



Gewerbeverein ZELL/MOSEL

Mitgliederworkshop

Gewerbeverein 1844 e.V. der Stadt Zell (Mosel)

Zeller Schwarze Katz Halle

28. März 2026

Einstieg

Dieser Workshop war mehr als ein Termin im Kalender. Er war ein bewusst gesetzter Moment, um innezuhalten und gemeinsam nach vorne zu schauen.

Mit 13 engagierten Teilnehmerinnen und Teilnehmern haben wir uns die Zeit genommen, nicht nur über unseren Gewerbeverein zu sprechen – sondern ihn aktiv weiterzudenken. Jeder, der an diesem Tag dabei war, hat einen Beitrag dazu geleistet, die Zukunft unseres Vereins mitzugestalten.

Und genau darum geht es: Unser Verein lebt nicht von Strukturen – sondern von den Menschen, die ihn tragen.

- ➔ Datum: Samstag, 28. März 2026
- ➔ Uhrzeit: 9.00 - 14.00 Uhr
- ➔ Ort: Zeller Schwarze Katz Halle, Kollegeraum
- ➔ Moderation und Protokoll: Luca Lauscham

Zielsetzung und Einordnung

Wir wollten an diesem Tag nicht einfach Ideen sammeln. Wir wollten Klarheit schaffen.

Klarheit darüber, wofür unser Gewerbeverein steht.

Klarheit darüber, was wir wirklich leisten wollen.

Und vor allem Klarheit darüber, worauf wir unsere Energie in Zukunft konzentrieren.

Denn wir sind überzeugt:

Ein Verein kann nur dann stark sein, wenn er weiß, was er will – und wenn seine Mitglieder bereit sind, diesen Weg gemeinsam zu gehen.

Dieser Workshop war ein erster, wichtiger Schritt in genau diese Richtung.

Der Workshop wurde als strategisches Arbeitsformat durchgeführt und stellt die Weiterentwicklung der Mitgliederbefragung 2025 dar.

Ziel war nicht die Sammlung einzelner Meinungen, sondern:

Definition eines gemeinsamen Selbstverständnisses

- ➔ Strukturierte Sammlung von Handlungsfeldern
- ➔ Priorisierung nach Relevanz
- ➔ Ableitung konkreter nächster Schritte

Methodik

Wesentlich war der methodische Anspruch:

Vom offenen Brainstorming hin zu klaren, umsetzbaren Ergebnissen

Wir haben uns bewusst für eine Arbeitsweise entschieden, die alle einbindet und gleichzeitig zu Ergebnissen führt.

Jede Idee hatte ihren Platz. Jeder Gedanke wurde gehört.

Gleichzeitig haben wir darauf geachtet, den Fokus nicht zu verlieren – weg von endlosen Diskussionen, hin zu konkreten Ergebnissen.

Diese Mischung aus Offenheit und Struktur war entscheidend. Sie hat es möglich gemacht, dass aus vielen einzelnen Perspektiven ein gemeinsames Bild entstanden ist. Und genau dieses gemeinsame Bild ist die Grundlage für alles, was jetzt kommt.

Arbeitslogik des Workshops

Der Workshop folgte einem klaren Aufbau:

1. **Öffnung (Divergenz)**
 - Sammlung aller Ideen ohne Einschränkung
2. **Strukturierung (Clustering)**
 - Bündelung thematisch ähnlicher Inhalte
3. **Fokussierung (Konvergenz)**
 - Priorisierung durch Punktabfrage
4. **Operationalisierung**
 - Ableitung konkreter Maßnahmen

Eingesetzte Methoden

Moderationskarten (Phase 1)

- Jeder Teilnehmer beantwortete drei Leitfragen:
 - ➔ Wofür steht der Verein?
 - ➔ Was soll er leisten?
 - ➔ Was soll er nicht leisten?

Ziel: Individuelle Perspektiven sichtbar machen

Gruppenarbeit & Konsensbildung

- ➔ Präsentation der Gruppenergebnisse
- ➔ Moderierte Verdichtung zu Konsens-Aussagen

Ziel: Gemeinsames Verständnis statt Einzelmeinungen

World Café (Phase 2)

Vier Themenstationen:

- Kommunikation
- Veranstaltungen
- Mitglieder-Benefits
- Engagement & Zusammenarbeit
 - ➔ 4 Runden à 15 Minuten
 - ➔ Rotation der Gruppen
 - ➔ Tisch-Gastgeber dokumentieren Ergebnisse

Ziel: Maximale Ideenvielfalt + Perspektivwechsel

Punktabfrage (Priorisierung)

- Jeder Teilnehmer erhielt 10 Punkte
 - Verteilung auf wichtigste Themen
- Ergebnis: Klare Rangfolge statt Diskussion

Maßnahmenarbeit

- Arbeit in Kleingruppen zu Top-Themen:
 - ➔ Zieldefinition

- ➔ erster Umsetzungsschritt
- ➔ Verantwortlichkeit
- ➔ Zeitrahmen

Selbstverständnis

Die Diskussion rund um unser Selbstverständnis hat eines sehr deutlich gezeigt:
 Wir sind mehr als ein Veranstalter.
 Wir sind mehr als ein Zusammenschluss von Betrieben.
 Wir sind eine Plattform. Ein Netzwerk. Eine Stimme.
 Ein Verein, der verbindet, unterstützt und Impulse setzt - für seine Mitglieder und für unsere Stadt.
 Dieses gemeinsame Verständnis gibt uns Orientierung. Es hilft uns, Entscheidungen zu treffen. Und es sorgt dafür, dass wir als Verein nach außen klar und geschlossen auftreten können.

Vollständige Ideensammlung (unstrukturiert)

- Interessenvertretung aller Gewerbetreibenden
- Förderung der Mitglieder
- Impulsgeber für Stadtentwicklung
- Netzwerkplattform
- stärkere Außenwirkung
- Zusammenführung verschiedener Gewerke
- Aktivierung der Mitglieder
- Unterstützung von Neugründern
- Austauschplattform
- Stimme im Stadtrat
- Marketingfunktion
- Identitätsstiftung
- Gemeinschaft fördern
- wirtschaftliche Entwicklung fördern

Strukturierte Verdichtung

- Rolle des Vereins:
- Netzwerk- und Austauschplattform
 - Interessenvertretung
 - Impulsgeber für wirtschaftliche Entwicklung
- Interne Funktion:
- Förderung der Mitglieder
 - Aktivierung und Vernetzung
- Externe Funktion:
- Vertretung gegenüber Stadt, IHK etc.
 - Stärkung der Sichtbarkeit

Abgrenzung

- kein Stadtmarketing
- keine Einzelinteressenvertretung
- keine vollständige Neutralität

Ergebnisse Ideensammlung

Die Vielzahl an Ideen, die in diesem Workshop entstanden ist, zeigt vor allem eines:
In unserem Verein steckt unglaublich viel Potenzial.

Es wurde deutlich, wie viele unterschiedliche Perspektiven, Erfahrungen und Ansätze unsere Mitglieder mitbringen. Genau daraus entsteht Vielfalt - und genau daraus können starke Projekte wachsen.

Nicht jede Idee wird sofort umgesetzt werden. Und das ist auch nicht das Ziel.

Das Ziel ist:

Die richtigen Ideen herauszufiltern, weiterzuentwickeln und gemeinsam in die Umsetzung zu bringen.

Denn am Ende zählt nicht die Menge der Ideen - sondern ihre Wirkung.

Mitglieder-Benefits (komplette Ideensammlung)

Marketing & Sichtbarkeit

- ➔ Gemeinschaftswerbung
- ➔ Social Media Präsenz für Mitglieder
- ➔ Vorstellung neuer Mitglieder
- ➔ gemeinsame Kampagnen

Netzwerk & Austausch

- ➔ Mitgliederveranstaltungen
- ➔ Jahrestreffen
- ➔ Austauschformate
- ➔ Branchenübergreifende Netzwerke
- ➔ Buddy-System für neue Mitglieder

Finanzielle Vorteile

- ➔ Preisvorteile durch Rahmenverträge
- ➔ Mitglieder-Rabatte untereinander
- ➔ Unterstützung durch Stadt
- ➔ beitragsfreies erstes Jahr

Wissen & Weiterbildung

- ➔ Fortbildungsvorträge
- ➔ betriebswirtschaftliche Beratung
- ➔ interne Wissensdatenbank
- ➔ Vorträge externer Experten

Infrastruktur & Services

- ➔ Nutzung von Räumen
- ➔ vergünstigte Eintritte
- ➔ Parkmöglichkeiten

Wichtige Erkenntnis:

Fokus verschiebt sich von „Goodies“ hin zu echtem wirtschaftlichen Mehrwert

Veranstaltungen (komplette Ideensammlung)

Bestehende Formate - Weiterentwicklung

- ➔ Lange Tafel (modernisieren, emotionalisieren)
- ➔ Märchenumzug erweitern
- ➔ Gewerbeschau neu denken

Neue Eventideen

- ➔ Cocktailnight
- ➔ Eisbaden / Anbaden
- ➔ Gewerbe-Olympiade
- ➔ Modenschau + Kino
- ➔ Dämmerchoppen
- ➔ Tanzkurs
- ➔ Ausbildungsmesse
- ➔ Handwerkermesse

Saisonale Formate

- ➔ Winter-Lange-Tafel
- ➔ Weihnachtsformate (z. B. Promenade)
- ➔ Adventsprogramm

Leuchtturm-Ideen

- ➔ Wettbewerb „Zeller Schwarze Katz“
- ➔ Frühlingsempfang / Ball
- ➔ Zukunftskonferenz
- ➔ Stadtschreiber-Projekt

Strategische Erkenntnis:

Events sollen:

1. Mehrwert für Mitglieder bringen
 2. Beteiligung erhöhen
 3. die Stadt beleben
 4. nicht Selbstzweck sein
-

Kommunikation (komplette Ideensammlung)

Digitale Kanäle

- ➔ Instagram
- ➔ WhatsApp Kanal
- ➔ Newsletter
- ➔ Social Media Jahresplan

Klassische Kommunikation

- ➔ Zeitungsanzeigen
- ➔ Vereinsblättchen
- ➔ Pressekonferenzen

Neue Ansätze

- zentrale Bildschirme bei Mitgliedern
- Erlebnispakete (Storytelling + Angebot)
- kombinierte Marketingaktionen

Interne Kommunikation

- klare Struktur
- regelmäßige Updates
- persönliche Ansprache

Strategische Erkenntnis

Kommunikation muss:

1. klar strukturiert
2. regelmäßig
3. zielgerichtet
sein

Engagement & Zusammenarbeit (komplette Ideensammlung)

Strukturelle Ansätze

- Arbeitskreise
- Interessengruppen
- regelmäßige Treffen

Formate

- Betriebsbesichtigungen
- interne Veranstaltungen
- Workshops

Motivation & Kultur

- Eigenverantwortung stärken
- Zugehörigkeit fördern
- Engagement sichtbar machen

Kooperationen

- Stadtverwaltung
- Tourismus
- andere Vereine

Zentrale Erkenntnis

Engagement entsteht durch:

1. Beteiligung
 2. Struktur
 3. persönliche Ansprache
-

Priorisierung

Ein entscheidender Moment im Workshop war die Priorisierung. Hier wurde sichtbar, was uns wirklich wichtig ist. Wofür wir stehen wollen. Und worauf wir unsere Kräfte bündeln sollten. Dieser Schritt war wichtig, weil er uns hilft, nicht alles gleichzeitig zu wollen – sondern bewusst Schwerpunkte zu setzen. Denn nur wenn wir uns fokussieren, können wir wirklich etwas bewegen. Die gewählten Themen sind damit nicht nur eine Liste – sie sind unser gemeinsamer Auftrag für die kommende Zeit.

Top-Fokusbereiche
(nach
Punkteabfrage)

- 1. Interessensvertretung**
 - 2. Fortbildung**
 - 3. Weiterentwicklung der Langen Tafel**
 - 4. Wettbewerb „Zeller Schwarze Katz“**
 - 5. Social Media & Erlebnispakete**
 - 6. stärkere Vernetzung (Treffen, Besichtigungen)**
-

Maßnahmenlogik

Ideen sind der Anfang. Umsetzung ist das Ziel. Deshalb war es uns wichtig, nicht bei der Priorisierung stehen zu bleiben, sondern direkt die nächsten Schritte zu definieren. Was können wir konkret tun? Wer übernimmt Verantwortung? Und wann geht es los? Dieser Übergang vom Denken ins Handeln ist entscheidend. Er macht den Unterschied zwischen einem guten Workshop – und echter Veränderung. Und genau hier beginnt jetzt die eigentliche Arbeit.

Für die Top-Themen wurde folgendes Vorgehen festgelegt:

Pro Thema wird definiert:

1. konkretes Ziel
2. erster Umsetzungsschritt
3. verantwortliche Person(en)
4. Zeitrahmen

Wichtig:

Keine Überplanung – Fokus auf Startfähigkeit

1. Interessensvertretung

1. konkretes Ziel:
Der Gewerbeverein wird zu einer wahrnehmbaren Stimme gegenüber Gremien

2. erster Umsetzungsschritt:
Prüfung eines Ausschusses bei der Gewerbetreibenden
3. verantwortliche Person(en):
Vorstandsmitglieder
4. Zeitrahmen:
2026

2. Fortbildung

1. konkretes Ziel:
Der Gewerbeverein möchte seinen Mitgliedern Fortbildungsvorträge ermöglichen
2. erster Umsetzungsschritt:
Relevante Themen filtern und Fachpersonal für Vorträge organisieren und anfragen
3. verantwortliche Person(en):
Jürgen Wirtz, Luca Lauscham
4. Zeitrahmen:
erstes Halbjahr 2026

3. Weiterentwicklung der Langen Tafel

1. konkretes Ziel:
Die Veranstaltung „Lange Tafel“ soll attraktiver und modernisiert werden
2. erster Umsetzungsschritt:
Arbeitskreis „Lange Tafel“ wird ins Leben gerufen
3. verantwortliche Person(en):
Vorstandsmitglieder
4. Zeitrahmen:
erstes Halbjahr 2026

4. Wettbewerb „Zeller Schwarze Katz“

1. konkretes Ziel:
Veranstaltungsformat „Wer hat die schönste Zeller Schwarze Katz“
2. erster Umsetzungsschritt:
Anfrage an den Welt-Katzen-Verband und Erarbeiten eines Veranstaltungskonzeptes
3. verantwortliche Person(en):
Jan Hohmann, René Müller
4. Zeitrahmen:
2026

5. Social Media & Erlebnispakete

1. konkretes Ziel:
Erarbeiten einer Social Media Strategie und damit verbundene Erlebnispakete

2. erster Umsetzungsschritt:
Gewerbeverein-Sichtbarkeit auf gängigen Social Media Plattformen herstellen und Content Plan grob erarbeiten
3. verantwortliche Person(en):
Luca Lauscham
4. Zeitrahmen:
erstes Halbjahr 2026

6. stärkere Vernetzung, Besichtigungen

1. konkretes Ziel:
Betriebsbesichtigungen von Mitgliedern für Mitglieder
2. erster Umsetzungsschritt:
Eine Betriebsbesichtigung mit anschließendem kleinen Rahmenprogramm soll geplant werden, Rhythmus finden
3. verantwortliche Person(en):
Vorstandsmitglieder, Manuela Markert (GLOBUS)
4. Zeitrahmen:
erstes Halbjahr 2026

Parkplatz

Natürlich gab es auch Themen, die an diesem Tag nicht im Fokus standen, aber trotzdem wichtig sind.

Diese bewusst „geparkten“ Themen zeigen, dass wir den Blick für das Ganze behalten.

Sie gehen nicht verloren - im Gegenteil:

Sie werden zu einem späteren Zeitpunkt gezielt aufgegriffen und weitergedacht.

Das ist ein Zeichen für einen strukturierten Umgang mit Ideen - und für einen Verein, der langfristig denkt.

- ➔ Immobilienmanagement für neue Betriebe
- ➔ Sichtbarkeit des Vereins im Stadtbild

Diese Themen werden in separaten Prozessen weiterverfolgt

Gesamt- bewertung

Der Workshop hat deutlich gemacht, dass unser Gewerbeverein auf einem guten Weg ist - aber auch, dass noch viel möglich ist.

Wir haben gesehen, wie viel Engagement vorhanden ist.

Wie viele Ideen entstehen, wenn man Raum dafür schafft.

Und wie wichtig es ist, gemeinsam an einem Strang zu ziehen.

Dieser Tag war kein Abschluss - sondern ein Anfang.

Ein Anfang für eine aktivere, sichtbarere und wirksamere Vereinsarbeit.

**Der Workshop war:
inhaltlich**

- ➔ sehr breit angelegt
- ➔ strukturiert verdichtet
- ➔ klar priorisiert

strategisch

- ➔ weg von Einzelaktionen
- ➔ hin zu systematischer Vereinsarbeit

organisatorisch

- ➔ hohe Beteiligung
 - ➔ klare Methodik
 - ➔ konkrete Ergebnisse
-

Fazit

Wir haben uns gemeinsam auf einen Weg verständigt.

Einen Weg, der unseren Verein stärker macht.


Einen Weg, der mehr Beteiligung ermöglicht.

Und einen Weg, der echten Mehrwert für unsere Mitglieder schafft.

Dieser Weg funktioniert nur gemeinsam.

Nicht der Vorstand allein gestaltet den Verein - sondern jedes einzelne Mitglied, das sich einbringt, Ideen teilt und Verantwortung übernimmt.

Die genannten Maßnahmen wurden im Rahmen des Workshops gemeinsam abgestimmt und als Arbeitsgrundlage für das Jahr 2026 festgelegt.



Luca Lauscham
Schriftführerin Gewerbeverein 1844 e.V. der Stadt Zell (Mosel)

Anwesenheit

1. **Christian Koppelkamm**
1. Vorsitzender Gewerbeverein 1844 e.V. der Stadt Zell (Mosel)
Mitglied
2. **Karlheinz Weis**
Beigeordneter der Stadt Zell (Mosel)
Mitglied, Weingut Karlheinz Weis
3. **Rosemarie Mandernach**
Beigeordnete der Stadt Zell (Mosel)
4. **Anna Lena Struch**
Geschäftsführerin Zeller Land Tourismus GmbH
5. **Pia Leister-Dauns**
Stadtmarketing der Stadt Zell (Mosel)
6. **Luca Lauscham**
Schriftführerin Gewerbeverein 1844 e.V. der Stadt Zell (Mosel)
MOS:L wein:events
7. **Karlheinz Kirch**
Ehrenmitglied
Rechtsanwalt
8. **Jürgen Wirtz**
Ehrenmitglied
Wirtz GmbH
9. **Johannes Hallenbach**
Beisitzer Gastronomie Gewerbeverein 1844 e.V. der Stadt Zell (Mosel)
Mitglied, Weingut Hallenbach
10. **Manuela Markert**
Mitglied, Marketing Globus Zell (Mosel)
11. **Verena Gietzen**
Mitglied, Reisebüro Ritz
12. **René Müller**
Mitglied, Haus Till E.
13. **Jutta Koch**
Mitglied