

Der Digitalisierungs- und Motivationsschub

REGION Initiative „Gemeinsam für Morgen“ hilft Kleinunternehmern, die in der Krise unter Druck geraten sind – Beispiel für andere

Von unserem Redakteur
Christian Gleichauf

Es war eine Runde, die auch das Massen-Chat-Tool Zoom zumindest optisch an die Grenzen brachte. Maximal 49 Teilnehmer können auf einem Bildschirm angezeigt werden, mehr als 55 waren bei der Abschluss-Veranstaltung der Initiative „Gemeinsam für Morgen“ dabei. Aber auch das funktionierte: Mehrfach wurden alle Mikros eingeschaltet, dann gab es sogar stürmischen Applaus für das, was die ehrenamtlichen Helfer den Kleinunternehmern da innerhalb von nur drei Tagen ermöglicht haben.

„Unendlich viel Liebe“ hätten die Helfer in den 55 produktiven Stunden zwischen Dienstagmorgen und Donnerstagabend in die elf Projekte gesteckt, lobte Initiator Oliver Hanisch von den Campus Founders. Wie viel Zeit gespendet wurde, hat Robert Flubacher von der Agentur 808 Medien grob überschlagen: mehr als 2000 Stunden – was sich bei einem üblichen Beratungshonorar von gut 100 Euro pro Stunde auf einen Gegenwert von knapp einer Viertelmillion Euro aufsummiere.

Online-Shop Einer der Nutznießer der Aktion war Alexander Bauer. „Von unseren drei Standbeinen sind mit der Corona-Krise zwei bei null Einnahmen, das Gästehaus und der Besen“, sagt der Winzer aus Heilbronn-Sontheim. Da sei ihm nur geblieben, mehr Wein zu verkaufen. Schon seit längerem habe er an seinem Webshop gearbeitet. „Aber in den nächsten fünf Wochen hätte ich den nicht fertig bekommen.“

Mit einem sechsköpfigen Team war der Shop nun innerhalb von drei



Julia und Alexander Bauer sind dankbar für die schnelle Unterstützung und die Motivation, die sie von einem Team ehrenamtlicher Experten erhalten haben. Ihren Wein können sie nun über einen Online-Shop verkaufen.

Foto: Andreas Veigel

Tagen fertig. Dazu gab es eine Anleitung, auf was man in den sozialen Medien achten oder welche Tools man für eine Online-Weinprobe verwenden kann. „Das Wichtigste war aber zu spüren, dass man nicht allein ist. Das war unglaublich motivierend“, sagt Bauer.

Ähnlich erging es auch Tanja Schick. Die Floristin, die seit sechs Jahren den Blumenladen Stielsicher in Jagsthausen betreibt, hatte sich ebenfalls einen Online-Shop ge-

wünscht. Obwohl sie den nicht bekam, ist sie doch äußerst dankbar für die Hilfe. In ihrem Fall gab ihr das Beratungsteam nämlich den Tipp: „Sei dort, wo deine Kundenschaft ist.“ Und diese Kundenschaft sei doch eher im näheren Umfeld zu finden und somit über die sozialen Medien besser zu erreichen als über einen Online-Shop, wie Isabell Alber von der Agentur Camao erklärt. Statt eines Shops gab es also eine Generalüberholung für die Websei-

te inklusive Logo und einer Anleitung für den Umgang mit Facebook und Instagram. Der Blick von außen hat viel geholfen, ist Tanja Schick vom Konzept überzeugt. „Jetzt konzentriere ich mich auf die Leute, die hier vorbeikommen können.“

Vereine in Not Nicht alle Projekte ließen sich so zielgerichtet umsetzen wie diese zwei. So hatte der FSV Bad Friedrichshall auf Hilfe gehofft, weil – wie bei so vielen Sportverei-

Elf Firmen im Ziel

Von den zwölf ausgewählten Projekten, die am Dienstag an den Start gegangen sind, schafften es elf bis ins Ziel. Diese Unternehmen erhielten Hilfe von rund 100 ehrenamtlichen Experten: das Ökoweingut **Stutz** aus Heilbronn, der Designmöbelhersteller **Performa** aus Heilbronn, der Schreibwarenladen **Seel** aus Heilbronn, die Messermanufaktur **Ulbrich** aus Jagsthausen, die Metzgerei **Wagenblast** aus Neudena, der **FSV Bad Friedrichshall**, das Weingut **Bauer** aus Heilbronn, **Stielsicher** Floristik aus Jagsthausen. Außerdem die Bierbar **Craftelicious**, das Modegeschäft **Wolke** und das Wohnaccessoir-Geschäft **Kultiv**, alle aus Heilbronn. [cg/](#)

nen – derzeit sowohl der Sportbetrieb wie auch die Vereinsgaststätten „auf Eis gelegt sind“, wie Organisationsberaterin Melina Savvidis formuliert. Feingefühl war gefordert, weil das Projekt für die drei Gaststättenbetreiber so plötzlich gekommen war. Gemeinsam mit der Agentur, die den Verein betreut, wurden wichtige Weichen gestellt und ein einheitliches Bestell- und Reservierungstool eingerichtet.

„Der selbstlose und sehr engagierte Einsatz der meist ehrenamtlichen Experten und deren Verbundenheit zur Region hat unsere Erwartungen übertroffen“, sagt Oliver Hanisch. Die Projekte haben handfeste, pragmatische Ergebnisse gebracht, die sofort helfen. Gleichzeitig wird das Wissen einer breiteren Gruppe zugänglich gemacht.“ Infos und Tipps für Interessierte gibt es in den nächsten Tagen unter **gemeinsamfuermorgen.online**.