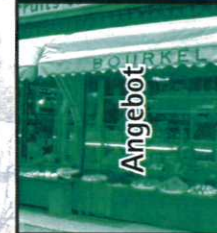


# „Wir für Thalfang“ Marketinghandbuch



### Ortsgemeinde Thalfang

---

Herr Bürgermeister Franz-Josef Gasper

 06504 2313

 ogthalfang@t-online.de

### Ansprechpartner Verwaltung

---

Herr Dr. Josef Adams

 06504 9140-140

 josef.adams@rathaus-thalfang.de

### Organisation Events und Veranstaltung

---

Herr Klaus Hepp

 06504 9140-111

 info@ute24.de

# Marketing

... ist mehr als Werbung!

Dies gilt für jeden Einzelbetrieb und erst recht für einen Standort.

Wenn wir von **Marketing** reden, dann meinen wir damit,

- dass wir auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden in Thalfang eingehen,
- dass wir Leistungen und Produkte anbieten, die von unseren Kunden gewünscht werden,
- dass wir unser Angebot immer wieder an die Bedürfnisse der Kunden anpassen und uns auch regelmäßig Feedbacks geben lassen,
- dass wir Beratung und Service großschreiben.

\* Wenn wir von „**Kunden**“ sprechen, meinen wir damit alle Menschen, mit denen wir als Anbieter zusammenarbeiten also Handelskunden, Klienten und Patienten.

## „Wir für Thalfang“

Uns ist bewusst, dass der Standort Thalfang aus einzelnen Bausteinen besteht, die von den Kunden als Einheit wahrgenommen werden. Am Anfang einer Kaufentscheidung steht immer auch die Entscheidung über den Einkaufsort!

Jeder von uns, ob Händler, Gesundheitsanbieter, Dienstleister, Gastronom oder Teil der Verwaltung stellt einen wichtigen Baustein des Ganzen dar. Für uns alle muss die Maxime unseres Handels lauten: „Was dem Standort gut tut – tut auch meinem Unternehmen, meiner Praxis, meiner Verwaltung gut.“

**Wir bekennen uns daher zum Standort Thalfang und arbeiten aktiv und gemeinsam beim Standortmarketing mit!**

Wir sehen uns als Gewerbetreibende in Thalfang trotz bestehender Konkurrenzen auch als Partner für den Standort. Wir ziehen an einem Strang, empfehlen uns gegenseitig unseren Kunden weiter und bemühen uns als Geschäftspartner konstruktiv und kooperativ zusammen zu arbeiten.



Das Standortmarketing hat erst richtig begonnen! Nachdem wir Analysen durchgeführt und Strategien diskutiert haben, geht es jetzt darum, diese Ansätze in die Tat umzusetzen. Wir möchten ein Signal an unsere Kunden senden: „**Standortmarketing - Wir für Thalfang**“ – wir wollen uns gemeinsam für und mit unseren Kunden verbessern“.

Deshalb möchten wir uns auch **öffentlich zum Standortmarketing bekennen**, indem wir als Ortsgemeinde einzelne Unternehmen der Öffentlichkeit kundtun, dass wir uns beteiligen (z.B. durch Plakate in den Schaufenstern, Beteiligung an Aktionen oder Repräsentation der Interessen der Gewerbetreibenden ).

Das **Standortmarketing ist ein kontinuierlicher Prozess** – dieses Handbuch soll dabei helfen, ihn voranzubringen. Es soll ein „lebendiges Dokument“ sein, welches in regelmäßigen Abständen angepasst bzw. ergänzt wird.

In diesem Handbuch haben wir einzelne Abschnitte durch die folgenden Symbole gekennzeichnet:

■ **Grundlagen** für die tägliche Arbeit

▲ **Aufgaben und Ideen**, die noch weiter entwickelt werden

● **Offene Fragen** - Dinge, die wir noch klären wollen



# Selbstorganisation

Wir Gewerbetreibende organisieren uns in Form **themenbezogener Kooperationen** im Standortmarketing Thalfang. Das bedeutet, dass wir zu ausgewählten Themen Arbeitsgruppen bilden werden, dann auf diese Aufgabe konzentriert bearbeiten und umsetzen werden. Die Arbeitsgruppen werden auf Zeit gebildet. Die Gruppen sollten einen Sprecher wählen, der aber auch rotieren kann.

Wir werden **regelmäßig Stammtische** der Gewerbetreibenden organisieren. Dabei sollen auch die bereits gegründeten Branchenstammtische zu Gesundheit und Gastronomie weiter aktiv bleiben. Neue Bereiche für Stammtische sind erwünscht, wenn sie die Grundidee der Selbstorganisation positiv unterstützen.





Wir achten sehr auf einen **regelmäßigen Austausch und Kommunikation** untereinander. Als kleine, flexible Einheiten denken wir immer wieder neue Aktionen an, organisieren diese und setzen sie um.



- ▲ Wir werden uns ein Logo und einen Slogan zulegen - „Wir für Thalfang“





# Kooperative Werbung – zielgerichtete Werbung

Werbung ist ein sehr wichtiger Bestandteil des Standortmarketings, wie auch für die Vermarktung unserer eigenen Unternehmen.

Wir möchten die Werbung als integralen Bestandteil unserer Unternehmertätigkeit sehr ernst nehmen. Wir wollen dabei das Heft in die Hand nehmen und uns und unseren Standort so darstellen, wie wir es für sinnvoll und zweckdienlich erachten. Werbung sollte stets aktuell sein und jede Werbemaßnahme sollte attraktiv und innovativ sein. Wir sollten eine Werbemaßnahme nur dann durchführen, wenn wir davon ausgehen können, dass sie auch ein Ergebnis erzielt!

Die wichtigste Botschaft, die wir unseren Kunden vermitteln wollen, ist die **Konzentration von Kompetenzen und Qualität vor Ort**. Wer nach Thalfang kommt, findet vieles an einem Standort, aber im Gegensatz zu den Einkaufszentren, gibt es hier auch viel fachliche Kompetenz und die Bereitschaft, die Kunden umfassend und qualitativ zu beraten. Das **Signal** soll lauten:

**Wir haben viele hochwertige Angebote, wir kennen uns aus, wir nehmen uns Zeit für Ihre Beratung, wir arbeiten zusammen!**





- ▲ Die folgenden Ideen könnten unsere individuelle und gemeinsame Werbung verbessern:
- Das **Amtsblatt** soll möglichst früh in der Woche erscheinen. Darum möchten wir uns kümmern.
- Wir suchen eine Möglichkeit in Thalfang oder Umgebung, durch die die einzelnen Unternehmen regelmäßig bei der **Gestaltung ihrer Anzeigen unterstützt** - auch damit die Anzeigen in ihrer Form immer wieder neu und individuell sind.
- Generell scheint es sinnvoll, den **Standort auch als Ganzes zu bewerben**, gerade auch um die Bandbreite des Angebotes in Thalfang regelmäßig zu kommunizieren.
- Die verschiedenen **Bestellservice-Angebote** (Möglichkeiten der einzelnen Unternehmen, Waren aus einem großen Sortiment kurzfristig zu bestellen) sollen **gemeinsam publik gemacht** werden, um zu zeigen, wie umfangreich das Bestellangebot in der Summe ist.



- Mehrere Anbieter können zu besonderen Gelegenheiten **Werbung gemeinsame betreiben**, beispielsweise im Vorfeld eines Marktes oder einer Veranstaltung in Thalfang. Dies käme den einzelnen Betrieben kostengünstiger und könnte Thalfang als integrierten Einkaufsstandort darstellen.
- Bei einer **gemeinsame Verteilung von Flyern oder Angebotsbroschüren** – unabhängig von einer Zeitung – können Kosten eingespart werden.
- Auch **gemeinsame Broschüren** zum Verteilen wären denkbar, in denen sich der gesamte Standort oder einzelne Branchen vorstellen.
- Der Ansatz der **Abendveranstaltungen** zur Weiterbildung soll fortgeführt werden. Es könnte eine Veranstaltung zur Werbegestaltung angesetzt werden, bei denen z. B. auch Vertreter der Zeitungen (Anzeigenabteilung) als Referenten eingeladen werden.





- Auch zum Thema **Internet-Marketing** könnte es eine **Abendveranstaltung** geben, dabei könnten zum einen die einzelbetrieblichen Möglichkeiten der Webpräsenz oder des Internet gestützten Marketings angesprochen werden. Zum anderen könnte auch der gemeinsame Auftritt bei [www.thalfang.de](http://www.thalfang.de) noch einmal **verbessert und verbreitert** werden. Insbesondere könnte eine größere Zahl an Unternehmen gewonnen werden, sich dort umfassend darzustellen.
- Die Web-Plattform [www.thalfang.de](http://www.thalfang.de) könnte soweit geöffnet werden, dass die Unternehmer selbst regelmäßig ihr „**Angebot des Monats**“ einstellen können, sodass der Internetauftritt Thalfangs immer aktuell und interessant bleibt.



# Angebot und Produkte

## Sortiment

■ Was das Sortiment an Waren angeht und das Angebot an Dienstleistungen lassen wir uns von vier Grundsätzen leiten, um **unsere Stärken zu nutzen**:

### ► Die Nähe zum Kunden

Wir sind die **Versorger vor Ort**. Ihren alltäglichen Bedarf möchten unsere Kunden möglichst unkompliziert und schnell in der unmittelbaren Nähe erledigen. Sie nutzen das kompakte Angebot in Thalfang mit seinen kurzen Wegen und geringen Fahrzeiten. Sie nutzen es aber nur dann regelmäßig, wenn sie ihren täglichen Bedarf auch komplett in Thalfang abdecken können.

**Nutzen wir diese Chance!** Entsprechend sollten Sortimentslücken nach Möglichkeit geschlossen werden!

### ► Unsere eigenen Stärken als Anbieter – was wir gut können, was wir gut verkaufen

Wir können uns von den Konkurrenzstandorten und den großen Zentren **abheben**, wenn wir **das Besondere anbieten** und entsprechende Nischen besetzen. Das



Besondere können auch Produkte sein, die man woanders auch bekommt, aber die durch eine besonders kompetente und umfassende Beratung vermittelt werden oder der Service besonders gut ist!



► **Thalfangs Stärken – Anpassung ans Standortprofil**

Die Menschen verbinden mit Thalfang schöne Landschaft, Natur, den Erbeskopf, Ruhe, Erholung und Gesundheit und aktive Freizeitgestaltungen. Wir sollten bei unserer Produktpalette berücksichtigen, was zu diesem Standortprofil passt, was man positiv mit Thalfang in Verbindung bringt und weswegen Kunden auch von weiter weg nach Thalfang kommen würden. Unsere Urlaubsgäste, aber auch Besucher, die nur für eine Tagestour in die Region kommen, stellen ein **großes Potenzial als Konsumenten** dar.



► **Vernetzung und moderne Kommunikation**

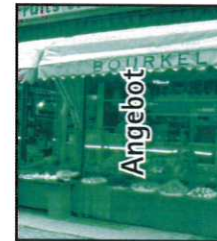
Viele der Thalfanger Einzelhändler haben Zugriff auf sehr umfangreiche **Bestellsysteme**, über die auch einzelne Artikel bezogen werden können. Die Bestellungen werden meist **kurzfristig geliefert**, oft schneller als bei Bestellungen, die die Kunden selbst



durchführen würden. Den meisten Kunden ist diese Möglichkeit gar nicht bewusst, daher soll sie **stärker kommuniziert** werden.

## Kundenorientierung bei Produkt- und Dienstleistungen

- Demografischer Wandel: Unsere Kunden werden **immer älter**, das bedeutet mehr Bedarf an Service und Beratung. Unsere Kunden haben dadurch auch mehr Zeit für ihren Einkauf und sie sind weniger mobil und damit stärker an Thalfang gebunden. Die „neuen älteren Kunden“ sind keine armen Kunden. Wenn sie mit den richtigen Produkten angesprochen werden, können sie einen **bedeutenden Umsatzfaktor** ausmachen.
- Wichtig dabei: Wir werden uns bei Produkten und Service **auf die Älteren einstellen**, aber nicht explizit dafür Werbung machen – die Menschen werden heute älter, sehen sich selbst aber gleichzeitig weniger als „Alte“ und fühlen sich deshalb mit „Senioren-Produkten“ auch nicht angesprochen! Wenn man die ältere Generation ansprechen möchte, dann mit den gleichen Mitteln wie die jüngere. Wir möchten in Thalfang ein gutes und **umfassendes Angebot für alle Altersgruppen bieten**.



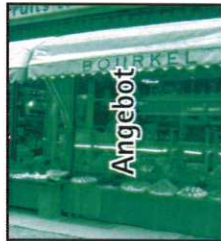
- ▲ Vorschlag: „**Thalfanger Service-Vertrag**“  
– die Zielgruppe „neue Ältere“ zahlt einen kleinen monatlichen Betrag und hat dadurch Zugriff auf **die zahlreichen „kleinen“ Dienste**, die sie oft heute schon in Anspruch nehmen. Die eingenommenen Gelder werden je nach Aufwand an die beteiligten Anbieter verteilt.



## Vertrieb

Gerade den älteren Kunden fällt es schwerer, zum Einkauf in Thalfang als Mitfahrer oder mit dem ÖPNV zu erreichen bzw. die gekauften Waren nach Hause zu transportieren. Ein Ansatz könnte hier ein Einkaufsbus für die umliegenden Dörfer (insbesondere für Ältere und Nicht-Motorisierte) sein. Wenn dieser an einem festen Wochentag fahren würde, könnte dies auch die Konzentration am Samstag entzerren.

Weiterhin könnte man gemeinsam Waren ausfahren, z.B. auch die über die o.g. Bestellsysteme geordneten Waren.





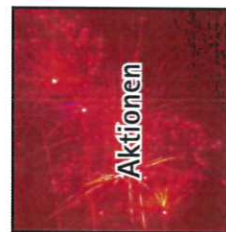
## Events, Feste und Aktionen

■ Wir möchten auch in Zukunft gemeinsam Events, Feste und Aktionen veranstalten und **diese wirklich gut machen**. Dabei gilt das Motto: Klasse vor Masse ! Jedes Fest soll ein **klares Profil** haben und gut vorbereitet und organisiert sein. Die Feste sollen so attraktiv sein, dass Kunden Interesse haben, Thalfang auch mal außer der Reihe zu besuchen. Wir werden uns bemühen, bei Festen in Thalfang auch die **Angebote unserer Gewerbetreibenden platzieren** zu können!

▲ Zum verkaufsoffenen Sonntag: Wenn wir am verkaufsoffenen Sonntag zusätzliche Kunden erreichen und vermehrt Umsätze erzielen wollen, müssen wir **sonntags etwas anbieten, was der Kunde montags nicht mehr bekommt** (zum Beispiel Sonderangebote, Sonderausstellungen, Produkttests und -demonstrationen, Hersteller vor Ort, ...). Das Ziel sollte nicht sein, dass Kunden ihren alltäglichen Einkauf auf einen Sonntag verlagern, sondern dass wir neue Kunden für das Angebot in Thalfang begeistern können und unsere Bestandskunden auf Spezielles und Neues aufmerksam machen!



- Die Kirmes gehört ins Dorf – wir möchten das die **jährliche Kirmes wieder mehr in der Ortsmitte stattfindet** und die Thalfanger Gewerbetreibenden – insbesondere die Gastronomen – stärker mit eingebunden werden und profitieren können.



## Standortwirkung

■ Wie wirkt der Standort auf unsere Kunden?

– Dieser Frage müssen wir uns regelmäßig stellen. Ortsbild, Leerstände, Parkraum, Öffnungszeiten, dies alles bestimmt die **Attraktivität des Einkaufsstandorts ganz entscheidend mit**. Wir engagieren uns für eine positive Ortsgestaltung und für die bauliche Entwicklung unseres Ortes. Wir werden auch dabei mitwirken, das Umfeld unseres Geschäftes in Ordnung zu halten. Dabei halten wir immer den Kontakt zur Gemeinde.

Unsere Geschäftsräume, Läden und **Schaufenster** sind Teil des Gesamtbildes des Ortes Thalfang – deshalb verpflichten wir uns gegenseitig darauf gut zu achten, dass diese **attraktiv und modern aussehen**. Dazu gehört auch, dass Name und Öffnungszeiten am Geschäft angeschrieben sind und dass auf einen Blick erkennbar ist, was der Betrieb anbietet. Wir werden den Straßenraum vor unseren Geschäftsgebäuden sauber halten und immer wieder durch Pflegemaßnahmen an unseren Fassaden unseren Kunden zeigen: „Wir möchten, dass Euch das Einkaufen Spaß macht, dass Ihr in einer angenehmen Atmosphäre Euren Einkäufen und Erledigungen in Thalfang nachgehen könnt.“



■ Öfter mal was Neues! Es tut unserem Betrieb und dem Bild von Thalfang gut, wenn wir unsere **Auslagen und Schaufenster regelmäßig neu gestalten**. Auch Kleinigkeiten, wie eine seit Jahren stehen gebliebene Uhr, tragen als kleiner Baustein mit zur Gesamtwirkung bei. Wir wollen darauf achten und uns gegenseitig auf solche Dinge aufmerksam machen – keiner sollte uns das übel nehmen.

▲ Es stehen bereits mehrere Geschäfte in Thalfang leer. Die Gemeinde und die Gewerbetreibenden sollten sich aktiv bemühen, geeignete neue **Nutzer für leerstehende Geschäftsräume zu finden**. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass das Sortiment in Thalfang sinnvoll ergänzt wird und keine ruinösen Konkurrenzen aufgebaut werden.

● Es soll versucht werden, die **leerstehenden Schaufenster gemeinsam zu bestücken**. So kann die eigene Präsentationsfläche erweitert werden und die Leerstände sind nicht mehr so offensichtlich. Wichtig ist dabei, dass die Dekorationen auch regelmäßig ausgewechselt werden (z.B. 1x monatlich).



# Branchen

Einkäufe in einem Geschäft, Besuche bei einem Arzt oder Gesundheitsdienstleister oder Gänge zur Gemeinde, Bank oder Post werden oft mit Einkäufen und anderen Tätigkeiten in Thalfang kombiniert. Umgekehrt bedeutet dies auch, wenn Thalfang durch den Wegfall einiger Geschäfte oder Ämter an Anziehungskraft verliert, hat dies auch direkte Folgen für alle Gewerbetreibenden. Daher sollte jede Schließung eines Geschäftes oder Amtes vermieden und als eine ernsthafte Gefährdung des Standortes Thalfang angesehen werden.

Im Folgenden führen wir auf, was sich die verschiedenen **branchenspezifischen Stamm-tische und Arbeitsgruppen** vorgenommen haben. Auch diese Darstellung soll mit der Zeit immer wieder angepasst werden. Weitere Branchen können noch aufgenommen werden, z.B. Einzelhandel, Tourismus, Finanzdienstleister oder Handwerk.

## ► Gesundheit

Die Gesundheitsdienstleistungen haben für die Thalfanger Kunden einen sehr hohen Stellenwert.

■ Das Wichtigste ist für die Gesundheitsdienstleister, **gemeinsam vorzugehen und noch stärker zusammenzuarbeiten**. Wir

Marketinghandbuch Thalfang



möchten uns in unserer Arbeitsgruppe weiterhin treffen und gemeinsam überlegen, wie wir das gute Angebot in Thalfang aufrechterhalten und verbessern können.

▲ Es gibt in Thalfang im Verhältnis zur Einwohnerzahl eine große Bandbreite an Leistungen. Diese werden aber von den potentiellen Patienten bzw. Kunden im Einzugsbereich bisher nur eingeschränkt wahrgenommen. Daher wollen wir in Zukunft verstärkt **Marketinginstrumente** einsetzen und die Kunden noch besser informieren.

▲ Zunächst soll eine gemeinsame **Imagebroschüre über Gesundheit und Wellness** in Thalfang erarbeitet werden. Als einen Einstieg hierzu haben wir bereits die Bestandteile der Leistungspalette im Gesundheitsbereich gesammelt. Dabei wurden auch die bestehenden Kooperationen zusammengetragen. Die Gesundheitsdienstleister diskutierten, wie sie ihr Angebot abrunden können und setzen dabei insbesondere auf weitere Kooperationen. Besondere Potenziale werden insbesondere in der direkten Zusammenarbeit mit Tourismusangebietern gesehen.

● Wir möchten der **Gefahr begegnen**, dass sich für die bestehenden **ärztlichen Praxen eventuell keine Nachfolger** finden lassen und dass es daher in 10 Jahren fast keine Ärzte mehr in Thalfang geben könnte.



Insbesondere wollen wir aber die Stärken von Thalfang nutzen und die Gesundheits- und Wellness-Nische erhalten und weiterentwickeln.

► **Gastronomie**

Die Gastronomie wird **themenbezogen eine eigene Arbeitsgruppe** innerhalb der Organisation der Gewerbetreibenden sein. Die folgenden Ideen und Anregungen haben wir für unseren Bereich bereits gefunden und wollen einige davon in der nächsten Zeit umsetzen:

Auch die Gastronomen wollen gemeinsame  
▲ Produkte und Angebote etablieren. So könnte es eine **kulinarische Weinprobe** im Ferienpark für Touristen und Heimische geben oder ein **Seefest/Schlemmerfest**. Auch ein spezielles **gastronomisches Angebot am Handwerkermarkt**, das die Gastronomen gemeinsam auf die Beine stellen, ist wieder gut vorstellbar.

Ein Erfolg könnte auch die Idee werden, dass  
▲ die Thalfanger Gastronomen „**Schlemmerabende**“ **in den Bürgerhäusern** der umliegenden Ortschaften anbieten – insbesondere dort, wo keine Gastronomie mehr vorhanden ist.



● Die lokale Gastronomie sollte in Zukunft **stärker bei Events in Thalfang mit einbezogen werden**. Sie soll ihre hochwertigen Produkte und Leistungen anbieten können, wenn es gelingt, viele Menschen nach Thalfang zu bringen.

▲ Die Gastronomen wollen sich auch besser koordinieren und dort zusammenarbeiten, wo sie gemeinsam mehr bewirken können. So sollen die Öffnungszeiten und die Speisekarten **besser abgestimmt werden** (z.B. mit Saisonangeboten oder Spezialitätenwochen). Es soll eine **Jahresplanung** mit Events erstellt und veröffentlicht werden und je nach Saison sollen regionale Produkte mit in das Angebot aufgenommen werden. Auch die **Schulung und Weiterbildung** von Personal kann in Zukunft stärker gemeinsam betrieben werden.

▲ In Bezug auf die Werbung wollen die Gastronomen gegenseitig Prospekte füreinander auslegen, **gemeinsame Flyer für Events** erstellen und verteilen. Die Internet-Angebote werden überarbeitet und insbesondere in die **Sprachen unserer Gästegruppen** übersetzt werden. Auch die Speisekarten werden in Zukunft verstärkt **mehrsprachig** sein.



Marketinghandbuch Thalfang




**Fotos:**

Reinhold Anton  
Herbert Thormeyer  
pixelio.de  
TAURUSpro



Gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland Pfalz und die Lokale Aktionsgruppe LEADER Erbeskopf aus Mittel des Landes, des Bundes und der Europäischen Union.

 **TAURUS** *pro*

Luftkurort  
 **Thalfang**