

Sitzungsvorlage DS 2018/070

Wirtschaftsförderung
Andreas Senghas
Anita Müller
(Stand: **14.02.2018**)

Mitwirkung:

Aktenzeichen:

**Verwaltungs- und Wirtschaftsaus-
schuss**

öffentlich am 05.03.2018

Jahresbericht 2018 der Initiative Ravensburg

Beschlussvorschlag:

1. Der Verwaltungs- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Jahresbericht 2018 der Initiative Ravensburg (Stadt und Wirtschaftsforum Pro Ravensburg) zur Kenntnis und stimmt den vorgeschlagenen Maßnahmen zu.
2. Die Projekte der Initiative Ravensburg werden im Jahr 2018 fortgesetzt.

Mittel hierfür sind im Haushaltsplan 2018 unter Fipo 1.0242.7150.000 in Höhe von 60.000 € bereitgestellt, jedoch stehen diese noch unter Vorbehalt der Genehmigung des HH 2018 durch das RP Tübingen. Das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg bringt einen Anteil von 20.000 € ein. Mit der Abwicklung der Projekte wird die Stadtmarketing GmbH Ravensburg beauftragt. Der Betrag wird in Raten an die Stadtmarketing GmbH ausbezahlt.

- 3.

Sachverhalt:

Aufgaben eines Stadt- und Citymarketings bzw. der "Initiative Ravensburg" (IR)

Die Ausrichtung des Stadtmarketings hat sich im Verlauf der Jahre/Jahrzehnte gewandelt. Während noch vor einigen Jahren vor allem die Organisation und Durchführung von Events und Veranstaltungen zur Belebung der Innenstädte im Vordergrund standen, rücken heute Themen wie die Digitalisierung, die Festigung und Erweiterung des Branchenmixes oder die Steigerung der Aufenthaltsqualität in den Fokus. Jedoch dürfen bei diesen neuen Themenstellungen klassische Themen wie bspw. die Sauberkeit und Erreichbarkeit nicht vernachlässigt werden. Das Stadtmarketing wirkt darüber hinaus in Aufgabengebieten mit, die von anderen Fachämtern federführend bearbeitet werden. Einige Schwerpunktthemen im Tätigkeitsbereich der "Initiative Ravensburg" werden nachfolgend dargestellt:

1. Digitalisierung – Projekte initiieren und begleiten

Die Digitalisierung verändert unsere Wirtschaft grundlegend. Dies betrifft nicht nur die Industrie, sondern auch den lokalen Handel und damit die Innenstädte. Der Einzelhandel mit einem ausgewogenen und bedarfsgerechten Branchen- und Geschäftsmix spielt eine wesentliche Rolle, wenn es um die Vitalität und Attraktivität einer Innenstadt geht. Eine zentrale, aktuelle wie auch zukünftige Herausforderung für Stadtmarketingorganisationen aller Städtegrößen wird die Stärkung des lokalen Einzelhandels im digitalen Zeitalter sein. Schwerpunktthemen sind hierbei die Unterstützung der Unternehmen in deren Digitalisierungsprozessen sowie bei der Ausschöpfung digitaler Kommunikations- und Vertriebsmöglichkeiten und die Sicherstellung einer zukunftsfähigen digitalen Infrastruktur.

1.1 Ausbau der digitalen Infrastruktur

1.1.1 Öffentliches WLAN-Netz in der Altstadt

Ein frei zugängliches und flächendeckendes öffentliches WLAN-Netz mit entsprechenden Downloadraten wird von den Gästen einer Innenstadt heutzutage als Serviceangebot erwartet. Die Stadt Ravensburg war vor vier Jahren die erste Stadt in der Region, die ein solches öffentliches WLAN angeboten hat und von Beginn an sehr gute Zugriffsraten aufweisen konnte. Die aktuell noch nicht abgedeckten Einzelhandelsbereiche (bspw. Herrenstraße, Adlerstraße, Untere und Obere Breite Straße) sollen noch in diesem Jahr erschlossen werden. Außerdem wird der bisher bereits abgedeckte Bereich mit einem höheren Datenvolumen ausgestattet. Betreiber des öffentlichen WLAN-Netzes wird zukünftig die TWS bzw. Teledata sein.

1.1.2 Ausbau der Breitbandinfrastruktur in der Innenstadt

Darüber hinaus gilt es von Seiten der Wirtschaftsförderung die Optimierung der verfügbaren Bandbreiten auch im Innenstadtbereich in Form von Glasfaserausbaustrecken weiter voranzutreiben, um eine erfolgreiche digitale Entwicklung der Händler in Form einer zunehmenden Verknüpfung von Online- und Offline-Handel zu ermöglichen.

1.2 Schulungs- und Qualifizierungsangebote für Handelsunternehmen im Rahmen einer Veranstaltungsreihe der Initiative Ravensburg

Aufgabe des Stadtmarketings ist es auch, gemeinschaftliche Konzepte zur Positionierung des stationären Einzelhandels in Digitalisierungsprozessen zu begleiten. Insbesondere kleinere, inhabergeführte Unternehmen sind in Fragen von Digitalisierungsprozessen oftmals auf Unterstützung angewiesen, da diese im Regelfall hierfür nicht über das entsprechende Know-how oder die Personalressourcen verfügen.

Digitale Innovationen halten für den Handel vielfältige Möglichkeiten bereit, Kunden ein ganz neues Einkaufserlebnis zu bieten – und zwar integriert über

alle Kanäle hinweg. Der Handel benötigt einerseits Digitalisierungsstrategien für unternehmensinterne Prozesse. Warenwirtschaftssysteme sind und werden hierbei unverzichtbar, um digitale Prozesse umzusetzen und um das Angebot von Online-Services oder den Online-Vertrieb zu ermöglichen. Zudem ist die externe, auf Kunden gerichtete Digitalisierung unabdingbar, um in der Online-Welt bestehen zu können. Digitale Angebote der Einzelhändler wie Online-Shops, Click and Collect-Konzepte, etc. ermöglichen es, die Kundenzufriedenheit und -bindung zu erhöhen und auf die veränderten Konsumgewohnheiten einzugehen. Das Sammeln und die Verwendung von digitalen Kundendaten können darüber hinaus zu einer besseren Kundenbetreuung und Zielgruppenansprache führen. Es wird aus verschiedensten Gründen jedoch nicht für jeden Einzelhändler möglich sein, einen Online-Shop anzubieten. Generell gilt aber auch im Internet: wer nicht gefunden wird, kann keine Ware verkaufen – egal wie gut sein Produkt-, Preis- und Serviceangebot ist. Daher sind die Auffindbarkeit (bspw. über digitale Stadtpläne wie den bereits vor vier Jahren eingeführten online-Einkaufsführer auf www.ravensburg.de) und eine aktuelle Homepage Möglichkeiten, sich als Unternehmen - in einem vertretbaren Aufwand - digital zu präsentieren.

Im Jahr 2018 veranstaltet die "Initiative Ravensburg" vier Veranstaltungen (Schulungs- und Qualifizierungsangebote) rund um das Thema "Digitalisierungsprozesse im Einzelhandel", u.a. mit Fachvorträgen der CIMA und Social-Media-Experten.

1.3 Stärkere Ausrichtung der Marketingmaßnahmen der IR auf Social-Media-Kanäle

Neben dem etablierten Marketingmix aus Anzeigen, PR, Radiowerbung und Print (Flyer, Plakate, etc.) wird die Nutzung von Social-Media-Kanälen durch das Stadtmarketing in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen und intensiviert. Ziel hierbei ist es, mittels Bildern und Geschichten eine Emotionalisierung und Bindung zur Stadt in der Bewerbung von Veranstaltungen und Projekten zu bewirken. Erste positive Erfahrungswerte konnten in der Bewerbung des Christkindlesmarktes 2017 in Kooperation mit einer Marketingagentur gesammelt werden. Auch die Zusammenarbeit mit der Tourismusabteilung der Stadt soll hierzu weiter ausgebaut werden.

1.4 Einführung eines digitalen Kundenbindungsinstrumentes als Nachfolgemodell von "Ravensburg macht Sinn"

In den vergangenen eineinhalb Jahren wurden zahlreiche Konzepte für ein Nachfolgekonzert von "Ravensburg macht Sinn" mit Vertretern des Handels besprochen und analysiert. Ziel ist es weiterhin, ein digitalisiertes Kundenbindungsinstrument zu realisieren, welches als eine digitale Plattform die Einkaufsstadt mit all ihren Facetten digital, bspw. auf dem Smartphone, abbildet. Finale Gespräche mit Anbietern solcher Produkte sollen in 2018 geführt und eine Entscheidung hierzu herbeigeführt werden. Generell gilt: gemeinsame Händleraktionen wie Kundenbindungsinstrumente waren in der Vergangenheit umso erfolgreicher und von den Kunden akzeptiert, je größer der Beteiligungsgrad der Händler war. Deshalb ist es auch für ein Nachfolgekonzert von "Ravensburg macht Sinn" von grundlegender Bedeutung, eine kritische Masse an teilnehmenden Geschäften aus verschiedensten Branchen und Unternehmensgrößen für ein solches Konzept zu gewinnen.

1.5 Digitalisierungsstrategie der Stadt Ravensburg Zuständigkeit für den Teilbereich Wirtschaft / Einzelhandel

Die "Initiative Ravensburg" beschäftigt sich bereits seit drei Jahren mit Digitalisierungsthemen im Bereich Einzelhandel. Hieraus bereits erarbeitete Ideen und Projekte sollen in die Gesamtstrategie der Stadt Ravensburg unter Einbindung der Einzelhandelsunternehmen bzw. des "Wirtschaftsforums Pro Ravensburg" integriert werden. Ein Beispiel hierfür könnte die Weiterentwicklung

des Online-Einkaufsführer auf der städtischen Website zu einem virtuellen Schaufenster des stationären Einzelhandels sein.

2. Leerstandsmanagement / Festigung und Erweiterung des Branchenmix

Auch die Immobilieneigentümer haben durch eine nachhaltige Entwicklung ihrer Immobilien wesentlichen Einfluss auf künftige Handelsentwicklungen in einer Stadt. Hier pflegt die Wirtschaftsförderung einen regelmäßigen und vertrauensvollen Austausch mit den beauftragten Immobilienmaklern oder den Gebäudeeigentümern, vermittelt Kontakte und Interessenten für eine Nachnutzung oder unterstützt bei Zwischennutzungen wie Pop up-stores oder Kunstausstellungen. Darüber hinaus betreut die Wirtschaftsförderung Unternehmen (aus dem Bereich Einzelhandel, Gastronomie oder Dienstleistung) bei ihrer Ansiedlung im Genehmigungsverfahren (bei Nutzungsänderungen, Werbeanlagen, etc.).

3. Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt

Innenstädte punkten neben einem ausgewogenen Nutzungsmix von Handel, Freizeit- und Gastronomieangeboten insbesondere mit ihrem Ambiente und Flair. Bei der im letzten Jahr bundesweit durchgeführten Befragung des Instituts für Handelsforschung und im Einzelhandelsgutachten des Büro Dr. Acocella wurde die Stadt Ravensburg in diesen Belangen sehr positiv bewertet.

Das Konzept zur Steigerung der Aufenthaltsqualität des Stadtplanungsamtes hat hierfür Maßnahmen definiert, von denen bereits einige Aspekte (bspw. zusätzliche Sitzmöglichkeiten, Aufwertung der Weihnachtsbeleuchtung, Aktion "saubere Stadt – oifach sauberer" und eine zusätzliche Personalstelle für die Reinigung der Innenstadt) umgesetzt wurden. Hier gilt es, ämterübergreifend dieses Konzept weiter Schritt für Schritt umzusetzen und sich als Stadtmarketing in diesen Prozess wie bisher mit einzubringen.

Darüber hinaus sind neue Platzgestaltungen und eine damit einhergehende Aufenthaltsqualitätssteigerung bereits realisiert worden (bspw. Frauentorplatz); weitere sind in Planung bzw. stehen vor der Umsetzung (Gespinstmarkt). Nach der geplanten Entwicklung der "Bauhütte" wäre aus Sicht der "Initiative Ravensburg" eine Sanierung der Grüner Turm Straße und der Charlottenstraße wünschenswert; aus Sicht des "Wirtschaftsforums Pro Ravensburg" wäre zudem die Erneuerung der Oberfläche im Fahrbahnbereich in der Bachstraße dringend erforderlich.

Die IR ist bei der Durchführung von Baumaßnahmen in der Innenstadt seit Jahren Schnittstelle zwischen Fachamt, der ausführenden Firma sowie den von der Baustelle betroffenen Einzelhändlern, Gastronomen oder sonstigen Innenstadtakteuren. Im Rahmen eines Baustellenfrühstücks oder anderen Informationsveranstaltungen werden die betroffenen Angrenzer im Vorfeld und während einer Baumaßnahme über deren Verlauf informiert sowie Wünsche und Anregungen im Zuge der Baustellenabwicklung erfragt und - sofern technisch und monetär vertretbar - in der Baustellenabwicklung berücksichtigt (Bsp. in 2017: Marienplatz-TG, Frauentor).

4. Planung und Durchführung von Veranstaltungen

Auch die konzeptionelle Weiterentwicklung von Events/Veranstaltungen der IR (teilweise in Kooperation mit anderen Fachämtern wie dem Marktamt oder dem Kulturamt als Veranstalter) steht im Jahr 2018 im Fokus:

Für den vergangenen Christkindlesmarkt konnten in enger Abstimmung mit dem städt. Marktamt als Veranstalter des Marktes bereits einige Maßnahmen zur Aufwertung (neue Weihnachtsbaumbeleuchtung, Deko-Points zur Steigerung der Aufenthaltsqualität, ein neues Standkonzept mit einheitlichen Hütten

etc.) realisiert werden. Um den Markt weiter qualitativ weiterzuentwickeln sind derzeit weitere Maßnahmen in der Prüfung und sollen für den kommenden Christkindlesmarkt umgesetzt werden.

Ein weiterer Aufgabenschwerpunkt der IR in diesem Bereich ist die federführende Planung des im Jahr 2019 wieder stattfindenden Mobilitätstag: Neben Fachvorträgen und Fahrzeugpräsentationen werden dort unter anderem neue (Elektro-)Mobilitätskonzepte vorgestellt.

Bereits im Herbst diesen Jahres findet in Zusammenarbeit mit der "Initiative Grüner Weg", der TWS, dem BUND und der Energieagentur Ravensburg eine Veranstaltung zum Thema "betriebliche Mobilitätskonzepte" mit Praxisbeispielen von Unternehmen aus Ravensburg und der Region statt. Ziel dieser Veranstaltung ist es, weitere Unternehmen vor Ort für dieses Thema zu sensibilisieren.

Darüber hinaus stehen nachfolgende Veranstaltungen zur Planung, Bewerbung und Durchführung an: verkaufsoffener Sonntag, zwei "lange Einkaufsnächte", "Kunst- und Handwerkermarkt" in Kooperation mit dem städtischen Marktamt, "Streetfood meets Jazz in town", "Spezialitätenwochen", "Heimspiel-Medienmacher", "Kreativ- und Pausenpark" (neu in 2018: Kooperation mit der AOK), federführende Organisation der Präsentation der Stadt in der "Ravensburger Halle" während der Oberschwabenschau, etc.

5. Marketingmaßnahmen

Ein weiteres Schwerpunktthema in 2017 und auch in 2018 der IR ist die Fortführung der Marketingkampagne "Ravensburg – kommt gut an" im Rahmen der Generalinstandsetzung der Marienplatz-Tiefgarage zur Bewerbung der Alternativparkplätze im Stadtgebiet. Eine gute Erreichbarkeit zählt zu den Basisanforderungen der Innenstadtbesucher. In mehreren Medien wird in Form von Anzeigen in Tages- und Wochenzeitungen sowie im Magazin "Ravensburg erleben", durch Werbung auf den Stadteingangsportalen und einer in diesem Jahr verstärkten Ausrichtung auf die Social-Media-Kanäle die weiterhin gute Erreichbarkeit der Stadt Ravensburg regelmäßig kommuniziert.

Darüber hinaus sind auch im Jahr 2018 weitere Marketingmaßnahmen mit dem Fokus auf inhabergeführte Fachgeschäfte geplant (Fortführung des Konzeptes "Ravensburger Schätze"), um die Kunden und Innenstadtbesucher für die Bedeutung des stationären Einzelhandels in Zeiten von weiter zunehmenden Online-Marktanteilen zu sensibilisieren.

6. Teilnahme an Arbeitskreisen/Initiativen

- Unterstadt- und Oberstadttreff, jeweils ein Mal jährlich als Quartiersmanagementmaßnahme zur Festlegung von gemeinsamen Projekten
- Durchführung von Hausbesuchen bei (neuen) inhabergeführten Fachgeschäften im Rahmen von "Gemeinsam besser Ravensburg" zur Steigerung des Empfehlungsmarketings und der Vernetzung der Händler untereinander
- Arbeitskreis "lebenswerter öffentlicher Raum"
- Mitarbeit in der Organisation von Großveranstaltungen, die federführend durch andere Ämter veranstaltet werden wie bspw. "Ravensburg spielt" (2018 zum 30ten Mal) und in diesem Jahr "SWR4 Blechduell"
- Wirtschaftsforum Pro Ravensburg-Arbeitskreise
- Kultur-Jour-Fixe
- etc.