

04.12.2014

Riedlingen

## Grünes Licht für Leitbild

**Die Zeichen für einen Wirtschaftsförderer und einen City-Manager in Riedlingen stehen gut. Mit einem einstimmig gefassten Beschluss signalisierte der Gemeinderat Zustimmung zum Wirtschaftsleitbild.**

WALTRAUD WOLF | 04.12.2014



Foto: Waltraud Wolf

*Bild 1 von 1: Frank Oster, Josef Röhl von der IHK Ulm, Dr. Peter Markert und Sebastian Vetter von der Imakomm, Bürgermeister Marcus Schafft und Kornelia Eisele (von links) stießen auf das Stadtmarketing-Konzept und seine Umsetzung an.*

Nicht nur bei der Ratssitzung mit am Tisch saßen Kornelia Eisele für den Handels- und Gewerbeverein und Frank Oster für die Riedlinger Gemeinschaftswerbung. Die Verbände waren intensiv in die Erarbeitung des - als "gut" gelobten - Standortmarketing-Konzeptes von Riedlingen eingebunden und werden es auch künftig sein.

Für den großen ehrenamtlichen Einsatz dankte ihnen Bürgermeister Marcus Schafft. Man könne stolz sein auf das Potential an Ideen, vermerkte er zu Beginn der Sitzung, bei der Josef Röhl von der Industrie- und Handelskammer Ulm - auch vor Riedlinger Hintergrund - den Wandel im Einzelhandel beleuchtete. Es stünden in der Zukunft Vertriebskanäle, Werbung, Sortimente, Dienstleistung und Standort auf dem Prüfstand.

"Wenn Sie in Zukunft noch in Ihrer schönen Innenstadt einkaufen wollen, müssen Sie für gute Bedingungen sorgen", zielte er in Richtung Investitionen.

Dr. Peter Markert und Sebastian Vetter von der Imakomm Akademie stellten in einer PowerPoint-Präsentation vor, welche Maßnahmen notwendig sind und was an Ideen zusammengetragen wurde. Seit rund zwei Jahren beschäftigt man sich in Riedlingen intensiv mit dem Thema, seit einem Jahr ist Imakomm mit von der Partie. Das Beratungsinstitut hat nach eigenen Angaben schon über 300 Kommunen in Süddeutschland in der Stadtentwicklung und der Standort- und Marktanalyse unterstützt. In Sachen Riedlingen haben die Imakomm-Experten festgestellt: Die vielen Potentiale, die vorhanden sind, werden zu wenig genutzt, wie die starke Vereinskultur, Fasnet inklusive, oder die Bildungseinrichtungen, einschließlich der erfolgreichen Fernhochschule.

Nach der Mängel-Auflistung zeigte Vetter die Strategie auf, wie man ihnen begegnen kann: In der Innenstadt zielgruppenorientierte Funktionsräume schaffen - zum Beispiel für Familien und Senioren, die Ansiedlung von Betrieben, um den Branchenmix zu ergänzen, Gestaltungs-Verbesserungen der bestehenden Läden. Beim Tourismus: Ein gastfreundliches Erscheinungsbild, besondere Angebote mit besserer Vermarktung der Donau, zum Beispiel mit der "Zille" als Alleinstellungsmerkmal, menschliche Geschichten nach außen vermitteln und die Vermarktung prominenter Riedlinger - wie Frederick J. Miller als Begründer der heute zweitgrößten amerikanischen Brauerei.

Beim Stadtmarketing stünde die Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls der Stadt mit ihren Teilorten an, sowie eine transparente Kommunikationskultur. Die Rückholung der Bildungswanderer - auch mit der Stärkung des Unternehmensbestandes - und eine gezielte Gewerbeflächenentwicklung nannte Vetter als Schwerpunkte für den Wirtschaftsstandort Riedlingen. Seine Empfehlung: Noch mehr Netzwerke bilden.

Außer einer Vollzeitstelle für einen Wirtschaftsförderer bei der Stadt wird zur Umsetzung ein City-Manager als notwendig erachtet, getragen von einem Marketingverein. "Wir brauchen einen Kümmerner", so Dr. Markert, der neben einem "Austausch auf kurzen Wegen" der Handelnden bei einem Jour Fixe zudem einen "Runden Tisch" empfahl, an dem jeder Bürger teilnehmen und sein Anliegen vorbringen könne. Nach drei Jahren steht zudem das Standortmarketing auf dem Prüfstand, auch seine personelle Ausstattung. Markerts Wunsch, den Grundkonsens herzustellen, wurde bei der Sitzung erfüllt. Für die Umsetzung des Erarbeiteten hatten zuvor Kornelia Eisele und Frank Oster leidenschaftlich plädiert. Die Umsetzung erfordere Mut, aber man sei zuversichtlich, es zu schaffen, betonten beide. In der Schublade dürfte das Konzept nicht landen. Im Ehrenamt sei die Arbeit nicht zu leisten, unterstrichen sie. Mit Men-Power und auch finanziell sei man künftig dabei, signalisierten sie. "Wir brauchen ein positives Zeichen nach außen", so Eisele.

Die Stimmen aus dem Gemeinderat machten indes schnell deutlich, dass der Grundkonsens zu schaffen ist, wobei klar wurde, dass der erhoffte Erfolg eng mit den Personen zusammenhängt, die das Amt ausüben und es daher entsprechender Ausschreibungen bedarf.

Zusatzinfo

**City-Manager: Unternehmen sollen eigenen Beitrag leisten**

Bei der Umsetzung des Standortmarketings für Riedlingen ist der Wirtschaftsförderer Part der Stadt. Er sollte "verwaltungsaffin" sein und mit einem Brutto-Lohn von 3500 Euro monatlich angesetzt werden, forderte Imakomm-Chef Dr. Peter Markert. Näher beschäftigen will sich der Rat mit der Ausgestaltung der Stelle erst nach Vorliegen des Organisationsplanes der Stadtverwaltung, der noch in diesem Jahr erarbeitet werden soll.

Bürgermeister Marcus Schafft rechnet mit einem Arbeitsstart des Wirtschaftsförderers in Riedlingen erst nach den Sommerferien 2015. Beim City-Manager holt sich die Stadt

finanzielle Hilfe aus der Wirtschaft. Geht man, wie Markert, von 135 000 bis 138 000 Euro pro Jahr für Personal, Miete und sonstigen Sachkosten sowie einem Budget zur Durchführung von Aktionen aus, soll sie im ersten Jahr 80 000, im zweiten 70 000 und im dritten Jahr 60 000 Euro schultern.

Entsprechend wächst der Anteil für die Riedlinger Gemeinschaftswerbung, den Handels- und Gewerbeverein, Banken und Industriebetriebe, die man innerhalb eines zu gründenden Marketing-Vereins ins Boot holen will. Willkommen seien auch Fördermitglieder.

Für einen City-Manager hat die Stadt bereits 40 000 Euro im Haushaltsplan 2014 eingestellt. Inwieweit die Firma Imakomm für eine weitere Begleitung in den nächsten drei Jahren engagiert wird, blieb bei der Sitzung offen, nicht jedoch die Feststellung, dass ohne eine solche "nichts läuft".

Quelle: <http://www.swp.de/muensingen/lokales/alb/Gruenes-Licht-fuer-Leitbild:art5707,2933216> , abgerufen am 10.12.2014

<b>INFO: imakomm AKADEMIE GmbH</b>
------------------------------------

Das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung – IMAKOMM – wurde im Jahr 2000 in Aalen als Expertennetzwerk ins Leben gerufen. 2004 haben Prof. Dr. Holger Held als Initiator der IMAKOMM und Dr. Peter Markert als geschäftsführender Gesellschafter die imakomm AKADEMIE gegründet.

Die imakomm AKADEMIE GmbH betreut mittlerweile weit über 300 Kommunen überwiegend im süddeutschen Raum sehr erfolgreich bei Fragen zu Markt- und Standortanalysen, zur strategischen Kommunalentwicklung sowie im Bereich Markenstrategien für Kommunen.

**Kontakt:**

imakomm AKADEMIE GmbH

Ulmer Straße 130

73431 Aalen

Telefon: 07361 – 5 28 29-0

Telefax: 07361 – 5 28 29-20

E-Mail: [info@imakomm-akademie.de](mailto:info@imakomm-akademie.de)

[www.imakomm-akademie.de](http://www.imakomm-akademie.de)