

Anlage 1 zur Vorlage 024/2019
Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und
Verwaltung am 27.11.2019



Bitte beachten Sie, dass diese Vorlage mit ihren Anlagen bis zur Beratung im WIV als Tagesordnungspunkt mit einem Sperrvermerk versehen ist und der Öffentlichkeit nicht bekannt gegeben wird.

Die Vorlage ist deshalb vertraulich zu behandeln.

Programm zur Kofinanzierung regionaler Modellprojekte und Kooperationen im Bereich Wirtschaft und Tourismus

Zur Kofinanzierung empfohlene Projekte 2019

1. Digitalisierung der Region Stuttgart im Bereich Tourenprogramme

Projektpartner: Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH

Weitere Akteure: Mitgliedskommunen des Regio e.V. sowie die Tourismusorganisationen definierter Landschaftsräume

Projektziele: Entwicklung, Aufbau, Schulung und Vermarktung einer gemeinsamen Online-Buchungsplattform für Touren und Führungen.

Maßnahmen: Das Projekt beinhaltet drei Bausteine: 1) Einrichtung einer gemeinsamen Buchungsplattform (aus bereits bestehenden Tools), über die der Gast online Führungen reservieren und buchen kann und sein Ticket direkt erhält. Implementierung der Plattform auf allen kommunalen und regionalen touristischen Webseiten und Schaffung von Schnittstellen zu weiteren regionalen, nationalen und internationalen Buchungsplattformen. 2) Entwicklung von neuen, qualitativ hochwertigen Erlebnisangeboten, Schulungen und Workshops. 3) Vermarktung der Plattform und der Angebote mit klassischen und digitalen Medien.

Projektvolumen: 220.000 Euro

Fördersumme: 110.000 Euro

Laufzeit: 2019–2021

Einsatz der Projektmittel: Einrichtung und Schulung der Buchungssoftware (Personal- und Sachkosten), Schulungen für Angebotsentwicklung und Buchungsplattform, Marketing.

Einschätzung: Touristische Angebote wie beispielsweise Touren und (Stadt-)Führungen sind momentan in der Region Stuttgart weitestgehend nur telefonisch oder vor Ort buchbar und damit an Öffnungszeiten von i-Punkten oder Rathäusern gekoppelt. Insbesondere aus Sicht des Gastes ist dies mit nicht mehr zeitgemäß und stellt eine nicht zu unterschätzende Hürde dar. Das Projekt schließt eine Lücke und trägt maßgeblich zur Vereinfachung und damit Steigerung des Buchungsaufkommens bei. Mit der Einführung der gemeinsamen Buchungsplattform wird den Kommunen und Landschaftsräumen ein Tool zur Verfügung gestellt, das regional einheitlich ist, aber eigenständig auf kommunaler Ebene inhaltlich befüllt und gestaltet werden kann. Durch die Plattform, deren Inhalt über verschiedene Schnittstellen ausgespielt werden kann, werden Kapazitäten und Preise automatisch auf allen Kanälen identisch kommuniziert. Dadurch und durch die Unterstützung bei der Angebotsentwicklung wird die gewünschte und erforderliche Qualität der touristischen Angebote und ihrer Kommunikation unterstützt und gesichert.

2. Steillagen-App

Projektpartner: Landratsamt Ludwigsburg (Projektkoordinator), die Städte Ludwigsburg, Besigheim und Bönningheim sowie die Gemeinden Gemmrigheim, Hessigheim, Ingersheim und Kirchheim am Neckar

Weitere Partner: Felsengartenkellerei Besigheim, Consortium Montis Casei, Tourismusgemeinschaft 3B Tourismus, Neckarschiffahrt Neckar Käpt'n und Regionalmanagement Neckarschleifen (ILEK)

Projektziele: Touristische Erschließung der Weinbau- Steillagen im Gebiet der beteiligten Städte und Gemeinden und Vermittlung des sensiblen Themas Steillagen-Weinbau. Mittels einer Steillagen-App – Informationstafeln etc. sind aufgrund der topografischen Lage nicht möglich – sollen Besucher durch die Weinberge geführt werden und Informationen zur terrasierten Steillage, zur touristischen Infrastruktur und zu regionalen Produkten erhalten.

Maßnahmen: 1) Aufbau einer Smartphone-App rund um den Steillagen-Weinbau mit den Bausteinen Wissensvermittlung, touristisches Marketing und Wirtschaftsförderung. Die Inhalte werden positionsgestützt eingespielt und individuell angepasst, der Besucher kann dabei die Inhalte selbst wählen und steuern, d.h. eine individuell anpassbare Besucherführung und Gästearsprache ist möglich. 2) Einbindung der lokalen Wirtschaft (Gastronomie, Direktvermarktung) über Angebote, um durch eine Erhöhung der lokalen Wertschöpfung zum Erhalt und Wiederaufbau der Steillage beizutragen. 3) Begleitung der Einführung der App durch ein Marketingkonzept, Integration von Gaming-Angeboten mit Blick auf neue Zielgruppen.

Projektvolumen: 80.000 Euro

Fördersumme: 40.000 Euro

Laufzeit: 2020–2021

Einsatz der Projektmittel: Konzepterstellung und Entwicklung der App durch einen externen Dienstleister, Marketingkonzept, Einbindung lokaler Wirtschaftspartner, Testbetrieb, Anpassungen, optional Einrichtung WLAN-Hotspots.

Einschätzung: Um die landschaftliche Schönheit und den ökologischen Wert des Steillagen-Weinbaus mit seinen Steinmauern zu erhalten, haben verschiedene Akteure gemeinsam u.a. das Integrierte Ländliche Entwicklungskonzept (ILEK) erarbeitet. Das daraus hervorgegangene Regionalmanagement fokussiert sich vor allem auf die Sanierung von Trockenmauern, die Vermarktung des Weines sowie die wirtschaftliche Nutzung der Steillagen. Die Nutzung der touristischen Aktivität und Vermarktung als unterstützendes Element steht dabei nicht im Fokus, diese Lücke soll durch das beantragte Projekt geschlossen werden.

Es wurde es bereits 2018 im Kofinanzierungsprogramm eingereicht. Die Jury hatte damals das Ziel, das Thema Steillagen-Weinbau auch bei Besuchern der Region zu verankern, grundsätzlich positiv aufgenommen. Sorge kam dahingehend zum Ausdruck, dass das Projekt in

seiner damals beantragten Form – im Wesentlichen Einrichtung einer App – die Zielsetzung nicht ausreichend erfüllen könne. Auch wurde eine Einbindung weiterer Steillagen-Kommunen vermisst. Daher hat die Jury beschlossen, das Projekt zurückzustellen.

Im nun vorliegenden Antrag wurden die Punkte Interkommunalität und Einbindung der weiteren Player vorbildlich umgesetzt, wie die zahlreichen LOIs zeigen. Inhaltlich geht es im Kern nach wie vor um die App und deren Vermarktung, in die man viel Hoffnung in Sachen Bewusstseinsbildung für die Steillagen setzt. Es ist vorgesehen, die inhaltliche Konzeption, die Programmierung und Vermarktung durch einen externen Dienstleister umsetzen zu lassen. Die Nachhaltigkeit des Projekts wird durch das Landratsamt sichergestellt, indem es die Fortführung des Projektes bzw. die fortwährende Verknüpfung der beteiligten Akteure und die Pflege der App nach Ende des Projektzeitraums mit personellen und finanziellen Ressourcen sicherstellt.

3. „Online Handel(n) Esslingen/ Plochingen“, Digitalisierungsprojekt für den Innenstadt-Einzelhandel

Projektpartner: Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH, Stadt Plochingen (Wirtschaftsförderung), City Initiative Esslingen e.V., Stadtmarketing Plochingen e.V.

Weitere Akteure: Industrie- und Handelskammer Esslingen-Nürtingen, Bechtle Verlag und Druck (als Medienpartner und Projektponsor)

Projektziele: Unterstützung der stationären Einzelhändler in Esslingen und Plochingen bei der Herausforderung, mit der Online-Konkurrenz mithalten und eigene digitale Strategien entwickeln zu können sowie die digitale Sichtbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels in Esslingen und Plochingen zu erhöhen.

Maßnahmen: Erfahrungsaustausch: Eröffnungsveranstaltung zum Thema Digitalisierung, Regelmäßige Digitalisierungstammtische (ca. 15) mit professionellen Moderatoren. Weiterbildung: Seminare, Workshops und Vorträge zu den verschiedenen Teilbereichen. Individuelle Digitalisierungsberatung und Coaching: Erstberatung über einen Netzwerk-Stammtisch bis hin zur Vermittlung von Experten zur Entwicklung einer individuellen Strategie. Smart Store/Digital-Labor Esslingen: Präsentation von technischen Hard- und Software-Lösungen, neuen Produkten und Ideen durch lokale und internationale Anbieter und Entwickler, dafür Einrichtung eines Digital-Labors in einem leerstehenden Ladenlokal. Real-Labor Onlineschaufenster Plochingen: Entwicklung eines kommunalen Onlineschaufensters für Händler, Dienstleister, Handwerker und Gastronomen, um die Vielfalt der Angebote vor Ort transparent zu machen und zu bewerben.

Projektvolumen: 126.500 Euro

Fördersumme: 63.250 Euro

Laufzeit: 2020–2022

Einsatz der Projektmittel: Personal- und Sachkosten für Agentur, Moderatoren und Dienstleister, Mieten für Digital-Labor, für die Durchführung der Veranstaltungen, Seminare und Stammtische etc.

Einschätzung: Die Konkurrenz des Online-Handels für den innerstädtischen Einzelhändler macht eine digitale Sichtbarkeit wichtig und notwendig. Oft mangelt es an Ressourcen und Know-how der Händler für den Umgang mit diesem Thema. Mit dem geplanten Maßnahmenbündel – Netzwerken, Weiterbildung, Beratung und Testlabor – wird in einem interkommunalen Format flächendeckend allen Einzelhändlern in Esslingen und Plochingen eine äußerst umfassende und breite, gleichzeitig niederschwellige Unterstützung angeboten, mit der sie eine individuelle Digitalstrategie entwickeln können. Der Online-Marktplatz bietet darüber hinaus eine zusätzliche digitale Plattform für die Angebotsdarstellung.

4. „Tagen & Genießen im Remstal“ – Interkommunale touristische Firmenkundenbetreuung

Projektpartner: Tourismusverein Remstal-Route e.V. (Projektkoordinator), Hochschule Heilbronn, Rems-Murr-Kreis, Industrie- und Handelskammer Rems-Murr

Weitere Akteure: Kommunen im Remstal; Leistungsträger/Mitglieder Tourismusverein Remstal-Route e.V.

Projektziele: Erweiterung des touristischen Portfolios der Tourismusorganisation um Firmenkunden. Dafür sollen individuell zugeschnittene Programme entwickelt und Schulungen durchgeführt werden.

Maßnahmen: Die Ausweitung der Zielgruppenarbeit auf Firmenkunden wurde vom Vorstand der Remstal-Route im Rahmen der Tourismus-Strategie 2019+ beschlossen. Aufbauend auf einer Empfehlung einer entsprechenden Master Thesis an der Hochschule Heilbronn werden vor allem Unternehmen angesprochen, deren Mitarbeiter sich zu Schulungszwecken im Remstal befinden. Für diese Zielgruppe soll in interkommunaler Zusammenarbeit ein individuell variierbares Tourismusangebot aufgebaut werden. Angedacht sind verschiedene thematische Angebote unter dem Motto „Stadt | Land | Genuss“ (d.h. Museen und kulturelle Veranstaltungen, Stationen im Rahmen der Remstal Gartenschau, Sportangebote wie Kanu fahren oder Genuss- Bustouren zu Weingütern etc.). In einem zweiten Schritt ist geplant, die Angebote auf Firmen im Großraum Stuttgart auszuweiten und mit Tagungsmöglichkeiten zu ergänzen.

Projektvolumen: 195.000 Euro

Fördersumme: 97.500 Euro

Laufzeit: 2020–2022

Einsatz der Projektmittel: Schaffung einer 50%-Personalstelle bei der Remstal-Route e.V. für einen „Kümmerer“ und Sachkosten für die Umsetzung und „Bespielung“ der Angebote.

Einschätzung: Das Vorhaben ist in mehreren Hinsichten positiv zu bewerten. Es fördert zum einen die Verknüpfung der ansässigen Unternehmen mit regionalen Tourismusakteuren (u.a. Weinbau, Gastronomie) und befördert durch die Angebotsentwicklung wiederum deren wirtschaftlichen Erfolg im Sinne einer Schaffung von Wertschöpfung vor Ort, was ein wesentliches Ziel des Kofinanzierungsprogramms ist. Zum anderen wird das touristische Interesse am Remstal gesteigert, indem Firmenkunden das Remstal kennenlernen und ggf. zu einem späteren Zeitpunkt für einen privaten Besuch oder Kurzurlaub wiederkommen. Darüber hinaus stärkt das Projekt die interkommunale Zusammenarbeit und hat eventuell auch das Potenzial, Unternehmen als neue Mitglieder der Tourismusorganisation gewinnen zu können.