

## **Zusammenfassung der Ergebnisse der Zukunftswerkstatt**

**Wirtschaftsentwicklung Neuenburg**  
**am 27. Juni 2007, 17.00 bis 21.30 Uhr**  
**im Stadthaus Neuenburg**

**Veranstalter:**                    **Stadt Neuenburg am Rhein**

**Kooperationspartner:**       **Wirtschaftsförderung Region Freiburg**

### **Teilnehmer:**

#### **Stadtverwaltung**

Schuster	Joachim	Bürgermeister Stadt Neuenburg am Rhein
Müller	Peter	Rechnungsamtsleiter
Vallois	Barbara	Kulturamtsleiterin

#### **Stadträte**

David	Myrta	Stadträtin (Farben-David)
Erhardt	Kurt	Stadtrat
Gerwig	Hans	Stadtrat
Ziel	Christoph	Stadtrat (Foto Quelle und Postagentur)

#### **WRF**

Dierks	Lutz	LRA Breisgau-Hochschw. Wirtschaftsförderung
Ulrich	Irene	Wirtschaftsförderung Region Freiburg

#### **Stadtplanung**

Sammel	Christian	Fahle Stadtplanung, Freiburg i. Br.
--------	-----------	-------------------------------------

#### **Moderation**

Bernauer	Gabriela	Bernauer Consult
----------	----------	------------------

#### **Banken-Finanzdienstleistungen**

Gutmann	Markus	Sparkasse Markgräflerland, Leiter Zweigstelle Neuenburg
Mayer	Hannes	Volksbank Müllheim eG, Leiter Zweigstelle Neuenburg
Ketterer	Axel	AXA Versicherungsbüro

Herr Schark AXA Versicherungen

**Beratung - Freie Berufe**

Schmidt	Hans-Jürgen	hjs-consulting
Mailitis	Arno	IT-Beratung
Haug	Peter	IT-Dienstleistungsbüro
Kaltenbach	David	Firma Kalcom, IT-Dienstleistungen
Flamm	Eberhard	Training, Beratung, Coaching
Späth	Christian	ZBS Steuerberatungs GmbH
Köbler	Elvira	Steuerkanzlei
Goehr	Anton	Journalist
Marquardt	Wolfgang	Freier Architekt

**Gesundheit**

Gruber-Lösch	Marlies	Gesundheitstraining
Rayer	Gert	Inhaber Fridolin-Apotheke
Wörlein	Till	Inhaber Rhein-Apotheke und Stadtrat

**Handel**

Goehr	Roswitha	Inhaberin Schuhhaus Lamm
Lambertz	Heidmarie	Inhaberin Mode & Wäsche Hauser
Lambertz	Uwe	Mode & Wäsche Hauser
Kiefer	Petra	PEKU-Buchhandlung
Kiefer	Gertrud	Inhaberin Blumen-Saurer
Klein	Christoph	Zähringer Blumenstube
Rudolph	Bettina	Inhaberin Drogerie Boll
Köbler	Otto	Firma Raum und Design
Köbler	Juliane	Firma Raum und Design
Ziel	Christoph	Foto Quelle und Postagentur, Stadtrat
Meyer	Bettina	Quelle-Shop
Rueb	Theresia	Handelsvertretung Vorwerk-Thermomix
Kern	Klaus	Casanuova Weinhandel, italienische Weine, Grappe, Olivenöle
Hartmann	Nina	ESSO-Station
Hartmann	Peter	ESSO-Station
Rettenmaier	Helmut	Shell Station, Tankstelle, Shop-Bistro

**Handwerk**

Wolf	Klaus	Fa. Wolf & Lang, Kachelofenbau, Fliesen- und Natursteinarbeiten
Wolf	Kurt	Seniorchef , Fa. Wolf & Lang
Fuss	Rainer	Schreinerei
David	Myrta	Farben-David und Stadträtin
Lehmann	Hans-Peter	Schreinerei
Schächtele	Angelika	Inhaberin Friseursalon schnipp schnapp

**Industrie**

Betzold	Sven	Firma Freudenberg Service KG, Geschäftsführer
Günther	Markus	Geschäftsführer Maschinenbau Kaltenbach GmbH

---

Vonthron	Heino	CNC-Drehbearbeitung Maschinenbau
Lupberger	Armin	Industrie-Consulting

#### **Tourismus**

Gugel	Beate	Christel Gugel GmbH Dreiländer-Campingpark Neuenburg am Rhein
Klemske	Jutta	Dreiländereck Ferienpark der Naturisten GmbH
Kraatz-Klemske	Katy	Dreiländereck Ferienpark der Naturisten GmbH
Weber	Brigitte	Hotel "Zum Weissen Kreuz" und Verkehrsverein Neuenburg e. V.
Wegner	Helga	Hotel Anika und Verkehrsverein Neuenburg am Rhein e. V.
Sütterlin	Irene	Gästehaus Sütterlin und Änderungsschneiderei
Schäfer	Tanja	Hotel Neuenburger Hof

### **Die Herausforderung:**

Gerade in Zeiten großer wirtschaftlicher Veränderungen ist es außerordentlich wichtig, dass sich Selbständige aus allen Bereichen der Wirtschaft stärker zusammen schließen und kooperieren. Die enge Verzahnung von Gewerbetreibenden, die Attraktivität es Standortes, aber auch der Einnahmen der Kommunen, kann nur funktionieren, wenn alle Partner offen, kompetent und entschlossen miteinander umgehen.

Die Attraktivität der Stadt Neuenburg am Rhein ist im Wesentlichen auch abhängig vom Bestehen einer umfassenden Nahversorgung der Bevölkerung durch Unternehmen aus allen Branchen.

Die Stadt Neuenburg am Rhein wird als attraktiver Arbeitsplatz wahrgenommen. Neuenburg hat jedoch wesentlich mehr zu bieten als auf den ersten Blick festgestellt wird.

Die Herausforderung besteht darin, dass für die Stadt und die Betriebe, die das Leben der Stadt tragen, ein gemeinsames „Wir Gefühl“ entwickelt wird. Ebenso sollen erste strategische Überlegungen befördert werden, wie die Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes Neuenburg am Rhein gelingen kann.

### **Beispielzielgruppe:**

#### **Best Ager**

Vor dem Hintergrund gesättigter Märkte wird es für Unternehmen immer bedeutsamer, sich Wettbewerbsvorteile gegenüber den Konkurrenten zu sichern. Was für Unternehmen gilt, gilt gleichermaßen für Städte und Kommunen. Es geht darum, sich in Märkten zu etablieren und neue Käufergruppen zu erschließen. Immer wichtiger für die Unternehmen und Städte und somit auch für die Werbetreibenden wird die Zielgruppe der Senioren, da in diesem Marktsegment sehr viel Potenzial steckt. Alleine die Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung lässt erkennen, wie hoch der mengenmäßige Anteil dieser Gruppe zukünftig sein wird. Hinzu kommt, dass diese Zielgruppe nicht mehr geprägt ist durch Defizite, sondern aktiv am Leben teilnimmt und unternehmungslustig und konsumfreudig ist. Aus diesem Grund sollte diese attraktive Zielgruppe einen gesicherten Platz in der kommunalen Marketingplanung der Stadt Neuenburg am Rhein erhalten.

## **Erwartungen der Teilnehmer**

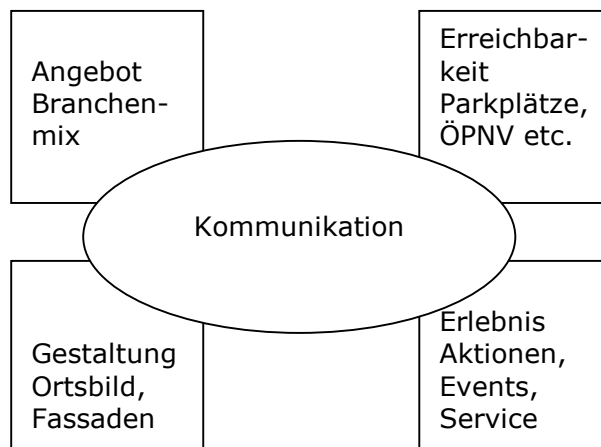
- Impulse für die Zukunft
  - Trendaussagen und Auswirkungen auf Neuenburg
  - Innenstadtbelebung + Randzonen IIIII IIIII
  - Altersspezifische und tätigkeitsspezifische Bedarfsentwicklung
  - Ausbau Tourismus und Gastronomie IIIII II
  - Planungsideen für die nächsten 50 Jahre
  - Wirtschaftsentwicklung in Neuenburg IIIII I
  - Ansiedlung neuer Firmen – Ausbau neuer Arbeitsplätze II
  - Netzwerke aufbauen II
  - Handwerk stärken
- 
- Stadtentwicklung Baumaßnahmen IIIII II
  - Menschen in den Vordergrund rücken
  - Demografische Entwicklung in Neuenburg?
  - Keine Verlagerung des Einzelhandels auf die grüne Wiese
  - Grenzüberschreitende Kooperationen
-

---

**Impulsreferat - Einführung** in die Zukunftswerkstatt

**“Aufgaben des Kommunalen Marketing”**

**Was kann kommunales Marketing leisten?**



In der Zukunftswerkstatt greifen wir die Kernthemen heutiger Kommunalentwicklung auf. Das sind z. B. Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und der Lebensqualität. Damit verknüpfen wir dann Zielorientierung und Effizienz mit breiter Konsensbildung aus Sicht der Leistungsträger vor Ort.

### **Identität**

Die Kommune mit Persönlichkeit und Profil der Selbständigen. Das Bewusstsein und das Leben einer glaubwürdigen Identität machen unverwechselbar und geben Kraft. Die Selbständigen kennen Ihre Stärken und Schwächen, sie wissen, wohin sie wollen und verfolgen konsequent ihre Strategie. Die BürgerInnen wissen woran sie sind und Investoren haben klare Rahmenbedingungen.

### **Integration**

Ein Grundkonsens über Ziele und Wege ist die Basis für ein produktives Selbständigen Engagement. Partikularinteressen verlieren an Bedeutung. Blockadehaltungen und Vorurteile werden abgebaut. Das Gemeinsame tritt in den Vordergrund, das Bewusstsein, in einem Boot zu sitzen, wächst.

### **Innovation**

Neue Herausforderungen sind immer neue Chancen. Sie verlangen nach neuen Problemlösungsstrategien. Der Wandel findet zu allererst im eigenen Kopf statt. Eine Kultur der geistigen Aufgeschlossenheit und Bereitschaft, ständig hinzuzulernen, schaffen die Voraussetzung des Strukturwandels und den Weg zu neuen Innovationen.

### **Image**

Image darf nicht dem Zufall überlassen bleiben, sondern muss systematisch und überlegt aufgebaut werden. Tue Gutes und rede darüber. Die Darstellung der eigenen Stärken und Leistungen wird zur Pflichtaufgabe.

---

## Von Megatrends zu neuen Chancenpotenzialen

Grundlage unserer Beratungsarbeit bilden die Megatrends. Es handelt sich dabei um *langfristige Veränderungsprozesse*, die global und interdisziplinär wirken wie z.B. die fortschreitende Individualisierung oder die Alterung der Gesellschaften. Ihre Auswirkungen umfassen alle Bereiche des menschlichen Lebens: Technologie, Kultur, Arbeitswelt, Konsum.

Megatrends wirken über einen langen Zeitraum (ca. 25 Jahre), doch ihre Auswirkungen auf die Märkte unterliegen einem konstanten Wandel. Unternehmerische Strategien müssen daher stets in Zusammenhang mit den relevanten Megatrends und ihren konkreten ökonomischen Folgen gesehen werden.

Aufzeigen von *Chancenpotenzialen*:

Wo bilden sich für ein Unternehmen neue Zukunftsmärkte ab?

Wie lassen sich veränderte Konsumwünsche durch Produkt- oder Serviceinnovationen bedienen?

Die Zukunft lässt sich zwar nicht ausrechnen. Dennoch: Unsere Arbeit ist faktenbasiert und basiert auf intensiven Recherchen, die durch qualitative wie quantitative Forschung unterstützt wird.

Unser Beratungsansatz lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- LANGFRISTIG: Grundlage aller Überlegungen bilden die Megatrends
- OFFEN: Jenseits von Branchengrenzen werden Möglichkeiten offen gelegt
- SOZIOKULTURELL: Vom Menschen und seinen Bedürfnissen her gedacht
- KOOPERATIV: Internes und externes Wissen wird miteinander vernetzt

## „Neuenburg in Zahlen – Daten – Fakten“

### Demografische Daten

Wachstumsgemeinde (Stand 21.06.2006):	11.976 Einwohner
Kaufkraftniveau	5 270
Kaufkraftbindung Neuenburg	
Nahrung und Genussmittel	(20,1) 27,3 Mio. (+7,2)
Apotheke, Drogerie, Papierw. etc.	(11,1) 8,8 Mio. (-2,3)
Bekleidung, Textil, Schuhe	(10,9) 7,0 Mio. (-3,9)
Uhren, Schmuck, Einrichtung, Elektro, Sonstiges	(21,0) 5,3 Mio. (-15,7)
Zunahme des EH Marktpotentials seit 2003 um 11 %	
Bindungsquote	77 %

### Arbeitsmarkt

Versicherungspflichtige Beschäftigte (Stand 30.6.2004):	3.761
<b>davon in folgenden Wirtschaftsbereichen:</b>	
produzierendes Gewerbe:	1.933
Handel, Verkehr, Dienstleistungen:	1.193
Berufseinpendler:	2.097 (600 F)
Berufsauspendler:	2.713
Arbeitsplatzeffekt Gastronomie und Tourismus	244 Vollzeitkräfte
<b>Wirtschaftsfaktor Tourismus *2)</b>	
Übernachtungen in gewerblichen Betrieben	40 178
Privatunterkünfte	1 541
Ferienwohnungen	552
Übernachtungen auf dem Campingplatz (Zweitwohnung)	Schätzwert 100 000
Besuche bei Freunden und Verwandten	44 975
<u>Tagesreisen</u>	
Wohnortausflugsverkehr	103 433
Urlauberlokalverkehr	12 151
Tagesgeschäftsreiseverkehr	30 960
*2) mögliche Bruttoumsätze aus dem Tourismus	ca. 15.000 000 €



## **Workshop - Einzelarbeiten**

Nach dem Impulsvortrag galt es diese Fragen zu beantworten:

- Was ist für Neuenburg am Rhein wichtig?
- Was ist unser gemeinsames Ziel?
- Was wollen wir in den nächsten 1-3 Jahren verwirklichen?
- Wie wollen wir künftig besser miteinander zusammenarbeiten?
- Wie kann diese Zusammenarbeit gestaltet werden?
- Was wollen wir nach außen bewirken?
- Was wollen wir nach innen bewirken?
- 
- 
- In Einzelarbeit wurden die nachfolgend aufgeführten Punkte erarbeitet. Aus den Antworten ergaben sich die Hauptthemen, zu denen Arbeitsgruppen gebildet wurden.

## **Ausbildung und Bildung**

### Schulbildung - Ausbildung

- Einbeziehen der Schulen in die wirtschaftliche Entwicklung

### Erwachsenenbildung

- Bildungs- und Arbeitsplatzangebot
- Überregionale Zusammenarbeit zu anderen Bildungs- und Industrieverbänden auch in der Schweiz und Frankreich
- Das Thema der persönlichen Weiterbildung, die sozialen Vernetzungsmöglichkeiten über die **Volkshochschule als kommunalem Bildungszentrum** intensiver stärken
- Außen/Innenwirkung durch schulisches Angebot Potenziale schaffen
- Gemeinsame Zielvorgaben aller Beteiligten ohne Konkurrenzdenken
- Erwachsenenbildung

## **Innenstadtentwicklung**

### Schlüsselstraße

- Schlüsselstraße als Einkaufsstraße attraktiver ausbauen, d.h. 2-Richtungsverkehr mit 20 bis max. 30 km/h
- Schwenkender Fahrbahnverlauf mit Kurzzeitparkplätzen (max. 30 Minuten)
- Je nach vor Ort Situation mal rechts mal links, mal parallel mal schräg zur Fahrbahn
- Keine Poller, keine Aufkantungen, kein Wasserlauf
- Sanierung Schlüsselstraße nach Multifunktionskonzept von 1996/1997
- Beidseitig befahrbar
- Verbreitete Gehwege für Außenbestuhlungen bzw. Werbung
- Vereinzelte Querparkbuchten
- Während der gesamten Umbaumaßnahme ist eine ständige einspurige Befahrbarkeit der Schlüsselstraße von Westen her und die Erreichbarkeit aller Geschäfte per PKW, Fahrrad und zu Fuß zu garantieren.

- Entsprechende Hinweistafeln an Stadteingängen aufstellen sowie Veröffentlichungen in den Medien schalten.
- Zeitverträge mit allen bauausführenden Firmen!
- Sanierung Schlüsselstraße mit Beibehaltung des Verkehrs in beide Richtungen.
- Attraktivere Gestaltung der Schlüsselstraße – Befahrbarkeit – Parkplätze!
- Aufwertung der Müllheimer- und Schlüsselstraße

## Innenstadtbelebung

- Attraktiv gestaltete Innenstadt, keine Fußgängerzone, beidseitig befahrbar mit Parkplätzen oder Buchten
- Innenstadtbelebung + Tourismus
- Wenn das „Angebot“ das Interesse der Menschen trifft, ist die Innenstadtbelebung die logische Folge.
- Innenstadtdekoration – Veranstaltungen – Parkplätze befestigen – Einbeziehung Außenbereich – Trinationales Angebot
- Events und Veranstaltungen
- Innenstadtbelebung
- Dekoration Innenstadt
- Attraktivere Fassaden der Geschäftshäuser
- Innenstadt Attraktivität erhöhen = Fußgängerzone + größeren Stadtkern gestalten = Bündelung (z.B. Lörrach und Staufen)
- Attraktive Gestaltung der Innenstadt und genügend Parkmöglichkeiten
- Belebung der Innenstadt
- Beibehaltung oder Ausbau des vielfältigen Einzelhandelsangebotes
- Steigerung des Wohnwertes und Ambientes
- dadurch des Konsums
- dadurch der touristischen Entwicklung
- Keine Fußgängerzone
- Gestaltung einer noch attraktiveren Innenstadt um die Kaufkraft noch stärker zu binden
- Das Erscheinungsbild der Stadt – Blumen – Straßen
- Bessere verkehrliche, fußläufige Anbindung der westlichen Stadtteile
- Kaufkraft muß in Neuenburg gehalten werden
- Attraktivere Innenstadt mit Ruhepolen (grüne Oasen)
- Durch Verschönerung, der Geschäftsstraßen, für eine längere Verweildauer der Gäste/Kunden sorgen

- Noch stärkere Kaufkraft in die gesamte Stadt bringen, attraktive, nette Einkaufstadt
- Ziel: Noch attraktiver werden, z.B. Innenstadt, auch Stadtteile!
- Kundenorientierte und attraktive Geschäfte mit Qualitätsangebot
- Innenmarketing
- Stärken besser darstellen und herausarbeiten
- Stadtgefühl – Wir Gefühl entwickeln
- „Selbstbewusstsein“ der Stadt fördern
- Innenstadt attraktiver gestalten – Beispiel Lörrach

## Tempobegrenzung

- Innenstadt 25 km/h
- Geschwindigkeitsbegrenzung max. 25 km/h
- keine Innenstadt-Beruhigung
- Die Bewohner müssen berücksichtigt werden, trotz Mehrangeboten des Tourismus, Ruhe, weniger Verkehr, Parkanlagen
- Verkehrsberuhigte Zone
- (Auto-)Mobilität in der Innenstadt erhalten

## Innenstadt und Parken

- Ausreichend Parkmöglichkeiten
- Parkzonen ausweisen
- Parkplätze – Fußgängerwege
- Ausreichend Parkplätze vor den Geschäften
- Innenstadtparkplätze – 96 % kommen mit dem Auto!
- Erhaltung und Erweiterung der Parkmöglichkeiten in der Innenstadt
- Ausreichend befestigte Parkplätze

## Verschiedenes:

- Bestehende Stärken (= vorhandenes Potenzial) über die Regio / über die Grenze hinaus präsentieren
- Verschiedene Bereiche zusammenziehen bzw. Übergänge schaffen, Beispiel: REWE – Schulzentrum – Rathausparkplatz
- Was bringt die Innenstadtbelebung für den Dienstleister?

- Schaffung eines schönen Lebens im Alter (Alters-Pflegeheime, Ärzte, mobile Versorgung etc.)
- Ziel: Gute Infrastruktur auch für 50 +
- Abkopplungen – Aldi – Bahnhof – Innenstadt
- Ausbau Kreisverkehr Richtbergspange

## **Netzwerke bilden – Marketing**

### Netzwerken

- Ein Miteinander und nicht gegeneinander!
- Verstärkt miteinander – Gewerbe – Industrie – Handel usw. zusammen mit der Verwaltung
- Umgang – Strategische Entwicklung – Zielvorgaben gemeinsam erreichen miteinander anstatt gegeneinander
- Netzwerke – also Kooperationen miteinander und untereinander
- „Wir-Gefühl“ verstärken, z.B. gemeinsam an Gewerbeausstellung teilnehmen
- Aufbau eines Netzwerk zur Weiterentwicklung gemeinsamer Interessen – Stadt – Industrie

### Marketing - Events

- Gemeinsame Konzepte – Innenstadtgeschäfte helfen sich schon gegenseitig (z.B. einer schickt die Kunden zum Anderen – Restaurant – Friseur – Schuhgeschäft)
- Verschiedene Veranstaltungen z.B. Gesundheitstage starten, dadurch ein breites Spektrum ansprechen
- Gesunde Ernährung - Netzwerk bekannt machen durch Messen und Märkte
- Etablieren von Stammtischen
- Die Idee der Agenturen aufnehmen – Zirkel bilden, die finanzielle Gestaltungsmöglichkeiten haben
- Bündelung regionaler Kräfte (Wirtschaftsregion) zukünftig keine Konkurrenz der Städte sonder der –Regionen
- Netzwerke der Unternehmer – Meine Vision und Angebot ist, den interessierten Unternehmen eine Strategie vorstellen, die „uns“ in unserer Region aufblühen lässt. Menschen helfen Menschen; unsere Region attraktiver machen.
- Verlängerte Öffnungszeiten des Einzelhandels
- Den grenzüberschreitenden Raum als einen Wirtschafts- und Dienstleistungsraum in den Köpfen verankern und dementsprechend handeln.

- Überregionale Werbung
- Modernisierung des Angebots z.B. Gastronomie, Autohäuser, Bekleidung

## Emotionales

- Beweisen, dass Neuenburg eine lebenswerte Stadt ist
- „Wir sitzen alle im gleichen Boot“ – gemeinsam übergreifend in die Zukunft denken (Industrie, Handel, Dienstleistungsanbieter)

## Außenwirkung - Internet

- Kaufkraftbindung durch Internetauftritt des Einzelhandels und des Handwerks

## Ideenpool

- Kalender des Einzelhandels – ähnlich dem der Gastronomie
- Die französische Kundschaft intensiv betreuen und kundenfreundliche Maßnahmen verstärken.
- Firmenliste der am Ort ansässigen Betriebe für Neuzuzüge – „Was gibt es wo in Neuenburg?“
- Interessengruppen bilden z.B. Handwerk, Gastronomie, Handel) gemeinsam Wege finden (Aktionen etc.) die Neuenburg attraktiver machen

## Tourismus

### Angebot erweitern

- Freizeitangebote mit Vermarktung der Gesamtregion und Länderübergreifend (Frankreich und Schweiz)
- Ausflugsziele – weitere Verschönerung des Stadtbildes
- In den Sommermonaten stundenweise abends die Museen öffnen
- Erhaltung und bessere Nutzung unseres Waldgürtels zur Erholung und zum Schutz vor Lärm und Schmutz
- Freizeitangebot – Freizeitpark
- Größeres Freizeitangebot für den Tourismus

- Attraktive, interessante Stadt wird gern besucht, Attraktionen: Sommergarten, Nepomuk etc. bringen Gäste
- Freizeitangebot bei schlechtem Wetter?
- Verlängerte Öffnungszeiten Stadtmuseum?
- Erhaltung und bessere Nutzung unseres Waldgürtels zur Erholung und zum Schutz vor Lärm und Schmutz.

## Gestaltung

- Renovierte und schön gestaltete Gasthäuser und Hotels (Fassaden und Zimmer) z.B. Fahrradverleih anbieten.
- Durch neue Attraktionen für Kunden und Gäste sorgen, Verweildauer verlängern, durch Spielstraßen, Wasserlauf etc., Blumen, Bäume
- Für Besucher – Touristen gut sichtbare und ansprechende Anfahrtsbeschilderungen

## Ideenpool

- Ein integratives Kulturangebot entwickeln, in dem Eigeninitiativen gefördert werden.
- Tourismusentwicklung im Bereich Dienstleistungsangeboten z.B. Wanderführungen, Weiterbildung, Seminare
- Wanderführungen von Neuenburg aus anbieten (Vogesen-Schwarzwald)
- Das kulturelle Zielgruppenangebot erhöhen
- Erschließung des Rheines für den Tourismus. Findet teilweise schon statt mit den Angeboten der VHS (Goldschürfen etc.).
- Naherholungsgebiet am Rhein z.B. mit Sandstrand, Booten, Kanu

## Wirtschaftsentwicklung

### Arbeitsplätze

- Finden neuer Mitarbeiter – Stellenbörse auf der Internetseite der Stadt
- Arbeitsplätze – Existenzsicherung – Lebensqualität
- Teilzeitarbeitsplätze für Mütter minderjähriger Kinder anbieten

- Betriebsansiedlungen
- Betriebsansiedlung – Ausbildungsbetriebe ansiedeln , nicht nur Industriebetriebe
- Ansiedlung von Betrieben mit hoher Arbeitsplatzdichte, d.h. viele Arbeitsplätze pro ha.
- Wichtige Ziel für die Stadt: kontinuierliche Maßnahmen zur Ansiedlung neuer Betriebe
- Ansiedlung weiterer großer Betriebe
- Ansiedlung interessanter Firmen für jung und 50 +
- Ansiedlung neuer Betriebe fördern

## Bestandsschutz

- Ansässige Betriebe bei der Stadtkernsanierung berücksichtigen
- Berücksichtigung bestehender Betriebe im Abstimmung mit Handwerk / Einzelhandel / Industrie / Gastronomie
- Stadtentwicklung – Das Handwerk wird an den Stadtrand in Gewerbegebiete verlegt – keine Anlaufstellen im Stadtgebiet

## Existenzgründungen

- Existenzgründer fördern und in die Stadt holen
- Ansiedlung von Betrieben mit zukunftssträchtigen Technologien
- Ansiedlung neuer Technologien wie: Nanotechnologie und Biotechnologie
- Schaffung eines Gründerzentrum
- Unterstützung von Existenzgründern
- Umweltschonende Industrieansiedlung analog „Sunshine-Vacancy“

## Ideenpool

- Know-How-Zentrum Neuenburg
- Dienstleistungspark Neuenburg
- Entwicklung eines „Technologie-Park“ für Start-up´s im Bereich neue Technologien

## Verschiedenes

- Öffentliche Ausschreibung „beschränken“ dafür beschränkte Ausschreibung
- Kontaktbörse zu Investoren setzt exakte Beschreibung von Projekten voraus



- Junge Familien fördern
- Kinderbetreuung minderjähriger Kinder fördern, die bezahlbar sind

## Arbeitsgruppen

- Ausbildung - Bildung
- Innenstadtentwicklung
- Netzwerke bilden/ Marketing
- Tourismus (nah und fern)
- Wirtschaftsentwicklung  
Arbeitsplätze  
Gründungen  
Handwerk stärken

## Gruppe Ausbildung / Bildung

Sprecher: Eberhard Flamm

Teilnehmer der Arbeitsgruppe

<b>Flamm</b>	<b>Eberhard</b>	<b>Training, Beratung, Coaching</b>
Schuster	Joachim	Bürgermeister
Ulrich	Irene	Wirtschaftsförderung Regio Freiburg e.V.
Hartmann	Nina	ESSO-Station
Hartmann	Peter	ESSO-Station
Ketterer	Axel	AXA Versicherungsbüro
Mayer	Hannes	Volksbank Müllheim eG, Leiter Zweigstelle Neuenburg
Kaltenbach	David	Firma Kalcom, IT-Dienstleistungen
Gerwig	Hans	Stadtrat

## Ausbildung Bildung

Wie verzahnen wir Schule und Wirtschaft (= Handwerk, Handel, Tourismus, Dienstleister, Industriebetriebe)?

Was sind die Aufgaben?

1. Orientierung geben (Wissen welche Ausbildungsberufe in Neuenburg erlernt werden können, und welche Berufspraktika angeboten werden.)
2. Klären was macht z.B. ein Industriemechaniker?

3. Wer macht was? (Firmen) (Wer bildet was aus? Welche Berufe kann ich wo lernen?)
4. Wie unterstützen wir den Übergang Schule/Beruf (Wie intensivieren und verbessern wir die Kontakte von Schulen zu Betrieben? Wie intensivieren und verbessern wir die Kontakte von Schulen zu Betrieben? )
5. Wie finden wir geeignete Auszubildende (Wie unterstützen wir den Übergang Schule und Beruf? Wie bauen wir gegenseitige Hemmschwellen ab?)

## Verzahnung Betriebe und Schule

Praktika anbieten (Schule setzt sich mit Betrieben zusammen)  
Führungen der Lehrer durch die Unternehmen  
Familientage in Betrieben – Sohn- Tochtertage  
Berufsmesse Neuenburg  
Netzwerke kleine Betriebe für Azubis  
Firmenbroschüre aktualisieren  
Hemmschwellen abbauen durch Berufsgruppen in der Schule darstellen  
Lehrstellenbörse im Internet

## Erwachsenenbildung

VHS Seniorenuni  
Verzahnung Schule Senioren  
Senioren VHS – Senioren unterrichten Senioren  
Bilinguale Ausbildung

## Aufgaben

1. Wissen was es gibt
2. Hemmschwellen abbauen
3. Aufeinander zugehen
4. Einander helfen

## Gruppe Innenstadtentwicklung

Sprecher: Christian Späth

Teilnehmer der Arbeitsgruppe

Wörlein	Till	Inhaber Rhein-Apotheke und Stadtrat
Kößler	Elvira	Steuerkanzlei
Goehr	Roswitha	Inhaberin Schuhhaus Lamm

---

Rettenmaier	Helmut	Shell Station, Tankstelle, Shop-Bistro
David	Myrta	Farben-David und Stadträtin
Lambertz	Heidemarie	Inhaberin Mode & Wäsche Hauser
Meyer	Bettina	Quelle-Shop
Kiefer	Petra	PEKU-Buchhandlung
Rudolph	Bettina	Inhaberin Drogerie Boll
Kößler	Otto	Firma Raum und Design
Kößler	Juliane	Firma Raum und Design
Klein	Christoph	Zähringer Blumenstube
<b>Späth</b>	<b>Christian</b>	<b>ZBS Steuerberatungs GmbH</b>

Die Arbeitsgruppe hat sich mit den Teilnehmerkarten befasst und in der Diskussion festgestellt, dass viele Meinungen konträr sind und eine Diskussion schwierig machen.

Man konnte sich im Laufe der Diskussion auf folgende Punkte einigen:

- Die Schlüsselstraße soll mit dem Auto aus beiden Richtungen befahrbar bleiben.
- Während der Umbauarbeiten soll sie mindestens in eine Richtung offen sein.
- Die Bauphase soll kurz gehalten werden.
- Für die Bauphase unbedingt die möglichen Parkplätze beschildern.
- Die Erreichbarkeit der Schlüsselstraße beschildern.
- Betroffene Unternehmen in der Bauphase integrieren.
- Parkplätze sollen erhalten werden, müssen attraktiv gestaltet werden.
- Optische Aufwertung der Schlüsselstraße durch Inhaber der Gebäude und die Stadt
- Tempo 25 stieß auf eine geteilte Meinung, keine Einigung erzielt.
- Mehr überregionale Werbung.

## Gruppe Netzwerke Marketing

Sprecher: Peter Haug

Teilnehmer der Arbeitsgruppe

<b>Haug</b>	<b>Peter</b>	<b>IT-Dienstleistungsbüro</b>
Rueb	Theresia	Handelsvertretung Vorwerk-Thermomix
Kiefer	Gertrud	Inhaberin Blumen-Saurer
Herr Scharck		AXA Versicherungen

Kern	Klaus	Casanuova Weinhandel, italienische Weine, Grappe, Olivenöle
------	-------	---

Die Mitglieder der Arbeitsgruppen waren sich sofort einig, dass der Mensch im Mittelpunkt steht. Grundvoraussetzung für jedes Netzwerken ist eine positive Grundhaltung und die Orientierung auf den Menschen hin.

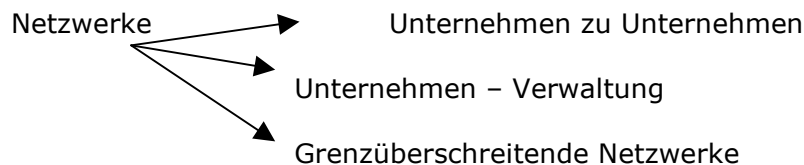
Netzwerke bilden, um zusammen zu kommen und sich kennen zu lernen.

Gegenseitige Unterstützung, gegenseitige Befruchtung.

Motto: Mir und den Anderen soll es gut gehen.

„Das Lächeln ist ein Fester durch das man sieht, ob das Herz zu Hause ist“.

Welche Netzwerke sollen angesprochen werden?



## Gruppe Tourismus

Sprecherin: Beate Gugel

Teilnehmer der Arbeitsgruppe

Gugel	Beate	Christel Gugel GmbH Dreiländer-Campingpark Neuenburg am Rhein
Klemske	Jutta	Dreiländereck Ferienpark der Naturisten GmbH
Kraatz-	Katy	Dreiländereck Ferienpark der Naturisten GmbH

---

Klemske		
Gruber-Lösch	Marlies	Gesundheitstraining
Gutmann	Markus	Sparkasse Markgräflerland, Leiter Zweigstelle Neuenburg
Rayer	Gert	Inhaber Fridolin-Apotheke
Sütterlin	Irene	Gästehaus Sütterlin und Änderungsschneiderei
Mailitis	Arno	IT-Beratung
Ziel	Christoph	Foto Quelle und Postagentur, Stadtrat
Vallois	Barbara	Kulturamtsleiterin
Wegner	Helga	Hotel Anika und Verkehrsverein Neuenburg am Rhein e. V.
Weber	Brigitte	Hotel "Zum Weissen Kreuz" und Verkehrsverein Neuenburg e. V.
Schächtele	Angelika	Inhaberin Friseursalon schnipp schnapp
Schäfer	Tanja	Hotel Neuenburger Hof
Dierks	Lutz	LRA Breisgau-Hochschw. Wirtschaftsförderung

## Ausschilderung

Tourismusleitsystem in Neuenburg ist gut beschildert und ermöglicht eine gute Orientierung

Campingplätze sind schwer zu finden, es besteht die Möglichkeit internationale Campingschilder zu erhalten und diese anzubringen, entsprechend international bekannten Standards

## Zusammenarbeit

Bessere Zusammenarbeit in der Gästevermittlung, dazu auch private Zimmervermieter aufnehmen

## Allgemeine Angebote:

Kanufahrten

Wellnessangebote

Geführte Wanderungen und Radtouren

Öffnungszeiten des Stadtmuseums an die touristischen Anforderungen anpassen

Saunen und Schwimmbäder der Campingplätze auch für Hotelbesucher anbieten

Mehr Kinoangebote, als Schlechtwetterangebote

Alleinstellungsmerkmal: Goldsuche in Rhein

## Aufgaben

- Schaffen von diversen Schlechtwetterangeboten:
- z.B. Betriebsbesichtigungen bei K & U und anderen interessanten Neuenburger Betrieben
- Zusammenfassung der Freizeitmöglichkeiten von Neuenburg schaffen
- Schulung der Mitarbeiter im Einzelhandel und den örtlichen Gastronomiebetrieben, viele wissen viel zu wenig über das örtliche Angebot. Der Einzelhandel muss informieren können.
  
- Intensivere Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Touristik, Beilage zur Stadtteilzeitung 2 x pro Jahr mit Kurzportraits und Freizeit-Bürger- und Gästeinformationen

## Gruppe Wirtschaftsentwicklung

Sprecher: Markus Günther

Teilnehmer der Arbeitsgruppe

<b>Günther</b>	<b>Markus</b>	<b>Geschäftsführer Maschinenbau Kaltenbach GmbH</b>
Müller	Peter	Rechnungsamtsleiter
Schmidt	Hans-Jürgen	hjs-consulting
Fuss	Rainer	Schreinerei
Vonthron	Heino	CNC-Drehbearbeitung Maschinenbau
Lehmann	Hans-Peter	Schreinerei

Wolf	Klaus	Fa. Wolf & Lang, Kachelofenbau, Fliesen- und Natursteinarbeiten
Erhardt	Kurt	Stadtrat
Lupberger	Armin	Industrie-Consulting

Der Teilnehmerkreis setzte sich zusammen aus Industrie – Handwerk und Dienstleistungen

Gemeinsam wurde über die Branchen hinweg festgestellt, dass jeder gute Chancen in Nischen besitzt.

Voraussetzung sind hochqualifizierte Mitarbeiter, gute Nachwuchskräfte von den Schulen.

### **Handwerk**

Die Handwerksbetriebe lösen Spezialaufgaben für ihre Kunden, benötigen einen Showroom. Wo kann dieser etabliert werden?

Die anwesenden Handwerker haben viele private Kunden, auch die Stadt ist ein guter Auftraggeber.

Vorschlag an die Stadt: Bei Grundstücksverkäufen in Neubaugebieten eine Liste- bzw. Broschüre der örtlichen Handwerksbetriebe mitgeben.

Auf der Homepage der Stadt stärker auf das Handwerk eingehen. Als Idee für die Handwerker untereinander: Handwerkerring Kandern

### **Industrie**

Die Industrie sollte bei Ihren Aufträgen auch das örtliche Handwerk stärker berücksichtigen.

### **Dienstleistung**

Gemeinsamkeiten mit der Industriesuchen, z.B. einrichten eines Dienstleistungszentrum für Schulungen für die Unternehmen.

## **Wirtschaftsentwicklung - Aufgaben**

- Stärker neue Technologien ansiedeln
  - Regelmäßigen Wirtschaftstreff installieren und die Infrastruktur verbessern
  - Firmenchefs müssen angesprochen werden
  - Persönliche Anmerkung des Sprechers: Die Stadtverschönerung hilft auch der Industrie, sowohl im Hinblick auf Kunden als auch für die Mitarbeiterrekrutierung
-

## Fazit

Die herausgearbeiteten Chancen lassen sich kurz- und mittelfristig realisieren, Es sollte an den gefundenen Aufgaben zeitnah weitergearbeitet werden. Es wird empfohlen, in den Arbeitsgruppen intensiv darauf hinzuwirken, dass der Geist der gemeinsamen Aufgabe lebendig bleibt.

## Ausbildung Bildung

Die Verzahnung Schule Wirtschaft lässt sich ohne besondere Aufwendungen bewerkstelligen. Es bedarf der Freiwilligen, denen die berufliche Zukunft der Jugend in Neuenburg ein großes Anliegen ist.

Wenn die angeregte Verzahnung gelingt, wird dieses Projekt über die Stadtgrenzen hinweg große Beachtung finden.

Auch der Ausbau der VHS zu einem kommunalen Bildungszentrum mit einer Seniorenuni wird die Stadt vom Umfeld abheben.

## Innenstadtentwicklung

Auch wenn sich die Betroffenen der Baumaßnahmen Innenstadt zuerst nächstliegenden Fragen der Erreichbarkeit etc. zugewandt haben, lässt sich einiges positiv verändern. Die Klärung der Zielgruppen und das intensivere Eingehen auf die bereits vorhandenen Gäste aus dem Tourismus, Schaffung entsprechende Angebote, Kommunikation dieser Angebote lassen viele Chancen entstehen, die bisher unbeachtet blieben.

## Netzwerke

Ob eine Broschüre entwickelt wird „Was finde ich wo in Neuenburg?“ oder ob darüber nachgedacht wird, wie die Kunden aus Frankreich besser betreut werden können, oder die Einzelhandelsgeschäfte mehr über das Freizeitangebot der Stadt wissen sollten, wird man sich in diesen Bereich intensiv darüber austauschen müssen, wie ein gutes Kommunikations- und Informationssystem geschaffen wird, von dem alle am Wirtschaftskreislauf beteiligten profitieren.

## Tourismus

Schaffen von diversen Schlechtwetterangeboten, wie Betriebsbesichtigungen bei Neuenburger Unternehmen, davon profitieren nicht nur die Touristen in dem die Langeweile überbrückt wird. Auch die Unternehmen werden bekannter auch die Stadt profitiert durch diese Angebote.

Zusammenfassung der Freizeitmöglichkeiten von Neuenburg schaffen, in dem eine Bürger und Gästeinformationen regelmäßig neu aufgelegt werden und diese Informationen gleichzeitig im Internet recherchierbar sind.

Schulung der Mitarbeiter im Einzelhandel und den örtlichen Gastronomiebetrieben, viele diese wissen viel zu wenig über das örtliche Angebot. Die Mitarbeiter aller Betriebe mit Publikumsverkehr sollen sensibilisiert werden, dass sie mit ihrem Tun mehr Aufgaben bewirken, als den reinen temporären Verkauf irgendwelcher Waren oder Dienstleistungen, sondern dass sie für ein größeres Ganzes stehen und wirken.



#### Intensivere Öffentlichkeitsarbeit

Eine Stadtzeitung 2 x pro Jahr auflegen mit Firmenportraits und Freizeit-Bürger- und Gästeinformationen. Diese Öffentlichkeitsarbeit unterstützt den Prozess der gemeinsamen Verantwortung für die Stadt.

#### Wirtschaftsentwicklung

Die Stadtverschönerung hilft auch der Industrie, sowohl im Hinblick auf Kunden als auch für die Mitarbeiterrekrutierung.

Ein Wirtschaftsforum Neuenburg installieren evtl. mit Referenten der Uni Freiburg, bzw. den Forschungsinstituten. Für einen steten und erfolgreichen Verlauf sollten die Firmenchefs immer direkt angesprochen werden.

Know-How-Zentrum Neuenburg mit Dienstleistungspark und „Technologie-Park“ für Start-ups im Bereich neue Technologien andenken und mit entsprechenden Partnern aus Industrie und Dienstleistungen diskutieren und ggf. umsetzen.

Die Potentiale der Stadt sind enorm, mit relativ überschaubaren Mitteln kann in Neuenburg sehr vieles bewegt und erreicht werden. So dass die Stadt als Modellstadt in Baden-Württemberg und darüber hinaus wahrgenommen werden kann.

Freiburg, den 23. August 2007  
Bernauer Consult  
Gabriela Bernauer