

Sitzungsvorlage DS 2010/060

Wirtschaftsförderung
Gerhard Engele
Anita Müller
(Stand: **16.02.2010**)

Mitwirkung:

Wirtschaftsforum Pro Ravensburg
Eugen Müller

Aktenzeichen:

Verwaltungsausschuss
öffentlich am 22.02.2010

**Wirtschaftsförderung und Initiative Ravensburg 2009/2010
- Bericht und Programm**

Beschlussvorschlag:

1. Der Verwaltungsausschuss nimmt den Bericht für 2009 und das Programm 2010 der Wirtschaftsförderung und der Initiative Ravensburg zur Kenntnis und stimmt den vorgeschlagenen Maßnahmen zu.
2. Für die Projekte der Initiative Ravensburg werden 60.000 € für das Jahr 2010 bereit gestellt. 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 zwei Raten an die Stadtmarketing GmbH ausbezahlt.

1. Sachverhalt:

Wirtschaftsförderung Ravensburg – Bericht 2009/2010

Mit dem Jahresbericht 2009 gibt Ihnen die Wirtschaftsförderung wieder einen aktuellen Überblick über die geleistete Arbeit im vergangenen Jahr und einen Ausblick auf die anstehenden Aufgaben in 2010.

"Wirtschaft sieht zarten Aufschwung", "Wirtschaft im Süden rappelt sich weiter auf", so titelte die Schwäbische Zeitung in ihrer Ausgabe am 12.02.2010. Diesem "zarten Pflänzchen " Aufschwung und Zuversicht der regionalen Wirtschaft wird sich die **Wirtschaftsförderung in 2010** in besondere Weise annehmen. Begleitung, Unterstützung und jederzeit ein offenes Ohr für die Anliegen der Unternehmen sind auch in Zukunft unsere täglichen Dienstleistung für die Unternehmen.

Das bedeutet aber auch, dass die Entscheidung zur Entwicklung des **Gewerbegebietes** Erlen mit seinen 24 ha Gewerbebauland genau zum richtigen Zeitpunkt kam.

Mit dem beginnenden Aufschwung stehen den Unternehmen in der Region hochwertige und bestens an das überörtliche Verkehrsnetz angebundene Gewerbeflächen zur Verfügung. Das Marketing, die Unternehmensakquise und die Ansiedlungsbemühungen werden in 2010 ein wesentlicher Schwerpunkt unserer Aufgaben sein. Wichtig für die zukunftsfähigen Ansiedlungen in diesem Gebiet ist die zügige Herstellung eine **Breitbandversorgung**, die wir zusammen mit dem Tiefbauamt kurzfristig realisieren müssen.

Im Zuge dieser Entscheidung und trotz der allgemeinen Investitionszurückhaltung der Unternehmen hatten wir die besondere Herausforderung die restlichen Flächen des **Gewerbegebiets Domäne Hochberg** an interessierte Unternehmen zu verkaufen. Dies ist uns in 2009 mit großem Erfolg gelungen. Als Wirtschaftsförderung waren wir ständiger Begleiter der Unternehmen auch während der Planungs-, Baugenehmigungs- und Umsetzungsphase. Unabdingbare Voraussetzung für diesen Erfolg war und ist für künftige effektive, umsetzungsorientierte Wirtschaftsförderung, dass Wirtschaftsförderung und Liegenschaft aus einer Hand beim Amt für Wirtschaftsförderung unter der Führung des Oberbürgermeisters als obersten Wirtschaftsförderer agieren können.

Die zwischenzeitlich vorliegende und im Gemeinderat und Wirtschaftsbeirat beratene Potentialanalyse zur Ermittlung des Bedarfs eines **Existenzgründerzentrums** in Ravensburg hat aufgezeigt, dass die Einrichtung eines Existenzgründerzentrums in Ravensburg als erstes Zentrum im Landkreis erforderlich ist. Die Wirtschaftsförderung wird zusammen mit dem Amt für Architektur und Gebäudemanagement in Kürze eine Konzeption zur Einrichtung eines Existenzgründerzentrums dem Gemeinderat zur Beratung vorlegen.

Trotz Finanz- und Wirtschaftskrise haben wir auch in 2009 auf Wunsch auch der Unternehmen an unseren Projekten zur Fachkräfteakquise unter dem Titel "**Karriere im Süden**" festgehalten. Mit dem Einsatz von sog. „Social Media Tools“ werden wir die Bekanntheit von Karriere im Süden deutlich steigern und in den direkten Dialog mit jungen Menschen treten.

Die **KarriereStart Messe** für Unternehmen der Region in der Oberschwabenhalle rundet diesen Programmschwerpunkt ab.

Zusammen mit den Unternehmen aus Stadt und Ortschaft wollen wir in 2010 die **Gewerbeschau in Taldorf** und die **Techniknacht Ravensburg** in der Kernstadt durchführen. Die Vorbereitungen dazu sind fast abgeschlossen.

Künftig wird die Wirtschaftsförderung noch intensiver die Stadtentwicklung begleiten, unterstützen, fördern und Entwicklungs- und Genehmigungsprozesse einfordern. Wir wollen Impulsgeber sein für notwendige Entwicklungen, sowohl beim Gewerbe als auch in der Entwicklung von Wohnquartieren für die arbeitsplatznahe Bereitstellung von Wohnflächen.

Vor eine besondere Herausforderung stellt uns in diesem Jahr die vom Gemeinderat im Grundstücksetat des städtischen Haushalts beschlossene Einnahmeerwartung in Höhe von 7,2 Mio. €. Dieser in der zentralen Finanzverantwortung der Wirtschaftsförderung liegende Budgetansatz aus dem **Verkauf von Grundstücken und Gebäuden in Stadt und Ortschaften** kann nur durch enge Kooperation der Ortschaften und zentraler Steuerung durch die Wirtschaftsförderung realisiert werden.

Die Wirtschaftsförderung bedankt sich bei den Unternehmen für die vielen gute Gespräche, für das Vertrauen und die Mitwirkung bei vielen Veranstaltungen und Projekten.

Ebenso bedanken wir uns beim Gemeinderat für die politische Unterstützung unserer Arbeit und die finanzielle und personelle Ausstattung, ohne die manches Engagement nicht möglich wäre.

Die Themen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen:

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
<p>1. 10. Ravensburger Unternehmergepräch</p>	<p>Termin: Dienstag 11. März 2009 um 19.30 Uhr, Schwörsaal im Waaghaus Referent: Dr. Walter Rogg, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart Thema: „Entwicklung von Wirtschaft und Beschäftigung in der Region Stuttgart/Mittlerer Neckar – Strategien für die Automobilregion“</p>
<p>2. Wirtschaftspreis 2009 der Stadt Ravensburg</p>	<p>Der Gemeinderat hat in 2008 beschlossen, den Wirtschaftspreis ab 2009 künftig nicht mehr öffentlich auszuschreiben, sondern auf Vorschlag aus dem Gemeinderat, dem Wirtschaftsbeirat oder der Verwaltung zu vergeben.</p> <p>Der Gemeinderat als Preisträger beschlossen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fa. Engineering Bausch & Ziege GmbH (EBZ) - Betriebsrat der Fa. EBZ SysTec GmbH <p>Mit der Preisverleihung vor 400 Unternehmern während des Ravensburger Unternehmergeprächs haben wir in diesem Jahr eine der Bedeutung dieser Auszeichnung angemessenen Rahmen gegeben.</p>
<p>3. Unternehmens-Service</p>	<p>Messen</p> <p>Regelmäßig bieten wir den Unternehmen Gemeinschaftsmesseauftritte, teilweise auch in Kooperation mit der Landeswirtschaftsförderung Baden-Württemberg (BWI), für unterschiedliche Messen an. Darüber hinaus informieren wir die Unternehmen jeweils aktuell über die Angebote der verschiedenen Wirtschaftsförderungseinrichtungen über Internet im Link Unternehmer/aktuell, per Mail oder mit direkten Anschreiben und Pressemitteilungen an die Medien der Region.</p>

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
<p>4. Unternehmens-Service</p>	<ul style="list-style-type: none"> • InterTech 14. – 16. Mai 2009, Dornbirn <ul style="list-style-type: none"> - 300 m² großer Gemeinschaftsstand zusammen mit 18 Unternehmen aus der Region - Interkommunale Zusammenarbeit der Wirtschaftsförderungen Stadt Ravensburg, Landkreis Ravensburg, Bodenseekreis und Land Vorarlberg - dadurch Interreg IV-Förderung - die InterTech findet im 2-jährigen Rhythmus statt, das nächste Mal im Mai 2011 • Absolventenmessen (vgl. Ziffer 6) <ul style="list-style-type: none"> - Akquisition von Fachkräften für Unternehmen der Region <p>Verwaltungslotsen-Service Tägliche Gespräche mit Unternehmen, sowie der Organisation und Moderation einer Vielzahl von Gesprächen mit Behörden und Ämtern der Stadt zur Lösung von Fragen und Problemen der Unternehmen haben auch im vergangenen Jahr die Arbeit der Wirtschaftsförderung wieder geprägt. Diesen intensiven und erfolgreichen Service der Wirtschaftsförderung werden wir unvermindert als Kerngeschäft und wichtige Querschnittsaufgabe innerhalb der Verwaltung fortführen.</p> <p>Unternehmensgespräche und –besuche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Betriebsbesuche und –gespräche und jederzeit ein offenes Ohr für die Belange der Unternehmen sind mit die wichtigsten Aufgaben unserer kommunalen Wirtschaftsförderung. • Im Zuge der zahlreichen Ansiedlungsbemühungen von Unternehmen in 2009 hatten wir umfangreiche Betriebskontakte und Betriebsbegleitungen bei den unterschiedlichsten Fragestellungen.

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> • Insgesamt gab es rd. 330 Termine und persönliche Gespräche sowie eine Vielzahl an täglichen telefonischen oder elektronischen Firmenkontakten in 2009. <p>Gewerbeschau Taldorf, Sonntag 25.04.2010</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Wirtschaftsförderung bereitet derzeit zusammen mit der Ortsverwaltung und einigen interessierten Unternehmen die erste Taldorfer Gewerbeschau am 25.04.2010 in der Schussenthalhalle in Oberzell vor. Planung, Organisation und Durchführung unter Federführung der Wirtschaftsförderung. • Als geeignete Plattform bietet die Gewerbeschau den Unternehmen, des örtlichen Gewerbes, Handwerks, Handels und der Dienstleistung, ihre Produkte und Leistungen umfassend zu präsentieren, Neu-Kunden zu gewinnen, Kundenkontakte zu pflegen und Netzwerke zu schaffen. <p>Ravensburger Techniktage 2010</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Wirtschaftsförderung Stadt Ravensburg, die WIR GmbH Landkreis Ravensburg und die BBQ Berufliche Bildung gGmbH planen erstmalig in Ravensburg die Techniktage in Ravensburger Unternehmen. • Ravensburger Unternehmen und Hochschuleinrichtungen aus der Region präsentieren sich im Rahmen der Techniktage. Dabei soll an einzelnen Stationen ein Einblick in die spannende Unternehmer- und Hochschullandschaft der Region gewährt werden. Die Unternehmen und Hochschulen bieten interessante Mitmachaktionen für die gesamte Familie an. Der Beginn ist um 18 Uhr und das voraussichtliche Ende ist gegen 24 Uhr geplant. Ein Pendelbusverkehr bringt die Besucher zu ihren gewünschten Stationen. <p>Existenzgründungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung einer Potentialanalyse für ein Existenzgründerzentrum in Ravensburg, Ausarbeitung der Umsetzungskonzeption und Beratung in den Gremien. Umset-

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<p>zung möglichst in 2010.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Erstkontakte von Existenzgründern • Migrantenberatungstage – Beratung von existenzgründungswilligen Migranten <p>Erstkontakt zu neu angemeldeten Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 577 Neuanmeldungen von Unternehmen in 2009 • jeweils Begrüßung mit einem Schreiben der Wirtschaftsförderung • jährlich neue Kalendervisitenkarte der Wirtschaftsförderung
<p>5. Projekt "Ich plane meine Zukunft"</p>	<p>Ausbildung und Berufswahl</p> <ul style="list-style-type: none"> • bereits zum 4. Mal unterstützte die Wirtschaftsförderung in 2009 junge Menschen bei der Berufswahl im Rahmen der Bildungsmesse • Insgesamt 12 teilnehmende Firmen • sehr positive Resonanz bei den Firmen
<p>6. Fachkräfterekruting</p>	<p>„Karriere im Süden“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akquisition von Fachkräften und Vermarktung der Region Wirtschaftsraum Bodensee • In 2009 insgesamt 133.000 Zugriffe (81.000 mehr als 2008 !) auf die Stellenangebotsseiten der Unternehmen unserer Region auf www.karriere-im-sueden.de . • Ausbau der Bewerbung des Onlineauftritts durch den gezielten Einsatz von Social Media (Twitter/Facebook) ab April 2010. Bisher erfolgte die Bewerbung des Onlinoportals über drei Vertriebskanäle: Besuch von Hochschulkontaktmessen, Exkursion in den Wirtschaftsraum Bodensee mit Studenten von Technischen Universitäten und Pressearbeit. <ul style="list-style-type: none"> - Der Einsatz von Social Media dient der gezielten Steigerung der nachhaltigen Markenbekanntheit, - im Vordergrund steht dabei der Dialog mit den Nutzern, Personen im Alter zwi-

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<p>schen 16 und 35 Jahren,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zielgruppengenaue Kommunikation, - Controllinginstrument <ul style="list-style-type: none"> • Durch die interkommunale Zusammenarbeit mit den WFs Vorarlberg, Bodenseekreis und Landkreis RV werden die Partner Interreg IV gefördert, im Zeitraum 01.01.09 bis 31.12.10 • Exkursion von Studenten in den Wirtschaftsraum Bodensee 6. – 8. Mai 2009 <ul style="list-style-type: none"> - Je 15 Absolventen der TU Berlin und der TU Hamburg - Kooperation mit der Fluggesellschaft Intersky - Fachrichtung: Informatik, Mechatronik, Elektrotechnik • Exkursion in den Wirtschaftsraum Bodensee vom 17. – 19. Mai 2010 <ul style="list-style-type: none"> - 40 angehende Hochschulabsolventen der TU Karlsruhe - Fachrichtung: Informatik, Mechatronik, Elektrotechnik - Unternehmensbesuche und Präsentation der Region • Präsentation auf den Absolventenmessen (Bonding) an den Universitäten von <ul style="list-style-type: none"> - Berlin - Stuttgart - Karlsruhe - Dresden - Hamburg - München - Erlangen - Karriere Start, Oberschwabenhalle RV • In 2010 werden wir zum ersten Mal vom 19. – 23.04.2010 auch auf der Hannover Messe, der größten Industriemesse mit unseren Jobangeboten und der Bewerbung der Region präsent sein.

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<p>Messe KarriereStart</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammen mit dem Schwäbischen Verlag und der WIR GmbH veranstalten wir auch in 2010 die „Karriere-Start“- Messe in der Oberschwabenhalle am 6. Mai 2010 • Für kleine Unternehmen die sich einen eigenen Messestand nicht leisten können haben wir zusätzlich ein Gemeinschaftsstandkonzept ausgearbeitet, das auf kleinere Unternehmen abgestimmt ist. Damit geben wir im Wettbewerb um qualifiziertes Personal auch den kleineren Unternehmen eine gute Möglichkeit sich zu präsentieren.
<p>7. Unterstützung von Ortsteilzentren</p>	<p>Sicherung oder Wiederherstellung der Nahversorgung einzelner Wohnbezirke</p> <ul style="list-style-type: none"> • Burach Markt <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption und Organisation des Burach Markt-Flyer - Unterstützung des Wochenmarktes in Burach sowie Arnegger´s Ernteladen durch einen gemeinsamen Flyer mit integrierter Bonuskarte sowohl für den Burach Markt also auch Arnegger´s Ernteladen. Die Flyer wurden im ganzen Gebiet Burach verteilt. Bei jedem Einkauf ab 5 Euro auf dem Burach Markt oder in Arnegger´s Ernteladen erhält der Kunde einen Stempel auf seiner jeweiligen Bonuskarte, bei zehn Stempeln kann er diese gegen ein Geschenk einlösen. - Die Werbeaktion wurde unterstützt durch Pressearbeit im Ravensburger Stadtmagazin. - seit Kurzem auch intensive Suche und Unterstützung für die Nachfolge der von der Fa. Schlecker zum 31.03.2010 aufgegeben Geschäftsräume zusammen mit dem Eigentümer. • Regelmäßige Gespräche mit den Händlern der Nahversorgungszentren von

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> - Goetheplatz - Eschach/Oberhofen - Mittelösch - Oberzell
8. Standortmarketing	<p>Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interkommunales, bodenseeregionales Standortmarketingprojekt der Bodenseeregion (D, A, CH, FL) <ul style="list-style-type: none"> - das starke Image- und Qualitätslabel "Bodensee" im Wirtschaftsmarketing für alle Partner als ergänzendes Kommunikationselement nutzbar machen - Unternehmen und Arbeitsplätze in der Region halten bzw. qualifizierte Fachkräfte für die Region zu gewinnen - die Bodenseeregion als internationalen Wirtschaftsstandort besser zu positionieren und zu vermarkten - keine neuen Strukturen zu schaffen, sondern bestehende nutzen und weiterentwickeln - Dachmarke für alle Partner schaffen • Wirtschaftsmagazin Business Today
9. Gewerbeentwicklung	<p>Unternehmensansiedlung</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktive Ansiedlungsbemühungen und Begleitung in der Umsetzungsphase für das GE Domäne Hochberg, in 2009 fast vollständiger Verkauf der restlichen Gewerbegrundstücke: <ul style="list-style-type: none"> - Fa. PWS – Neuansiedlung (2009) – 15 Monate Verhandlungen - Fa. Hagemeyer – Umsiedlung (2009) – 32 Monate Verhandlungen - Fa. Rieker – Umsiedlung (2009) – 15 Monate Verhandlungen - Fa. GTÜ von Lepel – Umsiedlung (2009) – 20 Monate Verhandlungen - Fa. Krattenmacher – Neuansiedlung (2009) – 9 Monate Verhandlungen

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> - Fa. Lang – Neuansiedlung – 16 Monate Verhandlungen - Fa. Adler – Umsiedlung – 36 Monate Verhandlungen - Fa. Pavis – Umsiedlung – 9 Monate Verhandlungen - Fa. Ecoma – Umsiedlung – 9 Monate Verhandlungen - Fa. Autohaus Dreher – Neuansiedlung – 12 Monate Verhandlungen <ul style="list-style-type: none"> • unabdingbare Voraussetzung für diesen Erfolg war und ist für künftige effektive, umsetzungsorientierte Wirtschaftsförderung, dass Wirtschaftsförderung und Liegenschaft aus einer Hand beim Amt für Wirtschaftsförderung unter der Führung des Oberbürgermeisters als obersten Wirtschaftsförderer agieren können. • Bewerbung und Akquisition für das neue Gewerbegebiet Erlen, Bereitstellung der zwingend für erfolgreiche Ansiedlungen erforderlichen Breitbandversorgung als Grundlage für eine Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. • Weiterentwicklung des Güterbahnhofsareals in enger Kooperation mit SPA und Aurelis Projektentwicklung. • Mitwirkung bei unterschiedlichen Projektentwicklungen des Gewerbes und von Wohnquartieren in der Stadt und den Ortschaften.

Die Initiative Ravensburg als "Pflichtaufgabe"

Anforderungen an das Stadtmarketing heute und morgen

Das kooperative Stadtmarketing ist ein Instrument der Stadtentwicklung, dessen Bedeutung über die Werbung für die Stadt weit hinaus geht und dessen Besonderheit in der Bildung von öffentliche-privater Partnerschaft liegt. Eine Chance die gerade jetzt genutzt werden muss um Ravensburg in der Region und darüber hinaus weiterhin als lebens- und liebenswerte Stadt zu etablieren. Das Stadtmarketing in der Initiative Ravensburg hat in den vergangenen 15 Jahren vielfältig, professionell und vertrauensbildend die Kooperation und Kommunikation privater und öffentlicher Akteure gefördert. Neben einem Imagegewinn sowie der Attraktivitäts- und Bekanntheitsgradsteigerung schafft ein effektives Stadtmarketing auch finanzielle Vorteile; unter anderem die Erhöhung von Steuereinnahmen und eine wachsende Tourismuskonsumnachfrage.

Um gezielt agieren zu können, gilt es regelmäßig die Bedürfnisse der Bewohner, Wirtschaftstreibenden und Besucher zu hinterfragen und abzuwägen um gemeinsam mit den beteiligten Akteuren neue Wege und Maßnahmen zu entwickeln. Stadt und Wirtschaftsforum Pro Ravensburg gehen gemeinsam diesen Weg – gewachsenes Vertrauen stärkt die Gemeinschaft und schafft eine gute Basis für erfolgreiches Handeln in der Zukunft. Das Stadtmarketing in der Initiative Ravensburg ist Schnittstelle für Kommunikation, Kooperation und Koordination der Stadt.

Die Profilierung von Ravensburg als

- 1. Erlebnis- und Einkaufsstadt,**
- 2. kinder- und familienfreundliche Stadt,**
- 3. gesundheits- und umweltbewusste Stadt,**

sind strategische Ziele, die es weiter zu entwickeln gilt. Um effektiv handeln zu können, müssen die Ressourcen und Kompetenzen sichergestellt werden. Ohne Handlungsspielräume erlahmt der Prozess, können kreative Ideen und Konzepte nicht umgesetzt werden, wird Motivation und Vertrauen Dritter untergraben. In der Initiative Ravensburg werden gemeinsam Ziele formuliert, Maßnahmen entwickelt und umgesetzt. Trotzdem bleibt das Stadtmarketing oft hinter den Erwartungen zurück. Der Grund dafür ist die zu geringe Bereitstellung von Ressourcen in Verbindung mit überhöhten Erwartungen. Eine Balance zu finden ist nicht leicht und erfordert immer wieder Überzeugungskraft für das Machbare, zum Wohle des Ganzen. Stadtmarketing wirkt an der Stadtentwicklung mit.

Inszenierung der Stadt

Stadtmarketing ist Motor, Moderator und Mit-Gestalter des Strukturwandels. Dafür muss die Stadt kundenorientiert gestaltet und ihre Stärken herausgestellt werden. Viele vorhandene Stärken kommen nur zur Geltung, wenn sie "bespielt" und in Szene gesetzt werden - in angemessener, authentischer Form. Die Inszenierung des öffentlichen Raums kann durch Dekoration, Kunst und Design, Licht- und Wasserspiele, erfolgen. Ideen wäre z. B. eine "blaue Nacht" – die Illumination der Türme mit Musik, temporäre, mutige Kunstaktionen in der Innenstadt mit einer vorhandenen Verbindung z. B. "Wasser + Kunst", Mode + Kunst, Essen + Kunst..., aber auch mit populären und gemeinschaftsfördernden Aktivitäten wie "Ravensburg tanzt" – an verschiedenen Plätzen im Sommer, oder "Ravensburg singt" – offenes Singen verschiedenster Art...

Stadt als Raum für Kreativität

Kreativität braucht Raum und Möglichkeiten, gleichförmige Angebote langweilen die Menschen. Spannung, Energie und Lebenslust kommt auf, wenn Dinge außergewöhnlich und überraschend sind, die Neugierde geweckt wird und Eigeninitiative gefragt ist. Der Künstlerpark Gänsbühl als offenes Angebot für alle, den ganzen Sommer über, ist ein kleiner Anfang mit Entwicklungspotential. Die Kultur- und Kreativwirtschaft gewinnt an Bedeutung und ist ein wichtiger Motor für wirtschaftliche Entwicklung. Die Branche erzielte 2008 in Deutschland eine Bruttowertschöpfung von 63 Milliarden Euro und einen Umsatz von 132 Milliarden Euro. Rund 238.000 Unternehmen mit knapp einer Million Erwerbstätigen sind in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig.

"Convenience" in der Stadt

Die Stadt muss sich den Entwicklungen und Bedürfnissen anpassen. Unsere Gesellschaft liebt Annehmlichkeiten und steht unter permanentem Zeitdruck. Deshalb sollten in Ravensburg diverse Situationen untersucht und ggf. behoben werden: Parkmöglichkeiten, Toilettenanlagen, Depotservice für gekaufte Waren, Innenstadtmöblierung, Kinderbetreuung...

Stadtprofil erfordert Mut

Um die Wahrnehmung zu erhöhen, muss das Profil geschärft werden und einige wenige Eigenschaften konzentriert dargestellt und kommuniziert werden. Die Eigenschaften sollen analysiert und verbindlich kommuniziert werden.

Funktionalität von Stadtmarketing sicherstellen

Im Unterschied zum Marketing eines Shopping-Centers gibt es in der Innenstadt keine vertraglichen Bindungen, läuft alles auf Freiwilligkeit – oder eben nicht. Dem Management müssen formale Kompetenzen und Ertragsquellen zugewiesen werden, wenn es sich dauerhaft etablieren soll.

Das Stadtmarketing in der Initiative Ravensburg ist "Pflichtaufgabe", es braucht Ressourcen für Handlungsspielräume um weiterhin erfolgreich Wirken zu können. In einem ersten Workshop wurde im November 2009 die strategische Ausrichtung des Stadtmarketings 2015 erarbeitet. Der Prozess soll im Juni 2010 fortgesetzt werden.

Projekte der Initiative Ravensburg 2010

Unsere strategischen Ziele:

1. **Erlebnis- und Einkaufsstadt stärken**
2. **Kinder- und Familienfreundliche Stadt fördern**
3. **Gesundheit und Nachhaltigkeit als Standortfaktoren ausbauen**

Maßnahmen/Ziele	Maßnahmen
Innenstadtentwicklung unterstützen	<p>Konzepte und Kooperationen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Baustellenmarketing im Einzelfall - Obere Breite Straße - Obere Marktstraße - Straßen-/Quartiersentwicklungen - Beleuchtung, Sauberkeit, Möblierung
Werbung akzentuieren	<p>Werbe- und Kommunikationskonzept 2010</p> <ul style="list-style-type: none"> - Türme-Post-Karten – Zielgruppe junge Leute, neues Motiv: Grüner Turm - Jahres-Marktflyer, neu: in Kurzform - Merchandisingkonzept: neu: Schirme, Vermarktung - Projektbezogene Werbung/Flyer/Plakate/sonstige Werbemittel - Imageanzeigen/Beilagen/redaktionelle Beiträge z. B. "RavensburgErleben" - Management der Großflächenwerbung an den Stadteingängen (WF) <p>■</p>
Erlebnis- und Einkaufsstadt stärker positionieren	

	Serviceinitiative und Kampagnen <ul style="list-style-type: none"> - Einkaufsführer Neuauflage 2010 - Geschenkgutscheine - Einkaufsnächte (24.04. und 27.11.) - Verkaufsoffener Sonntag (10.10.) - Ladenöffnungszeiten www.wifo-ravensburg.de
Aufgaben/Ziele	Themen/Projekte/Maßnahmen
	Vernetzung zwischen Handel, Gastronomie und städtische Ämter <ul style="list-style-type: none"> - "Ravensburg läuft" - "Ravensburg spielt" - Neu: Kommunikationsunterstützung Eröffnung Museum Ravensburger durch Bereitstellung "Tor zur Geschichte", (Zeitraum: 26.04. bis 14.06.), Gewinnspiel in Kooperation mit den umliegenden Geschäften - Neu: Entwicklung einer Kommunikationsstrategie "Museumsquartier 2012" Aufenthaltsqualität/kreative Angebote <ul style="list-style-type: none"> - "Künstlerpark Gänsbühl" weiterentwickeln
Märkte weiter profilieren und sie als Impuls für den Tagestourismus nutzen	Marketing Märkte <ul style="list-style-type: none"> - "Ravensburg blüht" beim Gänsbühl. Neu: Die Insel Mainau zu Gast in Ravensburg mit Vorabendprogramm im MHQ - Pferdemarkt - "Kunstival" im Hirschgraben - "Ravensburg i(s)st Bio, Gespinstmarkt und beim Rathaus - "Christkindlesmarkt"

	Gemeinsam mit dem ROA/Marktamt, die Märkte weiter qualifizieren
Kinderfreundliche Stadt mit nachhaltigen Angeboten ausbauen	Veranstaltung und Medien <ul style="list-style-type: none"> - Familientag Karsamstag: "Spiel und Spaß mit dem Osterhas" - "Ravensburg spielt", Konzept weiter entwickeln gemeinsam mit dem KU - St. Martinsumzug - Marketingkonzept: Kinderstadtplan, Kinderkunstführer "9 x Kunst", "Mehli und Katzenliesele" - Neu: Herausgabe und Vermarktung Kindergeschichtsführer "12 x Geschichte" in Kooperation mit dem Haus der Stadtgeschichte - Mitarbeit in der Projektgruppe "Landeskinderturnfest"
Aufgaben/Ziele	Themen/Projekte/Maßnahmen
"RV macht Sinn" weiter etablieren	Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation pflegen - Aktionen organisieren - Fördermanagement intensivieren - Stadtmarketingpreis BW 2009 – Beleuchtungskonzept (Umsetzung Beleuchtung Rathaus 2010)
Standortfaktoren Gesundheit stärken	Neu: Gesundheitsmesse "g'sund" als Nachfolge des Gesundheitsparcours <ul style="list-style-type: none"> - Konzipierung und Ausrichtung in enger Kooperation mit der Oberschwabenhallen GmbH Ravensburg (Veranstalter) Offene Angebote zur Gesundheitsvorsorge <ul style="list-style-type: none"> - "Pausenpark Hirschgraben"

Kooperation und Netzwerke	Netzwerke <ul style="list-style-type: none">- Einladung der Eltern der DH-Erstsemester-Studenten zum Christkindlesmarkt mit Empfang im Schwörsaal- Kooperation und Mitarbeit in verschiedenen Projektgruppen z. B. Vorbereitungsgruppe Landeskinderturnfest- Vernetzung der Akteure für Projekte und Aktionen wie z.B. SWR 3 Party Nacht- Anregung von außen aufgreifen und mit den gegebenen Möglichkeiten unterstützen, Kontakte herstellen – Kümmerer sein- Einbringung von Vorschlägen in die Lenkungsgruppe- Installationen und Moderation von Projektgruppen
----------------------------------	--

Aufgaben/Ziele	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> - Stadt intern: "Marketing-Treff" - Wifo intern: Arbeitsgruppen zu bestimmten Themen - Präsentationen zum Stadtmarketing Ravensburg z.B. Besuch anderer Städte, Schulklassen und Studiengänge, Begleitung und Unterstützung bei Projektarbeiten - Neu: Moderierte Prozessentwicklung/Workshop: "Stadtmarketing in der Initiative Ravensburg, strategische Ausrichtung und Ziele 2015"

Erstellt, 17.02.2010:

Anita Müller, Stadt Ravensburg, Wirtschaftsförderung

Eugen Müller; Wirtschaftsforum Pro Ravensburg