabenbereich ist in einer dezidierten Stellen- und Aufgabenbeschreibung festgehalten.

Ihren, und damit auch den grundsätzlichen Erfolg von Gringgo, wird man bemessen können anhand von folgenden Indikatoren:

- Akzeptanz von "Gringgo"; entsprechende **Anzahl** (neu akquirierter) **Mitglieder**
- Anzahl Wirtschaftsfelder, die durch "Gringgo" vertreten sind
- Anzahl Kriterien für Mitgliedschaft, welche einer nachhaltigen Entwicklung der Region Rechnung tragen (ökologisch, sozial, ökonomisch)
- Anzahl Produkte & Dienstleistungen im Portfolio
- Umsatz, der über die Vermarktungsplattform generiert wird
- Nutzung des Messe-Supports sowie pers. Unterstützungen durch den RL
- Klicks auf der Homepage; Bekanntheitsgrad in der Region und darüber hinaus
- Öffentlichkeitsarbeit (PR und regelmäßige Mitglieder-News, damit der Kontakt zu den Mitgliedern immer aufrecht erhalten bleibt)
- Image und Wachstum von "Gringgo"

Zeitlicher Ablauf / Dauer des Projektes:

Start des Projektes: April 2016
Aktueller Zwischenstand: Juni 2018; Ausscheiden des jetzigen, externen Projektleiters
Fortsetzung: ab Juli 2018 ausschließlich unter Gringgo; zeitlich nicht befristet.

Resümee Berater & Projektleiter:

Das Projekt hatte von Anfang an eine starke Vision. Daraus abgeleitet machten wir eine klar strukturierte Aufgabenstellung.

Die Zusammenarbeit mit den Aktivisten war von Anfang an äußerst kooperativ und konstruktiv.

Das Projekt kann sehr wichtig für die gesamte Region, Ihre Bürger und die Wirtschaft werden.

Sicherlich ist das Ergebnis, eine Genossenschaft zu gründen und eine Vermarktungsplattform zu betreiben, nicht gänzlich neu -ein Rad kann man ja nicht gut 2 x erfinden-; neu und innovativ angelegt ist es aber für die Region.

Es sind bereits einige Arbeitsunterlagen für die Marketing- und Vertriebsleitung erstellt worden; diese gilt es, jeweils zu aktualisieren und weiter auszubauen. So ist es z. B. noch erforderlich, den Begriff „Nachhaltigkeit“ allgemeinverständlich und allgemeinverbindlich zu definieren.

Parallel zur zwingend erforderlichen Mitgliederwerbung ist es jetzt erforderlich, ein Pflichtenheft für die Vermarktungsplattform zu erstellen und letztendlich solch eine Software zu installieren und zu nutzen. Entsprechende Referenzmodelle wurden eruiert und sind vorhanden.

Ohne eine Vermarktungsplattform und den daraus zu realisierenden Erträgen käme auf die Mitglieder eine entsprechend höhere Mitgliedsumlage zu, was ggf zu einer Ablehnung auf Dauer führen könnte.

Eine kontinuierliche und professionelle Weiterführung der Arbeiten sowie ein ständiges Begleiten der Tätigkeiten des RL durch den Verwaltungsrat von Gringgo sind der Garant für das wirtschaftliche Existieren des gesamten Projektes.

Das Projekt ist in sich dynamisch und hat sicherlich exponierte Ziele aber auch weit gesteckte Grenzen, die es ermöglichen, jeweils flexibel zu reagieren und stetig und ständig zu wachsen.

Es sollte nicht allzu schwer sein, die Mammutaufgaben von Gringgo als solche darzustellen und ins Bewusstsein der Bürger/innen zu bringen. Hierzu bedarf es des persönlichen Kontaktes und der Einzelberatung. Nur wer seinen persönlichen Nutzen erkennt wird sich auf Dauer an der Idee und der Genossenschaft beteiligen wollen.

Gringgo hat ein umfangreiches Dienstleistungsportfolio und leistet regionale Vermarktungsaufgaben, die ein Einzelner nur schwer würde bewältigen können. Zudem vereint Gringgo „viele Köpfe“ und hat mit der RL auch die entsprechende Kraft, fokussiert und erfolgreich zu arbeiten.

Wie bereits erwähnt, konzentrieren wir uns auf die Wirtschaftsfelder ...

- ... die gewerbliche Vermarktung im Allgemeinen (*hier*: Handel, Handwerk, Industrie),
- ... Landwirtschaft und Gartenbau sowie
- ... Tourismus & Kultur.

Tourismus und Kultur

Dieses breite Themenfeld betrifft alle ca. 19.000 Einwohner der LEADER-Region Atert-Wark. Auf mittlere und langfristige Sicht wird hier auch ein wirtschaftlich monetäres Ergebnis erzielt werden können; kurzfristig aber noch nicht. Zum heutigen Zeitpunkt kann hierzu noch keine Prognose abgegeben werden. Kurzfristig wird es in diesem Bereich durch die Bündelung der im Kanton vorhandenen Dienstleister und deren Angebote in erster Linie zu einem Imagegewinn kommen.

Für die Genossenschaft wird es dennoch ein gewisses Plus bedeuten, da diese Anbieter ja auch, wenn sie denn davon partizipieren wollen, Mitglied bei Gringgo werden.

Landwirtschaft und Gartenbau

In diesem Bereich sind ca. 220 Betriebe in unserer Region. Gerade die Themen Nachhaltigkeit und/oder Ökonomie und Ökologie betreffen stark diesen Wirtschaftssektor.

Wenn geschätzt nun ca. 10% (22 Betriebe) aktiv für Gringgo gewonnen werden können und im Durchschnitt je Betrieb monatlich „nur“ 2.500 € Umsatz generiert werden, so entspricht dies immerhin einem Gesamtjahresumsatz* in Höhe von ca. 600.000 € nur in dieser Zielgruppe.

Handel, Handwerk, Industrie

Aus den vielen Gesprächen anlässlich der einzelnen Arbeitssitzungen war zu entnehmen, dass jeder Betrieb, der auch Mitglied im Verbund der regionalen Währung BEKI ist, eine hohe Bereitschaft zeigt, Mitglied bei Gringgo zu werden. Jetzt, da Gringgo Realität geworden ist, geht es darum, diese ca. 100 potentiellen Partner mit aufzunehmen. Wenn wir jetzt noch als Zielrichtung für das Jahr 2018/2019 annehmen, weitere 40 Betriebe für Gringgo aktivieren zu können, so sprechen wir von einer Gesamtkapazität von ca. 140 Betrieben in diesem Wirtschaftsumfeld.

Das Angebotsportfolio dieser Betriebe ist sehr heterogen; eine durchschnittliche Umsatzprognose daher nur eingeschränkt möglich. Gleichzeitig ist es aber Fakt, kann kein Mehrumsatz generiert werden, so wird auch kein oder nur ein sehr eingeschränktes Interesse für die Betriebe bleiben. Legen wir einmal fiktiv einen monatlichen Durchschnittsumsatz von 1.800 € zugrunde, so ergibt sich daraus ein Jahresumsatz* von ca. 2,65 Mio. €.

(* der Jahresumsatz ist jeweils mit nur **10,5 Mon** hochgerechnet; 1,5 Mon Abzug wegen Urlaub/Ferienzeiten)

Wir können also festhalten, dass wir immerhin ein realistisches Potential von ca. 3 Mio. € Umsatz haben. Eine interessante Größenordnung, die das Engagement mehr als rechtfertigt.

Die Zeit ist garantiert reif für die Aufgaben. Nutzen wir sie zum gemeinsamen Erfolg der Mitglieder.

Bitburg, den 18.06.2018

gez.: Dieter Olk, Projektleiter

Anhang:

- Liste Teilnehmer Arbeitsgruppe
- Präsentation Kick-off-Veranstaltung
- Präsentation Vorstellung Konzept Gringgo
- Prioritätenliste für die Umsetzung
- Statuten Coopérative "Gringgo" s.c., Plankostenrechnung
- Stellenbeschreibung Reg.-VK-Leitung (RL)