

Anlage 1 zur Sitzungsvorlage 218/2018
Ausschuss für Wirtschaft, Infrastruktur und
Verwaltung am 08.10.2018



Bitte beachten Sie, dass
diese Vorlage und die An-
lage bis zur WIV-Sitzung mit
einem Sperrvermerk verse-
hen 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 2018

1. Interkommunale Wirtschafts- und Tourismusförderung der Gemeinden Lenningen und Erkenbrechtsweiler und der Stadt Owen

Projektpartner: Gemeinde Lenningen (Projektkoordinator), Gemeinde Erkenbrechtsweiler, Stadt Owen

weitere Akteure: GVV Lenningen, IHK Bezirkskammer und Kreishandwerkerschaft Esslingen-Nürtingen, Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH, Landkreis Esslingen, Agentur für Arbeit Kirchheim u.T.

Projektziele: Aus einer gemeinsam in Auftrag gegebenen Standortstudie zu Handel, Gewerbe und Tourismus wurde u.a. als wesentliche Handlungsempfehlung eine gemeinsame Wirtschafts- und Tourismusförderung propagiert, um die von Strukturwandel, stagnierenden Einwohnerzahlen und Arbeitsplatzverlusten (Papierfabrik Scheufelen) betroffenen drei Gemeinden zu unterstützen. Die gemeinsame Wirtschaftsförderung soll gemeindeübergreifende Arbeit leisten sowie kommunale Themen bestmöglich vernetzen und umsetzen.

Maßnahmen: Im Rahmen des Projekts wird eine gemeinsame Stelle geschaffen, die bei der Gemeinde Lenningen angesiedelt ist, aber über eine öffentlich-rechtliche Vereinbarung gemeinsam finanziert wird. Aufgabenschwerpunkte sind die Themen Innenentwicklung (Flächenpotenziale), Tourismus, Direktvermarktung, Gemeindemarketing sowie Wirtschaftsförderung (Bestandspflege, Initiierung von Projekten). Über einen interkommunalen Beirat fließen kommunale und regionale Interessen in die strategische Ausrichtung der Stelle ein.

Projektvolumen: 300.000 Euro

Fördersumme: 150.000 Euro

Laufzeit: 2019 - 2021 (36 Monate)

Einsatz der Projektmittel: Besetzung der Stelle (Personalkosten), Erarbeitung eines Handlungskonzepts mit Zeitplan, Umsetzung des Handlungskonzepts und beispielhafter teilräumlicher Projekte (Sach- und Investitionskosten).

Einschätzung: Das Projekt ist sehr vorbildlich, da sie in exemplarischer Weise die Synergien einer interkommunalen Zusammenarbeit durch die Stärkung von Personalressourcen und der Handlungs- und Wettbewerbsfähigkeit aufzeigt und somit für viele kleine Kommunen und Verwaltungsräume ein positives Beispiel darstellt. Basis ist eine bereits bestehende Standortstudie, die als Arbeitsgrundlage dient. Nur durch eine solche Professionalisierung können die aktuellen Herausforderungen in der gewerblichen Entwicklung und die ausbaufähigen Potenziale im Bereich Tourismus und Direktvermarktung im Teilraum gelöst werden.

2. Pilotprojekt zum Ausbau der Direktvermarktung anlässlich der Remstal- Gartenschau 2019

Projektpartner: Landratsamt Rems-Murr-Kreis, Abt. Wirtschaftsförderung (Projektkoordination) und Landwirtschaftsamt, Interessensgemeinschaft LimesPlus

Weitere Akteure: Landfrauen Rems-Murr-Kreis, Erzeuger und Direktvermarkter, Stadt Schorndorf, Remstal Gartenschau 2019 GmbH

Projektziele: Schaffung einer zentralen Angebotsmöglichkeit für Produkte auch kleinerer Direktvermarkter aus der Umgebung am stark frequentierten Verkehrsknotenpunkt Bahnhof Schorndorf als Pilotprojekt für ggf. weitere Vorhaben in der Region. Optimierung sowohl der Zulieferer-Logistik als auch der Kauf-Situation durch Aufstellung eines flexiblen Automaten, der eine Vielzahl, auch zu kühlender Produkte, beherbergen und via App bedient werden kann.

Maßnahmen: Aufbau eines Teilnehmer-Netzes und Zusammenstellung der Produkte der regionalen Direktvermarkter, Erarbeitung einer Ressourcen- und Wege-sparenden Logistik-Konzepts, Ausarbeitung eines dauerhaften Betreiberkonzepts, Installation eines innovativen Automaten am Bahnhof Schorndorf, Betriebsaufnahme in Verbindung mit der Remstal-Gartenschau, Auswertung der Erfahrungen mit Prüfung einer Ausweitung eines solchen Direktvermarktungskonzepts auf den ganzen Landkreis und darüber hinaus, auch unter dem zusätzlichen Aspekt Nahversorgung im ländlichen Raum.

Projektvolumen: 111.000 Euro

Fördersumme: 55.500 Euro

Laufzeit: 2018 - 2020 (26 Monate)

Einsatz der Projektmittel: Einrichtung einer 40 %-Stelle für die Projektleitung (Aufstockung); Anschaffung und Aufstellung eines innovativen Automaten, Herrichtung Grundstück und Standort, Öffentlichkeitsarbeit

Einschätzung: Das Konzept, rund um die Uhr an einem so frequentierten Standort wie dem Bahnhof in Schorndorf die frischen Produkte der regionalen Direktvermarkter aus dem unmittelbaren Umkreis bargeldlos und über App buchbar anzubieten, ist hoch innovativ. Wer in der Stadt wohnt, muss nicht aufs Land zu verschiedenen Höfen fahren um die Produkte dort einzeln zu erwerben, sondern kann diese z.B. als ÖPNV-Nutzer auf dem Heimweg bequem und ohne zeitliche Begrenzung einkaufen. Für die meist kleineren regionalen Direktvermarkter im unmittelbaren Umland wird ein Wochenmarkt-ähnlicher neuer Absatzweg eröffnet, der jedoch nicht mit dem entsprechenden Aufwand verbunden ist. Die Bestückung erfolgt über eine Logistik, die die Produkte einsammelt und gebündelt an den Verkaufsort bringt.

3. Q-vadis - Mit Daten-Q-Siegel zielsicher unterwegs im Schwäbischen Wald

Projektpartner: Fremdenverkehrsgemeinschaft Schwäbischer Wald e.V. (Projektkoordinator), Landratsamt Rems-Murr-Kreis, Abt. Tourismus, Naturpark Schwäbisch Fränkischer Wald e.V.

Weitere Akteure: Kommunen, GIS-Beauftragte RMK und Nachbarlandkreise, Landesamt für Geoinformation und Landesentwicklung (LGL), Tourismusverein Remstal Route e.V. Rad- und Wanderwegepaten, Schwäbischer Albverein, ADFC, DWIF München, Naturparkführer

Projektziele: Aufbau eines geodatenbasierten digitalen Informationssystems zu touristischen Wege- und Touren-Angeboten, mit zentralem Datenmanagement und Einbindung der gastronomischen und touristischen Informationen. Ziel ist, durch Sicherstellung von Qualität, Relevanz und Aktualität der ausgespielten Daten das Tourismusmarketing auf die neuen Anforderungen der Digitalisierung einzustellen, neue Medien bespielen zu können und die Wettbewerbsfähigkeit sicher zu stellen. Zielgruppen: Touristen und interne Anwender.

Maßnahmen: Einrichtung einer gemeinsamen Personalstelle, die das Projekt aufbaut, entwickelt und weiterführt und Kern des Redaktionsteams ist, Erhebung der Grundlagen und Datenbeschaffung (u.a. Neu-Digitalisierung von Rad- und Wanderwegen), Aufbau und Programmierung des Datenbanksystems, Einführung und Betrieb von Q-vadis, Aufbau von Schnittstellen, Qualitätssicherung, Schulungsmaßnahmen, Ausspielung der Daten über verschiedene Medien, Erzeugung der geeigneten Grundlagen für das Marketing.

Projektvolumen: 215.000 Euro

Fördersumme: 100.000 Euro

Laufzeit: 2018 – 2021 (ca. 39 Monate)

Einsatz der Projektmittel: neue Personalstelle, Systemerstellung und Programmierung, Datenbeschaffung, Schulung Redaktionsteam, Betrieb und Ausspielung der Daten.

Einschätzung: Durch Zusammenstellung und zum Teil Neu-Erfassung von Daten, die mit standardisierten Geodaten des Landes verknüpft werden, wird eine hohe Qualität erzeugt, um im Rahmen des touristischen Marketings Schnittstellen zu neuen Medien bedienen zu können. Die Qualität wird auch in Zukunft sichergestellt durch das gemeinsame Redaktionsteam und die laufende Aktualisierungs-Arbeit unter dem Q-Siegel. Es besteht also keine Abhängigkeit von Fremdanbietern. Bei positiver Entwicklung des Piloten ist ein Rollout auf weitere touristische Zusammenschlüsse und die Region insgesamt vergleichsweise einfach umsetzbar. Besondere hervorzuheben sind die Synergieeffekte durch die Kooperation der drei teilträumlichen Partner und das zentrale Datenmanagement.

4. Schaffung einer neuen interkommunalen Marketingstelle für die Schwäbische Waldbahn

Projektträger: Stadt Welzheim (Projektkoordinator), Stadt Schorndorf, Stadt Rudersberg, Rems-Murr-Kreis sowie DBK Historische Bahn e.V.

Weitere Akteure: Förderverein Welzheimer Bahn e.V.

Projektziele: Ziel ist, die Schwäbische Waldbahn weiterhin auf Erfolgskurs zu halten, um das touristische Potenzial und die Ausstrahlungskraft verstärkt im Sinne der Tourismusförderung abzuschöpfen. Geplant ist hierzu der Aufbau und die Etablierung eines gemeinsamen Tourismusmarketings für die Schwäbische Waldbahn in interkommunaler Zusammenarbeit zwischen den drei Waldbahn-Kommunen und dem Landkreis. Mit einer verstärkten Besspielung der Waldbahn und der Anliegerkommunen kann durch die Herausbildung und Stärkung der Leistungsträger wie beispielsweise Gastronomie-, Freizeit- und Übernachtungseinrichtungen konkrete Wertschöpfung in den Kommunen entstehen.

Maßnahmen: Kern des Projekts ist der schon lange bestehende Wunsch der Einrichtung einer professionellen Koordinierungsstelle, die einer gemeinsamen Arbeitsgruppe und einem gemeinsamen Lenkungskreis zuarbeitet. Sie soll die Vermarktung und Produktentwicklung strategisch planen und umsetzen. Die Koordinierungsstelle soll bei der Stadt Welzheim geschaffen werden, die Finanzierung erfolgt durch alle vier kommunalen Partner über eine Projektvereinbarung. Die Förderung der Personalkosten über drei Jahre wird von den Projektpartnern als Anschubfinanzierung gesehen. So könne es gelingen, die interkommunale Zusammenarbeit zwischen den Anliegerkommunen, aber auch zwischen beteiligten Vereinen (DBK e.V. und Förderverein Welzheimer Bahn) nachhaltig zu stärken. Das bereits bestehende Marketingbudget kann über die Förderung verdoppelt werden.

Projektvolumen: 257.000 Euro

Fördersumme: 128.500 Euro

Laufzeit: 2018 - 2021 (39 Monate)

Einsatz der Projektmittel: Personalkosten für eine professionelle 100 %-Marketing-Stelle Stelle, Umsetzung der Handlungsempfehlungen, Marketing, Produktentwicklung durch ein erhöhtes Marketingbudget.

Einschätzung: Die Schwäbische Waldbahn für sich genommen, jedoch erst recht unter Einbeziehung der umgebenden Landschaft birgt großes Potential für Naherholung und Tourismus. Die Anliegerkommunen sind der beste denkbare Auftraggeber für die Entwicklung touristischer Angebote und das Marketing und damit nicht zuletzt auch die Erhaltung der Waldbahn als Kulturgut. Es handelt sich um ein klassisches interkommunales Projekt, das sowohl touristische, als auch wertschöpfende Ziele integriert. Die Notwendigkeit einer Stärkung der Zusammenarbeit wurde durch das Consultingbüro Kohl und Partner eindeutig bestätigt.

5. Schulungsprogramm Digitalisierung Tourismusregion Stuttgart

Projektträger: Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH

Weitere Akteure: Regio e.V.-Kommunen, Landschaftsräume, Tourismusorganisationen und touristische Partner auf Landkreisebene, Stuttgart Marketing GmbH

Projektziele: Ziel des Projekts ist die Vermittlung der erforderlichen Kenntnisse im Bereich der Digitalisierung im Tourismus an die Akteure vor Ort in der Region Stuttgart. Damit kann die Wettbewerbsfähigkeit insbesondere beim touristischen Marketing sichergestellt werden. Die Mitarbeiter sollen fit für neue Anforderungen in den Bereichen online, Content und Social Media gemacht werden.

Maßnahmen: Entwicklung eines spezifischen Schulungsprogramms auf der Grundlage des Bedarfs der kommunalen Schulungspartner (vorgeschaltete Themenabfrage), Umsetzung mit externen Fachleuten, Durchführung der Schulungen

Projektvolumen: 88.000 Euro

Fördersumme: 44.000 Euro

Laufzeit: 2018 - 2020 (26 Monate)

Einsatz der Projektmittel: Die Mittel sollen zum größten Teil für die externen Schulungskosten (Referenten) verwendet werden. Da die Koordinierung des Projekts bei der Stuttgart Marketing GmbH läuft, ist geplant, die Kosten für die Erarbeitung der Konzeption und die Organisation der Schulungen über die Stuttgart Marketing GmbH zu verrechnen.

Einschätzung: Ein solches Schulungsprogramm ist im Kontext der Digitalisierung des Tourismus unerlässlich. Dies ist von einzelnen Akteuren im Tourismus oder gar Kommunen nicht leistbar, dies kann in der entsprechenden Qualität nur gebündelt ausgearbeitet und angeboten werden. Die Interkommunalität und die Schaffung regionaler Synergien wird sehr gut erfüllt. Dadurch dass die Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH eine koordinierende und unterstützende Rolle für die Kommunen einnimmt, ist die nachhaltige Wirkung gegeben.

6. Gemeinsame Entwicklung von touristischem Film- und Bildmaterial zum Thema „Aussichten“

Projektträger: Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH

Weitere Akteure: Regio e.V.-Kommunen, Landschaftsräume, Tourismusorganisationen und touristische Partner auf Landkreisebene, Stuttgart Marketing GmbH

Projektziele: Im Rahmen des Projekts ist beabsichtigt, für das Thema „Aussichten“, welches für die Region Stuttgart durch die Topographie, die Flusstäler, die Weinberge und die Aussichtspunkte besonderen prädestiniert ist, gemeinsames Film- und Bildmaterial zu entwickeln. Dieses für ein hochwertiges Tourismusmarketing erforderliche Grundlagenmaterial kann über die neuen Kanäle ausgespielt werden und soll in die gemeinsame Bilderdatenbank übernommen werden.

Maßnahmen: Erstellung von Film- und Bildmaterial für die verschiedenen Teilräume der Region Stuttgart unter dem Motto „Aussichten“ auf Grundlage einer Abfrage der kommunalen Partner. Das Material wird in das kommunale und regionale Marketing übernommen.

Projektvolumen: 175.000 Euro

Fördersumme: 85.000 Euro

Laufzeit: 2018 - 2020 (26 Monate)

Einsatz der Projektmittel: Erarbeitung Konzeption, Auswahl Orte, Durchführung, Einstellung in Datenbank, Ausspielung des gewonnenen Materials über die verschiedenen Kanäle. Da die Koordinierung des Projekts bei der Stuttgart Marketing GmbH läuft, ist geplant, die Kosten für die Erarbeitung der Konzeption und die Organisation der Shootings über die Stuttgart Marketing GmbH zu verrechnen.

Einschätzung: Auch Filmmaterial ist ein wichtiger Baustein für ein qualitativ anspruchsvolles Tourismusmarketing. Mit zusätzlichem Material zum Thema „Aussichten“ kann die stärkere Wahrnehmung der Region als landschaftlich attraktiver Raum bedeutend ergänzt werden. Bereits das gemeinsame Fotoshooting im Jahr 2016 hat eine gemeinsame Bildsprache entwickelt, die durch dieses Projekt mit Bild- und Filmmaterial explizit ergänzt werden. Im Strategieplan der RSMT wurde festgelegt, dass 2019 die „Aussichten“ ein Schwerpunktthema werden soll. Die Interkommunalität und die Schaffung regionaler Synergien wird sehr gut erfüllt.