



Offensive Wirtschaftsstandort 2.0 Weilheim an der Teck

„Weilheim zukunftsfähig machen“



Digitalisierung – Wirtschaftsförderung – Tourismus –
Innenstadt & Einzelhandel

Ergebnisse der Bürgerveranstaltung

ppa. Matthias Prüller
Heike Büttner
Melanie Wiesmann

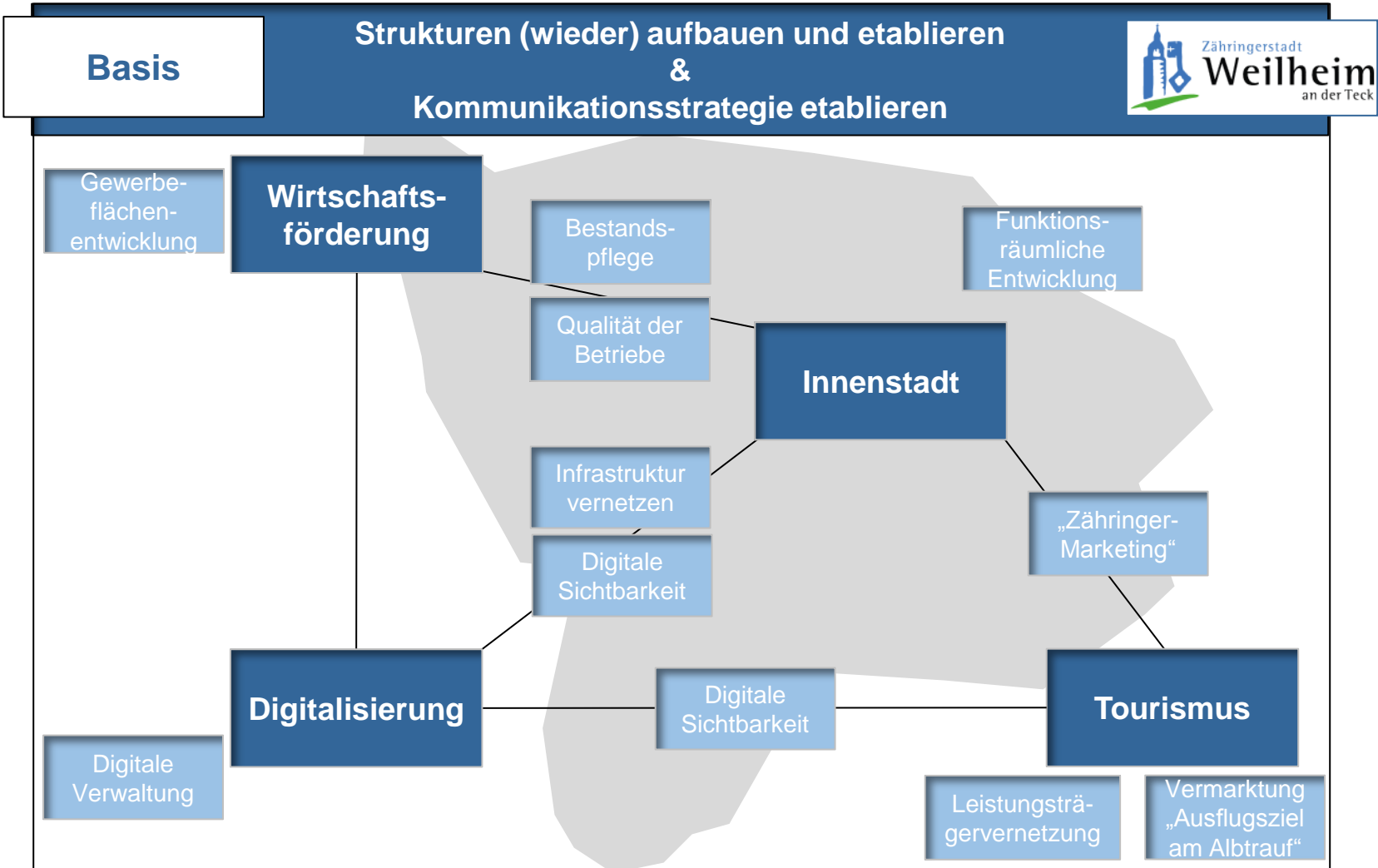
Vorbemerkungen:

- Am 29. Januar 2020 fand in der Limburghalle in Weilheim an der Teck eine **öffentliche Bürgerveranstaltung** zum Projekt „Offensive Wirtschaftsstandort 2.0“ statt. Die Einladung zu dieser Veranstaltung erfolgte über die Stadt Weilheim an der Teck.
- **Ziel der Veranstaltung** war es einerseits, den Teilnehmern eine Zusammenstellung der Analyseergebnisse und der Strategie zu präsentieren, andererseits zusätzliche Impulse für notwendige Zukunftsaufgaben aus der Bürgerschaft zu erhalten. Daher wurden nach der Vorstellung der bisherigen Ergebnisse an Thementischen durch einzelne Arbeitsgruppen weitere Ideen für Maßnahmen gesammelt und Einschätzungen sowie Konkretisierungen zu vorgeschlagenen Maßnahmen aufgenommen.
- Die **Strategie** für den Wirtschaftsstandort Weilheim an der Teck konzentriert sich auf **vier Themenfelder**: Digitalisierung, Wirtschaftsförderung, Tourismus sowie Innenstadt & Einzelhandel. Diese Themenfelder sind durch verschiedenen **Leitlinien** miteinander **vernetzt** (z.B. digitale Sichtbarkeit des touristischen Angebots, digitale Sichtbarkeit des Innenstadtangebots). Innerhalb dieser Leitlinien liegen bereits erste Vorschläge für **Maßnahmen** vor. Basis für die Gesamtstrategie stellen der (Wieder-)Aufbau von **Strukturen** für die Umsetzung der Strategie und die Etablierung einer **Kommunikationsstrategie** dar.
- **Ablauf der Veranstaltung:**
 1. Begrüßung (Bürgermeister Johannes Züfle)
 2. Vorstellung Analyseergebnisse und Strategie (ppa. Matthias Prüller, imakomm AKADEMIE)
 3. Fragen & Diskussion
 4. Arbeitsgruppen an vier Thementischen
- In der nachfolgenden Dokumentation werden die Ergebnisse der Arbeitsgruppen dargestellt. Hierbei fand eine thematische Zuordnung durch die imakomm AKADEMIE statt, soweit einzelne genannte Themen von den Leitlinien abwichen.

Strategie

Thema

Leitlinie
(strategischer
Ansatz)



Themenfelder der Arbeitsgruppen:

	Leitlinie	betrifft Themenfeld	Maßnahmen
A	Strukturen & Ansprache Zielgruppen	Strukturen	Innenstadt
			Tourismus
			Wirtschaftsförderung
	Kommunikation	Innenstadt	Schaffung zusätzlicher personeller Ressourcen
			Tourismus
			Wirtschaftsförderung
Kommunikation	Innenstadt	Kommunikations-Modell zur Reduktion von Redundanzen	
		Tourismus	
		Wirtschaftsförderung	
Kommunikation	Innenstadt	Zielgruppenorientierung	
		Tourismus	
		Wirtschaftsförderung	
Kommunikation	Innenstadt	Online-Kommunikation	
		Tourismus	
		Wirtschaftsförderung	
Kommunikation	Innenstadt	Automatisierte Verstetigung der Kommunikation	
		Tourismus	
		Wirtschaftsförderung	
B	Bestandspflege	Innenstadt	„Betriebsnachfolgecheck“
			Tourismus
			Wirtschaftsförderung
	Qualität der Betriebe	Innenstadt	„Zukunftslabor“
			Tourismus
			Wirtschaftsförderung
Qualität der Betriebe	Innenstadt	„Zertifizierung“ mit Anreizsystem	
		Tourismus	
		Wirtschaftsförderung	

Themenfelder der Arbeitsgruppen:

C

Vermarktung

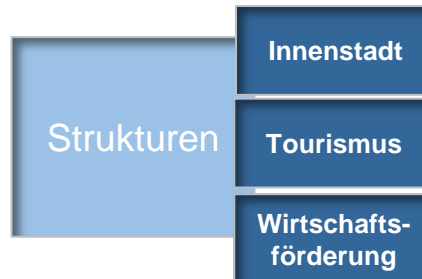
Leitlinie	betrifft Themenfeld	Maßnahmen
„Zähringer-Marketing“	Innenstadt	„Marketing mit Augenzwinkern“ konsequent fortsetzen
	Tourismus	„Zähringer“ Möblierung und Wegeführung
		„Zähringer“ Kulinarik
Digitale Sichtbarkeit	Innenstadt	Einkaufsführer / Onlinemarktplatz einführen
	Tourismus	Digitaler Veranstaltungskalender
		Digitale Litfaßsäule

D

Stärkung
Tourismus

Leitlinie	betrifft Themenfeld	Maßnahmen
Digitale Sichtbarkeit	Innenstadt	Digitale Stadttour
	Tourismus	Digitalisierung von Rad- und Wandertouren
„Ausflugsziel am Albtrauf“	Tourismus	Ausweisung von Rad- und Wandertouren
		Verlängerung der Aufenthaltsdauer
		Weiterentwicklung Stadtführungen
Vernetzung der Leistungsträger	Tourismus	Runder Tisch aller tourismusaffiner Akteure
		Schaffung von Kombi-Paketen
		Vermarktung über Tourismusverband Schwäbische Alb

A: Strukturen & Ansprache Zielgruppen



Schaffung zusätzlicher personeller Ressourcen

Kommunikations-Modell zur Reduktion von Redundanzen

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Schaffung zusätzlicher personeller Ressourcen

- Zusätzliche Vollzeitstelle im Marketing-Bereich notwendig (ehrenamtlich nicht leistbar, sonst passiert nichts!, Vernetzung mit engagierten Unternehmen gewünscht)

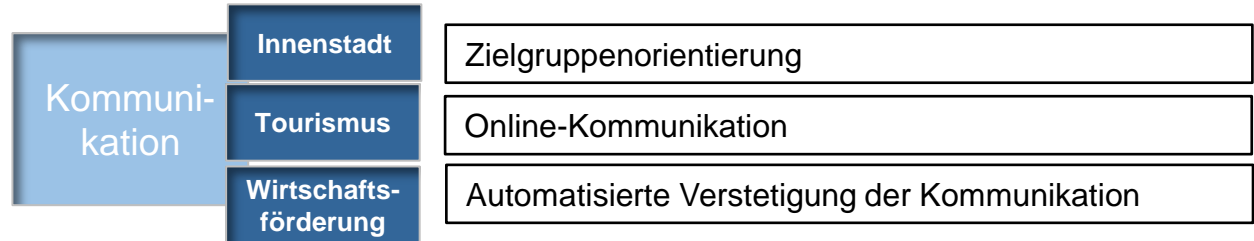
Maßnahme: Kommunikations-Modell zur Reduktion von Redundanzen

- Zentrale Person fehlt aktuell (z.B. Ansprechpartner im Bürgerbüro?)

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Vernetzung mit Nachbargemeinden stärken

A: Strukturen & Ansprache Zielgruppen



Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Zielgruppenorientierung

- Facebook, instagram, snapchat, Twitter als Socialmedia-Kanal: viele Systeme bespielen, Vernetzung über ein System möglich → #Weilheim

Maßnahme: Online-Kommunikation

- Newsletter („Online-Blättle light“) mit Angeboten von Firmen / Branchenverzeichnis?, z. B. Rubrik Mittagstisch

Maßnahme: Automatisierte Verstetigung der Kommunikation

- Betriebe stellen ihre Inhalte selber in einer Plattform ein

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Gefahren durch 5G?

B: Stärkung Betriebe



„Betriebsnachfolgecheck“

„Zukunftslabor“

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Betriebsnachfolgecheck

- Betriebsnachfolge nach außen schwer zu kommunizieren → vertrauensvolle Ansprechpartner notwendig

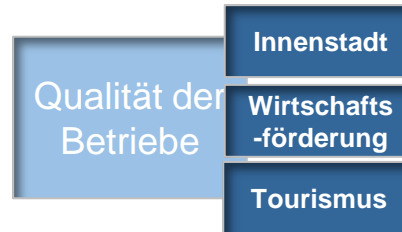
Maßnahme: Zukunftslabor

- keine Nennungen

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Vernetzung zwischen den Betrieben:
 - Durch Networking-Veranstaltungen, gerne auch nicht in Gastronomie, sondern beispielsweise in Unternehmen
 - Gewerbeverein in aktueller Form nicht ausreichend
 - Nicht nur Weilheim betrachten, sondern auch umliegende Orte
- Erreichbarkeit der Innenstadt – Optimierung der Rahmenbedingungen:
 - „Veranstaltungen sperren Kunden aus“
 - Erreichbarkeit der Innenstadtbetriebe zu Stoßzeiten kaum gegeben (12-12.30 Uhr, ab 16 Uhr, samstags), Verkehrsbelastung
 - Attraktivitätssteigerung des ÖPNV (engere Taktung, Lösung Individualverkehr – Touristen?, Entlastungsstraßen? – Kirchheimerstraße, Lindacherstraße, Entlastung Egelsberg)
 - Durchgängigkeit der Wege für Fahrräder, aktuell zu unsicher
 - Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit (Überwege, Ampeln, Geschwindigkeit einhalten, z.B. an Oberer Grabenstraße) → Idee: Verkehrsberuhigung durch Rampen
 - Fußgängerzone ab Volksbank
- Vernetzung von Unternehmen untereinander (z.B. durch gegenseitige „Betriebsbesichtigung“)

B: Stärkung Betriebe



„Zertifizierung“ mit Anreizsystem

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Zertifizierung mit Anreizsystem

- Broschüre / Übersichtsplan mit Betrieben digital und in Hotels / Gasthäusern auslegen
- Inhalt der Broschüre: eher „anteasern“, schnell überfliegbar
 - Inhalte: Vereinssport, Veranstaltungen, Lokalnachrichten
 - Infos von verschiedenen Betrieben bündeln, jeder darf seine Inhalte X mal im Jahr platzieren
- Keine eigene App (zu viel Aufwand), eher die Kanäle nutzen, in denen sich die Leute sowieso bewegen (Facebook, Newsletter,...)

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Verbesserung der Kommunikation der Kernöffnungszeiten bestehender Betriebe (auch digital)

C: Vermarktung



„Marketing mit Augenzwinkern“ konsequent fortsetzen

„Zähringer“ Möblierung und Wegeführung

„Zähringer“ Kulinarik

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: „Marketing mit Augenzwinkern“ konsequent fortsetzen

- Zähringer Weihnachtsmarkt, Flohmarkt einmal im Jahr
- Traditionelle Führungen mit passenden Gewandungen

Maßnahme: „Zähringer“ Möblierung und Wegeführung

- keine Nennungen

Maßnahme: „Zähringer“ Kulinarik

- Zähringermahl (in der Schlossscheuer?)
- „Zähringerkeks“ oder Krug mit Logo als Mitbringsel für Touristen

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- keine Nennungen

C: Vermarktung



Einkaufsführer / Onlinemarktplatz einführen

Digitaler Veranstaltungskalender

Digitale Litfaßsäule

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Einkaufsführer / Onlinemarktplatz einführen

- Google my business als Anfang
- Hilfestellung / Anleitung von der Stadt
- Platzierung auf Socialmedia

Maßnahme: Digitaler Veranstaltungskalender

- keine Nennungen

Maßnahme: Digitale Litfaßsäule

- Digitale Litfaßsäule (vgl. Kirchheim Bahnhof + Lidl, runde Litfaßsäule, Standort: bei Aral oder Ecke Hotel Post)

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Stadtguide: Audio, QR-Code, Augmented Reality einbauen
- Weilheim bewerben in Bus und Bahn (z.B. Infos zu Events)

D: Stärkung Tourismus



Digitale Stadttour

Digitalisierung von Rad- und Wandertouren

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Digitale Stadttour

- Digitaler Lotse (App? Homepage?) → Vernetzung der Angebote → Karte mit verschiedenen Angeboten
- Beispiel Kirchheim Smart City:
→ Angebote Mittagstisch, Inhalte durch Restaurants eingestellt, oder mindestens Weiterführen auf Link des jeweiligen Restaurants
- Fußgängerlenkung von außen (Weg in die Innenstadt, Verbindung mit digitalem Lotsen)
- Stadtguide: Audio, QR, Augmented Reality, als Intro

Maßnahme: Digitalisierung von Rad- und Wandertouren

- Verknüpfung der Rad- und Wandertouren mit Komoot (mit Gastro gebündelt)
- An Wohnmobilstellplatz Schautafel, Wandertafel, digital (QR-Codes für verschiedenes Angebot (Gastro / Wandern))

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Pokémon Go, GeoCaching (Zielgruppe: Familien)
- Aufstellen einer Webcam (z.B. Limburg, „liegt dort Schnee?“)
- Parkleitsystem (Tiefgarage, Ausschilderung, digitale Einbindung) → Verminderung des Parksuchverkehrs

D: Stärkung Tourismus

„Ausflugs-
ziel am
Albtrauf“

Tourismus

Ausweisung von Rad- und Wandertouren

Verlängerung der Aufenthaltsdauer

Weiterentwicklung Stadtführungen

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Ausweisung von Rad- und Wandertouren

- „Zähringer Wanderweg“
- E-Bike-Verleih, verbunden mit Routenempfehlungen
- Ladestationen für E-Bikes in Verbindung mit Gastro (z.B. Münsing Charger Cubes, möglicher Stellplatz: Kirchplatz)
- Touren: Schautafeln erneuern, Einbindung Touren (Kirschblüten-Tour) in „Stadt-App“
- Rennradtouren mit einbeziehen
- Ausschilderung der Wanderwege; Umsetzung Wegekonzept des Albvereins (Verknüpfung mit Albtourismus)
- Beschilderung und Tafeln anbringen / erneuern (Zähringerstube, Skihütte)
- Ticketverkauf für Wohnwagenplatz an Esso Tankstelle → Herausgeben von Informationen über Wanderwege etc.
- Teilweise eingeschränkte Begehrbarkeit Wanderwege Limburg (Matsch, Einzäunung Weide)

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Promenade entlang der Lindach schaffen

D: Stärkung Tourismus

„Ausflugs-
ziel am
Albtrauf“

Tourismus

Ausweisung von Rad- und Wandertouren

Verlängerung der Aufenthaltsdauer

Weiterentwicklung Stadtführungen

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Verlängerung der Aufenthaltsdauer

- Kommunikation: Peterskirche ist offen für Besichtigungen, nicht ganz klar für Besucher
- Infopunkt Rathaus (Tourismus Point)

Maßnahme: Weiterentwicklung Stadtführungen

- Stadtführung: mehrere Standorte, Bewerbung (zu wenig Stadtführer), Gebäude der Druckerei miteinbeziehen in die Tour (Zielgruppe: Familien, Kinder); Aktivitäten für schlechtes Wetter mit einbeziehen: Material für Heimatmuseum vorhanden (im Rahmen von Stadtführungen, Anmeldung von Gruppen, vllt. Ehrenamtliche, neue Nutzung)
- Weintouren (Vorspeise in einem Restaurant, Hauptspeise in dem nächsten Restaurant etc.)
- Zentralen Busparkplatz schaffen, evtl. Brückengasse

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Stadtführungen zeitlich flexibel gestalten
- Stadt als Organisator / Macher!
- Nicht nur Gastronomie und Rad / Wanderung bewerben, sondern auch andere Themen aufgreifen, z. B. Wellness
- Vorteil in Weilheim: man braucht kein Auto für Naherholung → Kommunizieren!
- Mögliche Fördermittel? (Biosphärengebiet)
- Hotel: Investorsuche: Was wollen wir? Welche Zielgruppen sprechen wir an? → Synergieeffekte durch Veranstaltungen (bei Verbindung mit Stadthalle)

D: Stärkung Tourismus

Vernetzung
der
Leistungs-
träger

Tourismus

Runder Tisch aller tourismusaffiner Akteure

Schaffung von Kombi-Paketen

Vermarktung über Tourismusverband Schwäbische Alb

Ergebnisse der Arbeitsgruppen:

Maßnahme: Runder Tisch aller tourismusaffiner Akteure

- Öffnungszeiten: Absprache der Gastronomen, insbesondere zur Mittagszeit (Kommunikation der Öffnungszeiten)

Maßnahme: Schaffung von Kombi-Paketen

- Wandertouren / Routen beschildern, an Endpunkten Gastro (evtl. mit Öffnungszeiten oder QR-Code/Link → Homepage)
- Stadtführungen als Kombi-Pakete mit Angeboten „in der Nachbarschaft“ (Gastro)

Maßnahme: Vermarktung über Tourismusverband Schwäbische Alb

- keine Nennungen

Zusätzliche Ideen / Vorschläge, sonstige Themen:

- Angebote für Firmen (Tourismus), Potenzial u. Fläche für Tagungsräume vorhanden (Suche → Konzeption → Zielgruppen → Vermarktung)
- Ausbau des Gastronomie-Angebots für jüngere Zielgruppen

Vielen Dank für Ihr Engagement!



Melanie Wiesmann, M.Sc.

07361 - 5 28 29 - 17
wiesmann@imakomm-akademie.de



ppa. Matthias Prüller

imakomm AKADEMIE
Ulmer Str. 130, 73431 Aalen

07361 - 5 28 29 - 15
prueller@imakomm-akademie.de



Heike Büttner, Dipl.-Kulturmanagerin

07361 - 5 28 29 - 13
buettner@imakomm-akademie.de

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind Teil einer mündlichen Präsentation und nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht. Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen wiederzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de