

Anlage 1 zur Sitzungsvorlage Nr. 068/2020
Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und
Verwaltung am 07.10.2020



Bitte beachten Sie, dass diese Vorlage mit ihrer Anlage 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 2020

1. Wirtschaftsförderung 4.0 – digitale Tools und Netzwerke im Standortmarketing

Projektpartner: Stadt Esslingen, Amt für Wirtschaft und Stadt Filderstadt, Amt für Wirtschaft und Marketing

Weitere Akteure: Esslinger Stadtmarketing Tourismus GmbH, IHK Bezirkskammer Esslingen-Nürtingen, Hochschule Esslingen, Makers League e.V.

Projektziele: Die tägliche Arbeit der Wirtschaftsförderung soll digitaler gestaltet und das Standortmarketing durch digitale Tools ergänzt werden. Durch die digitale Vernetzung sollen Unternehmen mit gleichen Interessen („Matching-Algorithmus“) leichter zusammengebracht und in Bereichen wie Gründungsförderung, Unternehmensnachfolge und Innovationstätigkeit unterstützt werden. Insgesamt soll durch die innovative Herangehensweise eine optimierte Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Verwaltung entstehen und damit auch eine verbesserte Profilierung im Rahmen des Standortmarketings als zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort.

Maßnahmen: Entwicklung einer App zur Vernetzung städtischer Akteure, Unternehmen und Gründer in Esslingen und Filderstadt, u.a. für den fachlichen Austausch, Suche von Räumlichkeiten, Planung von Treffen und Vermittlung von ehrenamtlichen Experten und Netzwerkkontakten, ergänzend Einbindung in die B2B Plattform der Region Stuttgart. Einrichtung einer „Digitalen Pinnwand“, auf der Problemstellungen durch die Akteure benannt („KMU-Challenges“) und durch den Austausch mit anderen Teilnehmern gelöst werden können. Mittels eines digitalen Veranstaltungsformats „Speed-Dating“ können sich Gründer und KMUs online zeitsparend austauschen und Anknüpfungspunkte finden. Ferner sind vorgesehen: Online-Mentoring-Programm für Gründer, Festlegung von Indikatoren für die Entwicklung einer digitalen Info-Plattform / automatisierten Internetseite („Dashboard“) relevanter, tagesaktueller Wirtschaftskennzahlen, die auch öffentlich ausgespielt werden können.

Projektvolumen: 110.798 Euro

Fördersumme: 55.399 Euro

Laufzeit: 2021–2022

Einsatz der Projektmittel: Entwicklung und Implementierung einer App mit Auswertungstools; Aufbau und Betreuung einer digitalen Pinnwand und eines Veranstaltungsformats „Speed-Dating“ für Gründer und KMUs; Entwicklung eines Mentoring-Programms; Identifizie-

rung relevanter Wirtschaftskennzahlen im lokalen Wirtschaftsförderungsbereich Esslingen/Filderstadt und Entwicklung einer digitalen Info-Plattform (Dashboard) zur Ausspielung; Durchführung von Workshops; Bewerbung des Angebots in den Zielgruppen.

Einschätzung: Für den engen Austausch mit den Unternehmen und Akteuren und das Bereitstellen von Informationen wird gerade unter der COVID-19-Pandemie die Notwendigkeit zur digitalen Transformation deutlich. Das Projekt nimmt diesen wachsenden Bedarf für eine zielgerichtete Vernetzung unter Einsatz moderner, digitaler Hilfsmittel auf. Gerade im Bereich Wirtschaftsförderung, der eine große Zahl an etablierten Playern zusammenbringen und betreuen muss, kann dies einen positiven Effekt für die Stabilisierung eines Wirtschafts(teil-)raums erzeugen und die nach wie vor wichtigen persönlichen Kontakte und Treffen ergänzen. Kurze digitale Wege, viel Information, die in Echtzeit an die jeweilige Zielgruppe kommuniziert werden kann und der Einsatz von Algorithmen zur Identifizierung von passenden Projektpartnern und Lösungen erleichtern potenzielle Unternehmenskooperationen in der Kommune und stärken die kommunale Wirtschaftsförderung, ohne dabei den persönlichen Kontakt zu vernachlässigen. Die Kontakte können mit den angestrebten Werkzeugen umfassender und effizienter vorbereitet und gestaltet werden. Der innovative Ansatz beinhaltet auch die Dokumentation und Bewertung und ermöglicht damit Verbesserungsprozesse. Die Ergebnisse des Pilotprojekts sind somit über die Laufzeit hinaus nutzbar und können auch von anderen Kommunen übernommen werden.

2. InWert - Integrative Weiterentwicklung von Regionalvermarktung inklusive Transporten im Programm HEIMAT

Projektpartner: Landratsamt Böblingen

Weitere Akteure: HEIMAT – Nichts schmeckt näher e.V., Femos GmbH, Kreisapfelsaftinitiative Landkreis Böblingen, Hermann-Hollerith-Zentrum, Senioren der Wirtschaft

Projektziele: Weiterentwicklung der Marke „HEIMAT“ für regional erzeugte Produkte bezüglich der Produktpalette und des räumlichen Zuschnitts – Ziele sind u.a. die Eröffnung eines weiteren Absatzmarktes in Stuttgart sowie die Schaffung eines klimafreundlichen und nachhaltigen Logistik-Konzepts und eines (Online-)Bestell-/Lieferservices. Durch Einbindung weiterer bereits vorhandener Regionalvermarktungsinitiativen in der Region Stuttgart sollen Synergien geschaffen und schlussendlich die Grundidee in eine dauerhafte, wirtschaftlich tragfähige Organisation gegossen werden. Teil einer regionsweiten Vertriebsstruktur soll auch ein Partnernetz mit Gastronomie und Einrichtungen von Gemeinschaftsverpflegung im Sinne einer nachhaltigen Regionalversorgung werden. Grundanliegen sind die Sicherung der Standortqualität und Nahversorgung.

Maßnahmen: (Weiter-)Entwicklung eines online-basierten Vertriebs- und Vermarktungssystems für eine geeigneten Produktpalette regionaler Erzeugnisse sowie der erforderlichen Organisationsstrukturen, um die gesamte Region Stuttgart einbinden zu können. Dafür soll ein „Kümmerer“ bei Femos eingesetzt werden. Ferner sollen innovative Produktionsstätten (z.B. gemeinschaftliche Verpackungsanlagen und Auslieferungssysteme, Entwicklung eines HEIMAT-Fleischprogramms), Absatzwege und Logistiksysteme (z.B. autonom oder elektrische kleinräumige Belieferung, Lastenräder, Abholanlagen) umgesetzt werden. Die Einbindung weiterer Teilräume und Vermarktungsprogramme erfolgt parallel und soll über Kooperationsverträge gefestigt werden. Das Projekt soll professionell durch eine Kommunalberatung begleitet werden.

Projektvolumen: 200.400 Euro

Fördersumme: 100.200 Euro

Laufzeit: 2020–2022/2023

Einsatz der Projektmittel: Erarbeitung der erforderlichen Grundlagen und Konzeptionen; externer „Kümmerer“; Investition in Produktions-/Packanlage(n); Weiterentwicklung der Internetplattform.

Einschätzung: In der Region Stuttgart haben sich an verschiedenen Stellen in den vergangenen Jahren Initiativen gebildet, die das Thema Nahversorgung mit Produkten aus der unmittelbaren Umgebung in ihrem Fokus haben. Dazu gehört auch die Marke „HEIMAT“ im Landkreis Böblingen, die jedoch bislang noch nicht über Strukturen und ein Konzept verfügt, das eine konsequente, nachhaltige und wirtschaftliche Umsetzung des Grundgedankens ermöglicht. Genau dies, eine dauerhafte, wirtschaftlich tragfähige Organisation für Erzeugung, Vermarktung und Absatz von Direktvermarktungsprodukten auch für den größeren regionalen Rahmen zu schaffen, hat das beantragte Projekt zum Ziel. Dabei fließen die Erfahrungen mit der Marke „HEIMAT“ und weiteren bestehenden Marken in der Region ein. Das Projekt berücksichtigt die gesamte Kette von der Produktion bis zum Erreichen der Endkunden. Ein intelligentes Bestell- und Liefersystem kann den Absatz erhöhen, sodass die lokale Produktion, regionale Kreisläufe und der Einzelhandel, der die Produkte vertreibt, deutlich gestärkt werden können. Die benannte Stelle des „Kümmers“ und das angestrebte umfassende Partnernetz bis in die Gastronomie und die Versorgung beispielsweise von Gemeinschaftseinrichtungen hinein tragen zur Stabilisierung und Professionalisierung der Grundidee bei.

3. 3B-Lauschtouren – digitale Audioführungen durch die Altstädte von Bietigheim-Bissingen, Besigheim und Bönnigheim

Projektpartner: 3B-Tourismus-Team (Tourismusgemeinschaft bestehend aus zehn Kommunen) sowie die beteiligten Städte Bönnigheim, Besigheim, Bietigheim-Bissingen je für sich.

Projektziele: Durch Erstellung von journalistisch recherchierten Mini-Reportagen mit O-Tönen, die der Besucher via App anhören kann, wird die touristische Aufwertung der Sehenswürdigkeiten erreicht. Damit wird eine Bereicherung der Erlebnisse vor Ort sowie Werbung für die Region und ihre Erzeugnisse angestrebt. Für alle Altersgruppen soll neben der Information auch eine Verbindung zwischen Besuchern und authentischen Personen, aber auch regionalen Produzenten und Anbietern hergestellt und ein nachhaltiger Mehrwert generiert werden.

Maßnahmen: Konzeption (Drehbucherstellung) und Erstellung der hochwertigen Reportagen, zunächst in den drei Städten, unter Einbindung authentischer Persönlichkeiten; Vertonung; Einbindung in eine Testversion der App „Lauschtouren“; Ausstattung der Sehenswürdigkeiten mit Kontaktpunkten zur Auslösung des Audio-Elements; Erweiterung auf Landschaftstouren im gesamten 3B-Land.

Projektvolumen: 48.333 Euro

Fördersumme: 24.167 Euro

Laufzeit: 2020–2022

Einsatz der Projektmittel: Konzeptionierung und Erzeugung der Inhalte; Vertonung und Aufbereitung zur Einpassung in die App; Veröffentlichung begleitet von Marketing-Kampagne; Entwicklung weiterer Lauschtouren im gesamten 3B-Land.

Einschätzung: Das beantragte Projekt ist die erste kommunenübergreifende, einen zusammenhängenden touristischen Teilraum abdeckende Anwendung einer solchen App. Es beinhaltet ergänzend zu den Sehenswürdigkeiten sowohl eine Erweiterung auf Landschaftstouren außerhalb der Kern- bzw. Altstädte als auch die Herstellung des jeweiligen Bezugs zu regionalen Produzenten und Anbietern. So können örtliche und regionale Produzenten und Gastronomie auch mitbeworben werden. Damit kann sie zur Wertschöpfung sowohl im touristischen als auch im wirtschaftlichen Bereich des Teilraums beitragen. Die Besucher werden umfassend informiert und unterhalten, aber auch durch die Verknüpfungen auch zu benachbarten Touren angeregt, länger im Teilraum zu verweilen.

4. RegioCard für Stuttgart und Region

Projektpartner: Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH Stuttgart (RSMT)

Weitere Akteure: Mitgliedskommunen und Partner der RSMT

Projektziele: Bündelung bestehender touristischer Angebote zu einer attraktiven Freizeiteintrittskarte zur Hervorhebung der touristischen Attraktivität und Erhöhung der Wertschöpfung in der Region Stuttgart; Erhöhung der touristischen Frequenz; Zusammenarbeit vieler Kommunen und Betriebe in der Region

Maßnahmen: Entwicklung einer RegioCard als digitale Chipkarte und digitales Instrument; Gewinnung von Partnern, die einen einmaligen kostenlosen Eintritt für die Käufer der RegioCard zur Verfügung stellen; Vermarktung der Karte und Hinführung zur Selbsttragung

Projektvolumen: 435.000 Euro

Fördersumme: 209.984 Euro

Laufzeit: 2021–2023

Einsatz der Projektmittel: Ausarbeitung des Angebots und Partnerakquise, Ausschreibung des Kartensystems, Einführung der Karte, Marketingkampagne

Einschätzung: Mit Blick auf die aktuelle Situation in Zusammenhang mit den Auswirkungen der COVID-19 Pandemie für die Anbieter touristischer Anziehungspunkte trägt eine solche Karte dazu bei, Aufmerksamkeit und überlebenswichtige Besucher-Frequenz zu erzeugen. Im Fokus stehen dabei die Einwohner der Region Stuttgart, das Vorhaben fügt sich in die Kampagne „Nah statt fern“ ein. Auch ist die Karte gerade für solche Ziele interessant, die nicht den Status der auch überregional bekannten touristischen Highlights der Region haben, via Karte jedoch zusammen mit ihnen transportiert werden können. Die Karte soll jeweils 365 Tage gültig sein und als Türöffner für weitere Besuche und Besucher wirken.