

Wertschätzung für Kundschaft in der Region

WOS. Eine kürzlich veröffentlichte Mitteilung des Forschungsinstituts BAK Basel ist alarmierend. Sie zeigt klar auf, dass Schweizer KMU gegenüber ihren ausländischen Konkurrenten massive Kostennachteile haben. Demnach lagen die Kosten 2015 in Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich um durchschnittlich 35 Prozent tiefer als in der Schweiz. Dies dürfte sich bis heute kaum wesentlich geändert haben.

Vor diesem Hintergrund hört man oftmals unterschwellige Vorwürfe gegenüber Kundinnen und Kunden, die ihre Einkäufe im Ausland tätigen. Aus Sicht des Gewerbevereins KMU Laufental sind aber solche Rügen nicht angemessen. Angebracht ist vielmehr Wertschätzung gegenüber all jenen Kundinnen und Kunden, die nach wie vor unsere Laufentaler Unternehmen berücksichtigen. Genau dies ist das Ziel der Lehrbetriebskampagne der Baselbieter Konferenz der Gewerbe- und Industrievereine (KGIV), welche von KMU Laufental tatkräftig unterstützt wird.

Wer beispielsweise im Blumengeschäft Carinas im Stedtli am Rathausplatz einkauft, erlebt diese Wertschätzung ganz praktisch. Dort erhalten die Kundinnen und Kunden zusammen mit den Pflanzen, die sie einkaufen, Etikettenkleber und Anhänger. «Herzlichen Dank für Ihren Einkauf bei einem regionalen Lehrbetrieb» und «Herzlichen Dank für Ihren Einkauf bei einem regionalen Betrieb» ist darauf zu lesen. Mit der Aktion der KGIV, an der sich zahl-



Danke für die Blumen: Karin Stähli-Halbeisen vom Fachgeschäft Carinas bedankt sich mit der Etikette der KGIV-Kampagne.

FOTO: MARTIN STAUB

reiche Laufentaler KMU beteiligen, wird der Kundschaft einerseits ein grosses Dankeschön ausgesprochen. Andererseits werden die Leute dafür sensibilisiert, dass sie mit ihrem Einkauf nicht nur dazu beitragen, dass in der Region Jobs geschaffen werden, sondern dass die regionalen Unternehmen auch Lehrstellen anbieten können. Die Kampagne begegnet also dem Einkaufstourismus mit einer positiven Kommunikation und betont die lokalen Vorzüge. Dies ge-

schieht auf eine sympathische Art und Weise – ohne den Zeigfinger zu heben.

Die Kampagne ist eine Fortsetzung der 2011 lancierten KGIV-Lehrbetriebskampagne. Anders als damals werben die Unternehmen nicht ausschliesslich mit Plakaten. Neu bringen sie ihren Kundinnen und Kunden die entsprechende Wertschätzung direkt beim Einkauf entgegen – gerade so, wie beispielsweise im Blumengeschäft Carinas im Stedtli.