

#HAGENrestart2021

Hagener Agenda zur Stärkung des Hagener Einzelhandels, der Gastronomie, der Hotellerie und der Kreativwirtschaft nach der Corona-Pandemie

Hintergrund

Die Hagener Wirtschaft leidet seit Monaten stark unter dem pandemiebedingten Lockdown. Alle Bereiche sind betroffen, insbesondere jedoch der Hagener Einzelhandel (Ausnahme Lebensmittel), die Gastrobranche, die Kreativwirtschaft sowie die Hotellerie in der Stadt (= Zielgruppe der geplanten Maßnahmen). Besonders aktuell in Zeiten hoher Inzidenz und erschwerten Zugangs zum lokalen Konsum durch click&meet oder click&collect verschlechtert sich die Perspektive weiter. Von Land und Bund sind vielfältige Unterstützungen auf den Weg gebracht worden wie die Soforthilfe, die Überbrückungshilfen oder spezielle, branchenbezogene Programme. Die größten finanziellen Herausforderungen können so für die einzelnen Gruppe abgedeckt werden. Eine echte Zukunftsperspektive stellen sie jedoch nicht dar.

Daneben fungiert die Coronakrise wie ein Brandbeschleuniger für die besonders stark betroffenen Bereiche. Es droht, dass Kunden dauerhaft dem lokalen Einzelhandel den Rücken kehren und sich vermehrt den Online-Angeboten zuwenden. Die Kunst- und Kultur- sowie die Kreativszene wird substantiell ausgedünnt. Es ist zu befürchten, dass nur publikumsstarke Angebote die Pandemie überstehen werden. Die kulturelle und kreativwirtschaftliche Vielfalt der Stadt ist bedroht. Auch die gastronomischen Angebote werden dauerhaft kaum in dieser Vielseitigkeit in der Stadt zu halten sein, wenn neben den großangelegten Leistungen des Landes und des Bundes nicht am strukturellen Wandel und der Zukunftsfähigkeit dieser Branchen gearbeitet wird.

Die HAGEN.AGENTUR greift diese Herausforderungen auf und möchte eine breitangelegte Agenda zur Stützung der besonders betroffenen Wirtschaftsbereiche in Hagen auflegen. Dabei kann es nicht sich nicht um ein echtes und vollumfängliches Konjunkturprogramm handeln, da die lokalen Anstrengungen die übergeordneten Förderinstrumente nur ergänzen können. Im Zentrum des Aktionsprogrammes stehen daher Maßnahmen, die helfen sollen, den notwendigen Strukturwandel einzuleiten, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, besseren Marktzugang zu erhalten, Neues einfach auszuprobieren und die Umsätze wieder zu steigern. Es geht darum, grundsätzlich die Attraktivität der Innenstädte und Vor-Ort-Zentren sowie die Vielfalt der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erhalten. Gute Ideen und Initiativen sollen Vorbilder für andere geben und auch ein Stück Hoffnung und Zuversicht vermitteln. Die Initiatoren wollen ihren aktiven Beitrag leisten.

Begründung

Die Agenda ist ein erstes konkretes Projekt von #HAGEN.Horizonte2035 und möchte damit eine Einladung an alle handelnden Akteure in der Stadt aussprechen, diese ersten Programmbausteine durch eigene Aktionen zu unterstützen. Es wird aktiv an die Partner wie SIHK, Kreishandwerkerschaft, Unternehmerverein, Unternehmerrat, Citygemeinschaft, Werbegemeinschaften, Marketingclub, Sparkasse, Märkische Bank etc. appelliert, sich dieser Initiative anzuschließen und unter dem gemeinsamen Motto #HAGENrestart2021 im Rahmen der Wachstumsinitiative #HAGEN.Horizonte2035 Verantwortung zu übernehmen, eigene Aktionen zu entwickeln und gemeinsam für den Standort einzutreten. Mit einer Vielzahl der Einrichtungen laufen bereits vorbereitende und vielversprechende Gespräche. Aber auch bereits gestartete Initiativen wie der Aktionsplan Innenstadt der SIHK zu Hagen sind hervorragende Ansätze, die eine kommunikative Unterstützung erfahren sollen. Dabei wird explizit darauf geachtet, ergänzende und aufeinander abgestimmte Maßnahmen zu ergreifen.

Folgende Maßnahmen sind geplant, können sich im Detail aber noch verändern und weiterentwickeln. Auch sollen sie durch weitere, private Angebote unter dem Dach der Wachstumsinitiative #HAGEN.Horizonte2035 vereinigt werden:

#HAGENrestart2021

1. Neue Marktzugänge

Gerade der Handel, aber auch die Gastronomie und die Kultur- und Kreativwirtschaft leben von analogen und präsenten Formaten. Der Kunde, der Gast oder der Zuschauer steht im Zentrum des Betriebs, und das Geschäftsmodell basiert auf der direkten Vermittlung und Ansprache. Jedoch werden andere Marktzugänge durch zum Beispiel digitale Medien immer interessanter und relevanter. Eine echte Konkurrenz zu den beherrschenden Plattformen kann und soll nicht erzeugt werden. Es geht vielmehr darum, kleine, inhabergeführte Einrichtungen oder Akteure der Kreativwirtschaft auf dem Weg der Erschließung neuer Kundengruppen und Märkte zu unterstützen. Ein erstes Pilotprojekt (Fokusgruppe Handel) des bei der HAGEN.AGENTUR angesiedelten Kompetenzzentrums Mittelstand 4.0 des BMWI, konnte zehn Hagener Unternehmen auf dem Weg in eine digitale Präsenz und in neue Märkte unterstützen.

Daher soll ein neuer Ideenwettbewerb aufgesetzt werden:

#HAGENrestart: neue Marktzugänge erschließen!

Die besonders betroffenen Zielgruppen Einzelhandel (ohne Lebensmittel), Gastronomie, Hotellerie und Kreativwirtschaft können sich mit einem einfachen Konzept (eine Seite!) formlos an die HAGEN.AGENTUR wenden. Diese Ideen werden von einer kleinen, flexiblen Jury in kürzester Zeit bewertet. Danach wird im Erfolgsfall der Zuschlag für die Idee erteilt. Der Bewerber sucht sich daraufhin einen Umsetzungspartner (Multi Channel, Online Shop, Marketing Agentur etc.) oder setzt das Vorhaben selbst um. Die Rechnungen für die Beratungsdienstleistung werden von der HAGEN.AGENTUR beglichen.

Es sollen 25 Ideen gefördert werden. Die Umsetzung kann kurzfristig erfolgen. Kombiniert werden sollen die Unterstützungen durch die HAGEN.AGENTUR mit weiteren bereits zugänglichen Förderzugängen. Der Vorteil des Ideenwettbewerbes liegen neben der unkomplizierten, schnellen und konkreten Antrags- und Abwicklungsphase auch in der Schaffung von Sichtbarkeit für die Unternehmen.

Beispiel: Aufbau einer Kundenbindungs- und Servicestrategie mit WhatsApp – Business für den inhabergeführten Einzelhandel.

Der Ideenwettbewerb steht weiteren unterstützenden Partnern zur Umsetzung offen. Die finalen Details zur Realisation sind derzeit in Klärung.

2. Neue Geschäftsmodelle

Durch die Corona-Pandemie werden bestehende und einstmals gut funktionierende Geschäftsmodelle stark auf die Probe gestellt. Daher wird es notwendig werden, neben einer stärkeren Sichtbarkeit (s. o.) die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, neuer Produkte, Dienstleistungen zu forcieren. Oftmals mangelt es nicht an der Idee oder der Zeit. Vielfach sind es einfach kleine Anfangsinvestitionen, die eine weitere Sparte, eine neue Einnahmequelle und damit die inhaltliche Weiterentwicklung des Geschäftsmodells verhindern.

Aktuell ist Geld zwar kostengünstig bei den hiesigen Geldinstituten zu leihen, mit der derzeitigen Geschäftslage, Eigenkapitaldecke und der Aussicht, sich noch weiter in die finanzielle Abhängigkeit zu bewegen, scheuen besonders Kleinunternehmer für sie kostenintensive Neuentwicklungen.

Hier will die HAGEN.AGENTUR mit verschiedenen Partnern einen neuen Innovationspreis ausloben:

#HAGENrestart: neue Geschäftsmodelle entwickeln!

Eine kleine Jury prämiert Ideen von Unternehmen der oben genannten Zielgruppe, die in dieser schwierigen Zeit neue Wege gehen wollen und sich mit Innovationen und neuen Ideen für ihr Unternehmen neue Umsatzwege erschließen wollen. Das neue Produkt, die Idee, die Innovation etc. wird vom Unternehmen ausgedacht. Es ist nicht zwangsläufig z. B. eine technologische Innovation im eigentlichen Sinne notwendig. Wichtig ist, dass das Unternehmen dieses Verfahren, die Dienstleistung, das Produkt etc. in der Form noch nicht eingesetzt hat und sich dadurch neue Märkte erschließt.

Insgesamt sollen 20 Ideen und Innovationen prämiert werden. Die HAGEN.AGENTUR nimmt formlose Kurzbewerbungen entgegen und hinterlegt eine Bewertungsmatrix. Die Kombination mit dem Programmteil 1 ist denkbar.

Beispiel: alt-ingesessenes Cafè denkt über einen nachhaltigen Lieferdienst nach, möchte dazu ein Lastenrad mit Kühlfunktion für Backwaren entwickeln und bewirbt sich um die Mittel zur Anschaffung des Rades.

Alternative Förderzugänge werden selbstverständlich auch hier geprüft. Weitergehende Beratung zur Geschäftsentwicklung wird durch die HAGEN.AGENTUR geleistet.

3. hagenliefert.de - Angebotsausweitung

Die City-Gemeinschaft startete vor gut einem Jahr in gemeinsamer Initiative mit HAGEN.BUSINESS eine Plattform, auf der alle Hagener Unternehmen kostenfrei vermerken können, dass sie auch während der aktuell schwierigen Zeit – und natürlich unter Einhaltung aller Vorschriften und Anordnungen – Lieferdienste anbieten.

Die Idee war es, eine zentrale Anlaufstelle für Bürger*innen und Kund*innen, die hoffentlich eine Vielzahl unserer Unternehmen dort finden und auch kontaktieren können, aufzubauen.

Das HAGEN.LIEFERT Angebot zeigt damit, dass HAGEN liefert!

Dies ist ein wichtiges und aus unserer Sicht richtiges Signal in Zeiten, in denen viele Einzelhändler bangen, dass Umsätze ins Internet abfließen, während sie selbst gezwungenermaßen nur eingeschränkt agieren können. Ein Zusammenstehen der lokalen Unternehmen sollte man daher nicht nur stützen, sondern bewusst fördern. Das System ist derartig erfolgreich, dass es vielfach mit der Unterstützung der Initiatoren von anderen Regionen umgesetzt worden ist (z.B. MK, EN, So etc.).

Nach gut einem Jahr und ca. 400 eingetragenen Unternehmen auf der Website www.hagenliefert.de, muss diese Seite weiterentwickelt und ausgebaut werden.

Folgende ergänzende Inhalte und Funktionen sind denkbar bzw. angedacht:

1. Direkte Terminvereinbarung/Verlinkung zur Terminbuchung des einzelnen Unternehmens (Click&Meet)
2. Bei den Profilen und Accounts wird zusätzlich ermöglicht, „Produkte“ anzulegen, die dann auf hagenliefert.de "angepriesen" werden. Hier kann beispielsweise jeweils ein Bild hinterlegt werden.
3. Optimierung der Seite für mobile Endgeräte
4. Link zum Shop bzw. Produkt
5. Shop-Rundgänge
6. Bessere Such- und Filtermöglichkeit
7. Newsportal / Corona-News für die Lieferdienste
8. Verknüpfung mit anderen Projekten von HAGEN.restart2021 (eventuell Upload-Funktion für die Punkte 1+2 aus dem Aktionsprogramm)

Die Erweiterungen bringen große Chancen für die eingetragenen Unternehmen. Wer in der digitalen Zeit erfolgreich sein will, muss sichtbar sein und gefunden werden. Wer digital nicht sichtbar ist, hat auch analog keine Chance mehr. Eine starke digitale Präsenz ist heute eines der wichtigsten, wenn nicht *das* wichtigste Kriterium für wirtschaftlichen Erfolg.

Durch die oben genannten Erweiterungen bieten wir auch kleineren Unternehmen die Möglichkeit, ohne viel finanziellen Aufwand ihre digitale Präsenz zu erhöhen und neue Absatz- und Vertriebswege zu finden.

Begleitet werden müssen die technischen Erweiterungen auch mit erhöhten medialen Aktivitäten in Werbung und Kommunikation.

4. HAGEN.Cash-back.Gutschein

Diese Maßnahme zielt direkt auf die Schaffung von Kaufkraftanreizen in Hagen ab. Die Idee ist, Bürger, die im Laufe einer Woche einen Umsatz in Hagener Unternehmen von mehr als 200 € getätigt haben, einen Gutschein über 20 € zu übersenden, der wiederum bei ausgewählten Hagener Unternehmen einzulösen ist. Der Effekt kommt also doppelt bei den Hagener Einzelhändlern an und entfaltet in der ganzen Stadt Wirkung. Die HAGEN.AGENTUR nimmt die einzureichenden Kassenbons an, prüft die Richtigkeit und gibt den Gutschein aus (Pforzheimer Modell).

Die Gutscheinförderung sollte in Form eines „Preisausschreibens“ (anderer Name wird noch gesucht) erfolgen. Damit sind keine Probleme mit beihilferechtlichen Regelungen für die HAGEN.AGENTUR und in Anspruch nehmende Unternehmen zu erwarten. Der Vorteil an der „Preisausschreiben-Variante“ ist, dass im Gegensatz zu einer offiziellen Förderung keine Zuwendungsbescheide oder Verwendungsnachweise durch die Akteure gemacht werden müssen. Zudem müssen Unternehmer, die für einen Gutschein durch die Jury ausgewählt wurden, den „Gewinn“ nicht als Betriebseinnahme aufführen und auch nicht versteuern (da vergleichbar mit „Lottogewinn“). Vorteil: Hilfe kommt schnell und unbürokratisch an, wenig Aufwand für alle Seiten. Zusätzlich muss die „gewonnene“ Förderung nicht bei den Coronaüberbrückungshilfen als Betriebseinnahme angegeben werden (Ausnahme sind hier Solo-Selbstständige, die aktuell Hartz 4 beziehen, dort würde die Förderung angerechnet werden).

Da 200 € eine durchaus große Hürde für manche Familie darstellt sind auch Zusatzaktionen mit Überraschungseffekten in der Stadt geplant, um auch anderen Kunden diesen Gutschein zu Teil werden zu lassen.

Insgesamt ist es geplant, 2000 Gutscheine zu 20 € zu verteilen. Das gesamte Gutscheinprogramm läuft nur solange der Vorrat reicht. Technische, organisatorische und rechtliche Rahmenbedingungen müssen noch final geklärt werden.

Einzige kleine Gegenleistung für den Gutschein könnte eine positive Online-Bewertung des Unternehmens sein, wo der Gutschein eingelöst werden wird (allerdings nicht nachprüfbar).

Die Finanzierung des Gutscheinprojektes wird zu großen Teilen durch private Träger erfolgen. Die finale Zusage steht jedoch noch wegen der Osterferien aus. Daher unterliegt dieser Programmpunkt noch einem Durchführungsvorbehalt. Die Hagener Wohnungsbauunternehmen mit der

GWG an der Spitze, der Enervie sowie der Sparkassenstiftung erfolgen. Die HAGEN.AGENTUR übernimmt die Organisation und Abwicklung.

5. Neue Geschäftsmodelle ausprobieren

Die HAGEN.AGENTUR hat gemeinsam mit der Stadt Hagen einen Förderbescheid aus dem "Sofortprogramm Innenstadt" zur Aktivierung von Ladenlokalen in der Innenstadt erhalten. Aus diesem Programm werden vor allem zwei wesentliche Maßnahmen zur Unterstützung der Zielgruppe fokussiert. Es entstehen für diese Maßnahmen keine zusätzlichen Kosten.

Die HAGEN.AGENTUR selbst hat die ehemalige WMF-Filiale in der Mittelstraße zum 01.05.2021 angemietet. Dort soll einerseits, neben der #hagenentdecken Entdeckerlounge (Touristinformation 2.0) im Erdgeschoss vor allem ein moderner, urbaner Treffpunkt für Kommunikation über stadtrelevante Themen unter dem Namen "M12" entstehen. Darüber hinaus wird die gesamte erste Etage aktuell zu einer sog. „Co-Creation“-Lounge/Maker Space umgebaut. Dort werden sich zukünftig gegen einen kleinen Unkostenbeitrag temporär Gründungsinteressierte, Jungunternehmer, Kreative, Berater aber auch etablierte Unternehmen einmieten können, um in einer kreativen und unkonventionellen Atmosphäre gemeinsam mit anderen, neue Produkte oder Dienstleistungen zu entwickeln. Die HAGEN.AGENTUR wird stets mit am Tisch sitzen und helfen, aus Ideen Konzepte und Umsätze für die Unternehmen zu generieren.

In dieser Atmosphäre können neue Geschäftsideen, neue Vertriebswege (siehe Punkte 1 + 2) auch „live“ erarbeitet und getestet werden. Im Rahmen der Förderung durch das Sofortprogramm und das vorliegende Maßnahmenpaket können 20 Unternehmen und Gründer etc. diese Räumlichkeiten komplett kostenlos für einen gewissen Zeitraum als Arbeitsraum, Ausstellungsfläche, Veranstaltungsraum für Präsentationen etc. nutzen.

Beispiel Gründungsidee: Fertigung nachhaltiger T-Shirts. Gemeinsame Produkt-, Vertriebs- und Marketingstrategie. inkl. Pre-Test mit Test-Kunden etc.; Begleitung durch FernUni und/oder Fachhochschule.

Aber auch das direkte Anmieten von freien Ladenlokalen für sog. „Pop-up-Stores“ kann von der HAGEN.AGENTUR durch das Sofortprogramm Innenstadt aktiv gestützt werden. Durch die vorhandene Querfinanzierung durch Land und HAGEN.AGENTUR wird es möglich sein, ein Ladenlokal auch zeitlich begrenzt zum Ausprobieren einer Idee, zum Präsentieren von ersten Produktmustern etc. anzumieten. Und das auch neben einer vermeintlichen Hauptbeschäftigung. Damit werden Anreize für Neugründungen geschaffen und die Innenstadt durch stetigen Wandel und Abwechslung attraktiver gemacht. Die Stadt wird wieder interessant für Einkäufer auch außerhalb der großen Ketten.

Beispiel: Die Gründerin mit den nachhaltigen T-Shirts (s. o.) arbeitet hauptberuflich als Sachbearbeiterin im Büro. Durch die Möglichkeit, einen Pop-up-Store sehr kostengünstig anzumieten, kann sie z. B. nur zwischen 17.00 und

20.00 Uhr öffnen und Ihre Ware präsentieren, ohne ein berufliches oder finanzielles Risiko einzugehen.

6. Begleitende Marketingkampagne für die Innenstadt

Die oben beschriebenen Aktivitäten zur Stärkung der Zielgruppe müssen unbedingt kommunikativ und werblich begleitet werden, zur Stärkung des Standortes nach dem Corona-Lockdown.

Viele noch so gute Initiativen leiden unter mangelnder Sichtbarkeit und verpuffen. Daher wird dringend empfohlen, verschiedenste kommunikative Maßnahmen zu ergreifen, einerseits das Aktionsprogramm #HAGENrestart2021 an sich zu promoten, andererseits steht die Initiative auch als Dach für eine Vielzahl an Aktivitäten anderer Einrichtungen, die mit auf dasselbe Ticket einzahlen wollen.

In diesem Zuge können die ersten kommunikativen Ansätze der Wachstumsinitiative #HAGEN.Horizonte2035 genutzt werden, da sich unter ihrem Dach alle Akteure des Standortes vereinigen können. Die Kommunikation schließt diese Partneraktionen mit ein und entwickelt eine Aufbruchstimmung für den Standort Hagen, die unter dem Motto #HAGENrestart2021 laufen kann.

Im Detail sind folgende Maßnahmen geplant:

- Dachmarken-Kampagne #HAGENrestart2021
- Entwicklung einer einprägsamen Wort-Bild-Marke; typografische Lösung oder mit Grafik
- Social-Media Kampagne
- Flyer: auflagenstark zu produzieren, breite Verteilung in lokalen Geschäften, Cafés, Tankstellen, öffentlich zugänglichen Verwaltungsbereichen etc.
- Anzeigen: Testimonial-Kampagne in Tageszeitungen und Anzeigenblättern, Platzierung auf den Titelseiten.
- Plakate:
 - a) DIN A2, zur Platzierung im Eingangsbereich von Geschäften
 - b) Großflächen 18/1-Bg., Platzierung an stark befahrenen Straßen in City-Nähe
- Verkehrsmittelwerbung: Full Back + Bus Board
- Funkspots: Umsetzung der Anzeigen-Kampagne (s. o.) für Audio; Testimonials, Call-to-Action
- Podcasts
- Give-Aways: Einkaufstaschen mit Wort-Bild-Marke, T-Shirts/Sweatshirts für Verkäufer*innen
- Veranstaltungen: Bewährte Formate fortsetzen ("Hagen blüht - wieder - auf!")
- Bewerbung von Partnerinitiativen (z.B. Aktionsplan Innenstadt der SIHK)

Allein funktioniert diese Werbekampagne aber nicht. Sie kann nur mit den passenden inhaltlichen Konzepten, die sie bewirbt, eine Wirkung entfalten.

Realisierung

Die Umsetzung der Agenda #HAGENrestart2021 ist unmittelbar nach Beschluss des Rates vorgesehen. Nicht alle Programmpunkte könnten, sollten und werden gleichzeitig starten. Auch Bedarf es noch an einigen Punkten einer genaueren rechtlichen Prüfung und organisatorischen Feinplanung. Darüber hinaus muss und wird die Agenda mit den Vertretern des Hagener Einzelhandels, der Kreativwirtschaft, der Verbände etc. noch weiter ausformuliert. Erste sehr positive Gespräche hat es bereits mit dem Unternehmerverein, dem Unternehmerrat, der Märkischen Bank, der Sparkasse HagenHerdecke und der SIHK zu Hagen gegeben. Die finale Umsetzung und Einbindung vieler Partner unter dem Dach der Wachstumsinitiative #HAGEN.Horizonte2035 ermöglicht eine breite Unterstützung der Agenda #HAGENrestart2021.

Der genaue Zeitpunkt der einzelnen Programmpunkte ist natürlich auch abhängig von der Entwicklung der Inzidenzzahl in Hagen und den damit verbundenen Öffnungsstrategien für die Zielgruppe dieser Agenda. Daher muss der genau Umsetzungsplan flexibel genug organisiert werden.

Die Stadt Hagen, in enger Partnerschaft mit Ihrer Tochtergesellschaft HAGEN.AGENTUR, treiben diesen Prozess voran, organisieren wesentliche Programmpunkte, koordinieren die weiteren Aktionen und die Kommunikation und möchte für den Einzelhandel, die Gastronomie, die Hotellerie sowie die Kreativwirtschaft in unserer Stadt ein eindeutiges Signal setzen. Dieses ist verbunden mit der Einladung an andere Akteure, sich dieser Initiative anzuschließen und sich gemeinsam für Hagen zu solidarisieren.

Für den Gesamtprozess wird durch die verschiedenen Akteure eine Unterstützung in Höhe von mehr als 300.000 € direkt in die Hagener Wirtschaft investiert. Vor allem das Gutscheiprojekt hätte einen beachtlichen konjunkturellen Effekt (Durchführungsvorbehalt). Wichtiger als die Einmalinvestition sind aber die angeschobenen Strukturveränderungen bei den betroffenen Unternehmen, um Sie zukunftssicherer aufzustellen.

Die Gesamtkoordination des Prozesses übernimmt die HAGEN.AGENTUR. Sie fungiert auch als erste Ansprechpartnerin.