

SONNFELDER ANZEIGER

Oktober 17, 2025

SONNFELD:

BDS MARKETING

Wenn Wirtschaft, Verwaltung und Stadtmarketing an einem Tisch sitzen, entsteht mehr als nur Austausch. Genau das zeigte die Marketing-Werkstatt des BDS Sonnfeld, die kürzlich im Rathaus stattfand. Unternehmerinnen und Unternehmer aus Handel, Handwerk und Dienstleistung kamen gemeinsam mit Vertretern der Stadtverwaltung und dem Bürgermeister zusammen, um konkrete Maßnahmen für mehr Sichtbarkeit, Frequenz und Zusammenarbeit in Sonnfeld zu entwickeln. Im Mittelpunkt stand nicht die Analyse von Problemen, sondern die Frage: Was können wir jetzt gemeinsam umsetzen? Diskutiert wurden unter anderem gemeinsame Marketingkampagnen, eine bessere Bündelung von Aktionen in der Innenstadt, digitale Sichtbarkeit sowie neue Formate,



um junge Zielgruppen und Gründer für Sonnfeld zu begeistern. Besonders deutlich wurde dabei, wie viel Potenzial entsteht, wenn Betriebe nicht einzeln auftreten, sondern geschlossen.

DER BÜRGERMEISTER

„Der BDS hat hier wirklich Dampf gemacht. Was wir heute gesehen haben, ist kein loses Brainstorming, sondern ein ernsthafter Arbeitsprozess mit klaren Zielen. Die Unternehmer haben sehr konkret formuliert, was sie brauchen – und genauso klar gesagt, was sie selbst bereit sind einzubringen. Genau so stelle ich mir eine konstruktive Zusammenarbeit zwischen Stadt und Wirtschaft vor.“



NEUE VORSCHLÄGE

Ein zentrales Ergebnis der Marketing-Werkstatt: Die Stadt sagte zu, mehrere Maßnahmen gemeinsam mit dem BDS umzusetzen. Dazu zählen eine engere Abstimmung mit dem Stadtmarketing, die Unterstützung bei stadtweiten Aktionen sowie eine stärkere Einbindung der lokalen Betriebe in offizielle Kommunikationskanäle der Stadt. Auch neue Veranstaltungsformate wurden angestoßen, die künftig gemeinsam geplant und beworben werden sollen.

Für den BDS Sonnfeld ist das ein wichtiger Schritt. Der Verein versteht sich nicht nur als Netzwerk, sondern als aktive Stimme der lokalen Wirtschaft. In den vergangenen Jahren wurden bereits zahlreiche Aktionen umgesetzt – von Innenstadt-Events über Azubi-Formate bis hin zu politischen Gesprächen. Die Marketing-Werkstatt im Rathaus markiert nun einen weiteren Meilenstein.



2020 GESTARTET, HEUTE WIRTSCHAFTSMOTOR

Zum 5 jährigen Jubiläum blicken wir zurück auf fünf Jahre, in denen in Sonnfeld viel in Bewegung gekommen ist. Seit 2020 haben Betriebe im BDS nicht nur geredet, sondern gemeinsam gehandelt. Mit Aktionen, die die Innenstadt sichtbar gemacht haben, mit Formaten gegen den Fachkräftemangel und mit einer klaren Stimme gegenüber Stadt und Verwaltung.

2020 war für viele Betriebe ein Einschnitt. Plötzlich war nicht mehr die Frage, wie man wachsen kann, sondern wie man überhaupt stabil bleibt. Genau in dieser Phase hat der BDS den Fokus verschoben: weg von Einzelaktionen, hin zu Zusammenarbeit. Es ging darum, Reichweite zu bündeln, Informationen zu teilen und Lösungen für die Praxis zu finden. In dieser Zeit entstanden erste gemeinsame Kommunikationswege, klare Ansprechpartner und der Gedanke, dass Sichtbarkeit nicht Zufall ist, sondern organisiert werden kann

2021 wurde aus Improvisation Struktur. Der BDS hat begonnen, Marketing Maßnahmen planbar zu machen und wiederkehrend zu denken. Statt vereinzelter Hinweise im Stadtanzeiger entstanden abgestimmte Aktionen, die mehrere Betriebe gleichzeitig getragen haben. Die Grundidee war einfach: Wenn zehn Unternehmen gemeinsam auftreten, wirkt es stärker als wenn jeder allein kämpft. Gleichzeitig begann der Verein, Themen wie digitale Präsenz und gemeinsame Werbung stärker in den Vordergrund zu rücken, weil immer deutlicher wurde, dass Kunden und Bewerber längst online entscheiden, ob sie sich für Sonnfeld interessieren.



Redakteurin

ANNA ZEIT

zeit@sonnfelderanzeiger.de

DIE LETZEN 3 JAHRE

2022 als Wendepunkt

2022 war ein Wendepunkt. Nach der Corona Zeit war klar: Die Innenstadt braucht nicht nur offene Türen, sondern echte Gründe, wieder zu kommen. Der Lichterabend wurde zum Symbol dafür, was möglich ist, wenn Handel, Gastronomie und Dienstleister gemeinsam auftreten. Die Stadt wurde zur Bühne, die Schaufenster wurden zu Treffpunkten, und aus einem Abend wurde ein Signal. Sonnfeld lebt, wenn wir es sichtbar machen. Der Lichterabend hat vielen Betrieben neue Kontakte, neue Frequenz und vor allem neue Zuversicht gebracht.

Auch 2023 Innovativ

2023 wurde das Thema Nachwuchs konsequent weitergedacht. Es reichte nicht mehr zu hoffen, dass sich Azubis schon melden. Der BDS hat deshalb Formate gestärkt, die Betriebe und junge Menschen direkt zusammenbringen. Mit Azubi Tagen, Unternehmens Einblicken und Kooperationen mit Schulen wurde sichtbar: Sonnfeld hat Perspektive. Gleichzeitig wurden interne Maßnahmen ausgebaut, damit Betriebe schneller Partner finden, Aufgaben teilen und voneinander profitieren. Wer einen Dienstleister braucht, soll ihn im Ort finden. Wer Personal sucht, soll eine Plattform haben. Wer eine Idee hat, soll Mitstreiter finden.

Das Letzte Jahr, ein Erfolg

2024 hat der BDS die Zusammenarbeit mit Stadt und Verwaltung stärker in den Alltag geholt. Nicht als einmaliges Gespräch, sondern als laufender Prozess. Themen wie Erreichbarkeit, Aufenthaltsqualität, Parken, Veranstaltungen und Genehmigungen wurden strukturierter angesprochen. Der BDS hat gelernt, wie man Projekte nicht nur startet, sondern auch durchzieht. Genau das hat den Verein in Sonnfeld spürbar gestärkt.