

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSKONZEPT UND STADTENTWICKLUNG AULENDORF

Band II

Handlungsprogramm



WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSKONZEPT UND STADTENTWICKLUNG AULENDORF

Band II

Handlungsprogramm Ergebnisse des Forums Wirtschaftsperspektive Aulendorf

Auftraggeber:
Stadt Aulendorf

Auftragnehmer:
Kommunalentwicklung LEG
Baden-Württemberg GmbH

Bearbeitung:

Bertram Roth
Prof. Dr. Richard Reschl

26.06.2006

Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort.....	3
2	Vorbemerkungen	4
3	Mitglieder des Forums Wirtschaftsperspektive Aulendorf	6
4	Handlungsprogramm	7
4.1	Handlungsfeld Einwohnerentwicklung und demographische Veränderungen	7
4.1.1	Ausgangslage	7
4.1.2	Zielsetzungen und Perspektiven	7
4.2	Handlungsfeld Wirtschaftsförderung	8
4.2.1	Ausgangslage	8
4.2.2	Zielsetzungen und Perspektiven	8
4.3	Handlungsfeld Wohnungsbau	9
4.3.1	Ausgangslage	9
4.3.2	Zielsetzungen und Perspektiven	9
4.4	Handlungsfeld Tourismus, Kur- und Bäderbetrieb	11
4.4.1	Ausgangslage	11
4.4.2	Zielsetzungen und Perspektiven	11
4.5	Handlungsfeld Einzelhandel	13
4.5.1	Ausgangslage	13
4.5.2	Zielsetzungen und Perspektiven	13
4.6	Handlungsfeld Gastronomie	15
4.6.1	Ausgangslage	15
4.6.2	Zielsetzungen und Perspektiven	15
4.7	Handlungsfeld Kultur	16
4.7.1	Ausgangslage	16
4.7.2	Zielsetzungen und Perspektiven	16
4.8	Handlungsfeld Soziales	17
4.8.1	Ausgangslage	17
4.8.2	Zielsetzungen und Perspektiven	17
4.9	Handlungsfeld Verkehr	19
4.9.1	Ausgangslage	19
4.9.2	Zielsetzungen und Perspektiven	19
4.10	Handlungsfeld Schule	20
4.10.1	Ausgangslage	20
4.10.2	Zielsetzungen und Perspektiven	20
4.11	Standortwerbung und Vermarktung/Image	21

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSKONZEPT UND STADTENTWICKLUNG AULENDORF

5	Aufgaben und Organisation der Wirtschaftsförderung	23
6	Handlungsprogramm – Zusammenfassung.....	24

1 VORWORT

Wer heute durch Aulendorf spaziert, kann kaum glauben, welche großen kommunalpolitischen Probleme sich hinter den Fassaden der freundlichen oberschwäbischen Stadt mit ihrem schönen Schloss verbergen. Aber die Schönheit und Vitalität der Stadt ist mehr als ein schöner Schein. Die Untersuchung der Zukunftsperspektiven Aulendorfs hat deutlich gezeigt, über welche verborgenen Kraftreserven die Stadt und ihre Bürger verfügen.

Nach zwei Jahren der Krisenbewältigung ist es ein einziger Punkt, der Aulendorf von allen Städten und Gemeinden in Baden-Württemberg unterscheidet: der hohe Schuldenstand. Die außergewöhnliche Pro-Kopf-Verschuldung von 6.000,- EUR rührt vor allem aus einer verfehlten Klinikpolitik her. Aber inzwischen ist die Klinikkrise erfolgreich überwunden. Die große Mehrzahl der Arbeitsplätze im Gesundheitswesen konnte dabei erhalten werden.

Ein Wirtschaftsförderungs- und Stadtentwicklungskonzept muss sich besonders mit dem ungewöhnlichen „Alleinstellungsmerkmal“ Aulendorfs auseinandersetzen. Es geht um eine Antwort auf die hohe Verschuldung.

Deshalb sind alle im vorliegenden Handlungsprogramm aufgezeigten Maßnahmen direkt oder indirekt auf die Erschließung von Einnahmen zum Zweck der Schuldentilgung ausgerichtet.

Glücklicherweise stehen den großen Lasten der Stadt Aulendorf auch große Chancen gegenüber. Das Handlungsprogramm hat die Aufgabe, diese Chancen zu benennen, abzuwägen und Handlungsempfehlungen daraus abzuleiten. Es ist aus der sachlich begründeten Überzeugung heraus entstanden, dass ein entschlossenes Ergreifen der Chancen dieser Stadt auch das große Problem dieser Stadt lösen wird.

Dr. Eickhoff

2 VORBEMERKUNGEN

Ausgangslage

Die Stadt Aulendorf wird als anerkannter Kneippkurort vom Kur- und Bädertourismus geprägt; zu den touristischen Destinationen gehören neben den Aulendorfer Kliniken insbesondere das Thermal- und Freizeitbad Schwaben Therme und das Aulendorfer Schloss.

Darüber hinaus ist Aulendorf aber auch Gewerbestandort mit einigen bedeutsamen Unternehmen aus den Bereichen Maschinenbau, Lebensmittelproduktion, Handel und Handwerk sowie ein wichtiges Dienstleistungs- und Einzelhandelszentrum für ein weites Umland.

Die Stadt musste aufgrund des Missmanagements in den Kliniken über Jahre hinweg ein jährliches Defizit von rund 900.000 EUR ausgleichen, im Jahr 2004 waren es sogar 4 Mio. EUR. Dies hat dazu geführt, dass die Stadt Aulendorf den höchsten Schuldenstand – gemessen an der Einwohnerzahl – in Baden-Württemberg aufweist. Die negativen Imagefolgen dieser Ausgangslage müssen überwunden werden, um künftig Investoren anzuziehen.

Bestandsanalyse

Im Rahmen einer Bestandsanalyse der Kommunalentwicklung LEG Baden-Württemberg GmbH (KE) wurde die Ausgangslage von Aulendorf dargestellt und es wurden die Stärken und Schwächen des Standortes beschrieben. Die Studie beinhaltet darüber hinaus eine differenzierte Analyse der Entwicklungstendenzen in den Bereichen Bevölkerung, Wirtschaft und Beschäftigung, Einzelhandel, Wohnungsbau, Tourismus, Verkehr und Schulbildung. Als Fazit der Studie wurde festgehalten, dass Aulendorf über erhebliche Potenziale – insbesondere im Wohnungsbau oder im Tourismus – verfügt.

Aufgabenstellung

Nachdem mit dem Verkauf der Kliniken und der Ordnung der kommunalen Finanzen wichtige Strukturprobleme bereinigt sind, kommt es nun darauf an, Aulendorf eine mittel- bis langfristige Perspektive für die Wirtschaftsentwicklung und Stadtentwicklung zu geben. Ein positives und innovatives Wirtschaftsklima setzt eine überzeugende kommunale Wirtschaftsförderung voraus, die in ein stimmiges Gesamtkonzept der Stadt- und Regionalentwicklung eingebunden sein muss. Kommunale Wirtschaftsförderung darf deshalb nicht isoliert betrachtet werden, sondern sie muss integraler Bestandteil der Stadtentwicklung sein. Mit dem Wirtschaftsförderungskonzept für die Stadt Aulendorf wird deshalb ein umfassender Ansatz verfolgt.

Die Wirtschaftsförderungskonzeption und Stadtentwicklungsplanung soll eine langfristige Orientierung der Stadt Aulendorf hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Entwicklung ermöglichen und zur strategischen Positionierung in der Region dienen.

Für verschiedene Bereiche (Einzelhandel, Stadtinformation, Kurortentwicklung etc.) liegen bereits Analysen und erste konzeptionelle Ansätze für deren Weiterentwicklung vor. Diese bereits vorliegenden Untersuchungen wurden deshalb in das neue Wirtschaftsförderungskonzept integriert.

Es gilt nun, die bestehenden Chancen zu nutzen und eine **Aufbruchstimmung** zu erzeugen. Alle Kräfte müssen gebündelt werden, damit die Finanzsituation der Stadt wieder Gestaltungsspielräume öffnet. Gemeinsam mit den Akteuren vor Ort - dazu zählen neben der Stadt Aulendorf vor allem die örtlichen Handels- und Gewerbetreibenden - sind Handlungsfelder und Maßnahmen zu benennen, die zu einer Verbesserung der Standortbedingungen beitragen.

Forum Wirtschaftsperspektive Aulendorf

Unter dem Motto „**Wir in Aulendorf packen das**“ hat sich seit November 2005 das „Forum Wirtschaftsperspektive Aulendorf“ insgesamt fünf Mal getroffen, um eine solche Perspektive zu erarbeiten. Dabei wurden die Themen

- soziale und kulturelle Infrastruktur
- Wirtschaftsförderung
- Verkehr
- Einzelhandel und Gastronomie
- Tourismus, Kur- und Bäderbetrieb
- Standortwerbung und Marketing
- Schulen
- und Wohnungsbau

behandelt.

Mitglieder im „Forum Wirtschaftsperspektive Aulendorf“ waren Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens in Aulendorf. Von den Kirchen bis hin zu den Banken, von den Vereinen bis hin zur Hotellerie, Gastronomie und ortsansässigen Unternehmen. Von Seiten der Stadt nahmen Frau Biegel und Herr Rothmund an den Sitzungen teil, die von Herrn Prof. Dr. Reschl und Herrn Roth von der Kommunalentwicklung LEG Baden-Württemberg GmbH (KE) vorbereitet und moderiert wurden.

Mit großem Engagement wurden Ideen entwickelt, die in einem Handlungsprogramm zusammengeführt sind. Die Ergebnisse der Sitzungen sind Grundlage für das vorliegende Handlungsprogramm.

Es zeigt Perspektiven für die wirtschaftliche Entwicklung und die Stadtentwicklung von Aulendorf auf beinhaltet konkrete Vorschläge und Maßnahmen, die von den örtlichen Akteuren umgesetzt werden sollen.

In einem weiteren Schritt müssen die

- Projektvorschläge weiter vertieft werden,
- es müssen die Zuständigkeiten und der Aufwand zur Umsetzung der Projekte ermittelt werden
- und die Projekte müssen mit Prioritäten (zeitliche Umsetzung) versehen werden.

3 MITGLIEDER DES FORUMS WIRTSCHAFTSPERSPEKTIVE AULENDORF

Name	Vertretung
Albrecht, Dr. Diethmar	A. Albrecht GmbH + Co.
Biegel, Susanne	Aulendorf Tourismus
Bojarski-Hoffmann, Rainer	Vereinigung Naturschutz & Fischerei, Fischer- und Naturschutzverein Aulendorf e.V.
Bühler, Josef	Kath. Pfarrgemeinde
Eisele, Norbert	Volksbank Bad Saulgau
Fischer, Artur	Sport Respect
Gaisbauer, Norbert	Raiffeisenbank Aulendorf
Gaiser, Rudi	Kur- u. Fremdenverkehrsverein
Gauß, Pfarrer	Evangelische Kirche
Gihring, Frank	Aulendorfer Kliniken
Heydt, Helmut	Stadtkapelle
Hinderhofer, Roland	SC Blönried
Jaek, Sabine	Schwaben Therme
Müller, Reinhold	Handels- u. Gewerbeverein
Osdoba, Michael	Stadtrat
Raisch, Edgar	EDEKA
Rauch, Günther	Ortsverwaltung Zollenreute
Reck, Karl-Michael	Cafe Reck
Rothmund, Paul	Kämmerer
Spähn, Oliver	Gasthaus Rad
Stark, Dr. Friedel	Fa. Stark Baustoffe
Staudenmeier, Gerald	SG Aulendorf
Wekenmann, Klaus	Narrenzunft
Wiedenmann, Marc	Kreissparkasse Aulendorf
Windberg, Elke	Ev. Kirche, Grundschulförderverein
Zimmermann, Sonja	BA-Studentin (Dipl.-Arbeit)

4 HANDLUNGSPROGRAMM

Im Handlungsprogramm werden die Perspektiven in den Bereichen

- soziale und kulturelle Infrastruktur
- Wirtschaftsförderung
- Verkehr
- Einzelhandel und Gastronomie
- Tourismus, Kur- und Bäderbetrieb
- Standortwerbung und Marketing
- Schulen
- und Wohnungsbau

vorgestellt und es werden konkrete Vorschläge zur Umsetzung unterbreitet.

4.1 Handlungsfeld Einwohnerentwicklung und demographische Veränderungen

4.1.1 Ausgangslage

Aulendorf hat sich in den letzten 20 Jahren äußerst dynamisch entwickelt. Zwischen 1985 und dem Jahr 2004 ist die Bevölkerungszahl um über 3.000 Einwohner angestiegen. Das Einwohnerwachstum lag weit über den Werten im Landkreis und in der Region (43 Prozent gegenüber rund 17 Prozent).

Im Gegensatz zu den Vergleichsräumen und zur Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland (Geburtendefizit seit Anfang der 1970er Jahre) ist in Aulendorf ein konstanter Geburtenüberschuss zu verzeichnen. Der Geburtenüberschuss betrug seit 1985 rund 20 Einwohner pro Jahr.

Wanderungsgewinne haben ganz erheblich zum Einwohnerwachstum seit 1985 beigetragen (rund 2.700 Einwohner gegenüber rund 350 Einwohnern aus dem Geburtenüberschuss). Im zeitlichen Verlauf zeigen sich allerdings erhebliche Schwankungen (höchster Wanderungsgewinn im Jahr 1990 mit rund 500 Personen, niedrigster Wert im Jahr 1999 mit rund 50 Personen). Im Durchschnitt lag der Einwohnerzuwachs durch Wanderungsgewinne bei rund 150 pro Jahr.

Aulendorf ist aufgrund der Wanderungsgewinne eine ausgesprochen „junge Stadt“. Jüngere Bevölkerungsgruppen sind überproportional vertreten.

4.1.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf wächst vernünftig

Die Stadt Aulendorf sollte aufgrund der guten Verkehrslage und der guten Infrastruktur auch weiterhin auf Wanderungsgewinne abzielen. Ziel sollte ein kontinuierlicher Anstieg der Einwohnerzahl auf rund 11.000 – 12.000 im Jahr 2020 sein.

Bei einem kontinuierlichen Anstieg der Einwohnerzahl sind dabei keine Überlastungen für die kommunale Infrastruktur zu erwarten.

Aufgrund der demographischen Entwicklung ist vor allem im Kindergartenbereich – auch bei stärkeren Wanderungsgewinnen – von einer Entspannung auszugehen. Eine laufende Bedarfsanpassung und Optimierung kann zu einer deutlichen Reduzierung der Kosten führen.

Im sozialen Bereich ist eine Anpassung an die demographischen Veränderungen – insbesondere im Bereich der Altenhilfe – erforderlich. Mittelfristig sind aufgrund der guten Angebote keine wesentlichen Ergänzungen von kommunaler Seite notwendig.

4.2 Handlungsfeld Wirtschaftsförderung

4.2.1 Ausgangslage

Aulendorf ist – trotz des Eisenbahnknotens – kein klassischer Gewerbestandort. Die Gewerbestruktur ist geprägt durch Betriebsgründungen Aulendorfer Bürger. Nur wenige Betriebe haben sich von außerhalb angesiedelt.

Aktuelle Untersuchungen und die Erfahrungen der regionalen und kommunalen Wirtschaftsförderung zeigen, dass Verlagerungen und Neugründungen fast ausschließlich entlang der Bundesautobahnen und ausgebauten Bundesstraßen realisiert werden. Chancen konnten sich durch die Nähe zur B 30 und B 32 und die zentrale Lage zwischen den Standorten Ulm und Ravensburg/Friedrichshafen sowie durch einen günstigeren Bauplatzpreis ergeben.

4.2.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf - wir kümmern uns um unsere Betriebe

Die Wirtschaftsförderung muss sich in Aulendorf vor allem auf die vorhandenen Betriebe konzentrieren und damit die Bestandspflege intensivieren. Die Betreuung aus einer Hand muss gewährleistet sein und die Vermarktung der Gewerbegrundstücke sollte wesentlich professioneller erfolgen (Vermarktung im Internet und durch Printmedien). Gewerbeausstellung ist personalintensiv und als langfristiger Prozess anzusehen.

Die gewerbliche Entwicklung in Aulendorf ist deutlich zu forcieren, dabei sind industrielle Nutzungen und die Ansiedlung von Unternehmen, deren Betrieb dem Bundimmissionsschutzgesetz unterliegen, weitestgehend zu vermeiden. Sie widersprechen dem Image Aulendorfs als hochwertiger Wohnstandort und dem Profil Aulendorfs als Bäderstadt.

Für eine stärkere Profilierung im gewerblichen Bereich müssen unter Anderem folgende Voraussetzungen erfüllt sein:

- attraktive Flächen (Erweiterung Gewerbegebiet Sandäcker)
- branchenbezogene Zonierung der Gewerbegebiete

- professionelle Vermarktung (Präsentation im Internet, Broschüren zum Standort, Exposés zu den Gewerbestandorten)
- Wirtschaftsförderung aus einer Hand (personelle Ressourcen müssen vorgehalten werden).

Die Aufgabenschwerpunkte der kommunalen Wirtschaftsförderung liegen in den Bereichen:

- Standortmarketing
- Stadtmarketing
- und Tourismusentwicklung.

Eine qualifizierte Bearbeitung dieser Aufgaben ist bei der derzeitigen personellen und finanziellen Ausstattung nur zum Teil möglich. In Kapitel 3 wird deshalb ein Vorschlag zur **Neuorganisation der kommunalen Wirtschaftsförderung** unterbreitet.

4.3 Handlungsfeld Wohnungsbau

4.3.1 Ausgangslage

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage und der vorhandenen Infrastruktur war die Wohnbauentwicklung Aulendorfs in den letzten 20 Jahren weit überdurchschnittlich. Es sind attraktive Wohnbaugebiete entstanden und die Stadt hat als Wohnstandort ein gutes Image. Die Preise für Wohnbauland sind dabei immer noch moderat und teilweise günstiger als in den größeren Städten und Gemeinden im Umland.

Die demographische Entwicklung wird zwar insgesamt zu einer schrumpfenden Nachfrage nach Wohnbauland führen, aufgrund der oben genannten Standortvorteile von Aulendorf – insbesondere der Lage zwischen den Arbeitsplatzzentren Ravensburg, Biberach, Ulm – kann die Stadt Aulendorf von wohnortorientierten Wanderungen profitieren.

4.3.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf - ein Wohnort mit Qualität und Charme

Aulendorf ist bereits heute ein attraktiver Wohnstandort, der weiter gestärkt werden muss. Vor allem Neubürger aus der Region können gewonnen werden.

Zur Stärkung Aulendorfs als Wohnstandort sind folgende Ziele zu verfolgen:

- qualitätvolle Architektur/Städtebau ermöglichen (Durchführung von städtebaulichen Wettbewerben, städtebauliche Oberleitung/Beratung von Bauherren in Neubaugebieten, Einsetzung eines Gestaltungsbeirates etc.)
- Kernstadtbereiche und Wohnquartiere der 1950er und 1960er Jahre aufwerten (Stadtsanierung, Rahmenpläne etc.)

- Infrastruktur schaffen (Spielmöglichkeiten zeitgleich mit der Erschließung der Wohngebiete etc.)
- Vermarktung intensivieren (Vermarktung über das Internet, Broschüren, Modelle etc.)
- Ausrichtung auf unterschiedlicher Zielgruppen (Einkommen, Wohnformen etc.)
- Partizipation der Stadt am Wertzuwachs der Grundstücke.

Ziel ist es, kontinuierlich Wohngebiete mit einer hohen städtebaulichen und gestalterischen Qualität zu realisieren. Insgesamt stehen nur eingeschränkt vermarktungsfähige Grundstücke zu Verfügung. Die Stadt sollte deshalb eine **offensive Grundstückspolitik** betreiben und attraktive Wohngebiete für unterschiedlichste Zielgruppen entwickeln. Hochpreisige Bauplätze gehören genauso zum Portfolio wie kostengünstige und familiengerechte Grundstücke. Dabei muss die Stadt stärker als in der Vergangenheit am Wertzuwachs, den die Grundstücke bei einer Bebauung erfahren, partizipieren.

In Neubaugebieten sollte ein größeres Augenmerk auf die städtebauliche Qualität gelegt werden. Ein Instrument dafür sind beispielsweise **städtebauliche Wettbewerbe**, die zu einer Unverwechselbarkeit der Wohnviertel beitragen können.

Die Bebauungspläne lassen in der Regel einen großen Gestaltungsspielraum hinsichtlich der architektonischen Ausgestaltung der Gebäude. In der Folge entstehen oft unharmonische Wohngebiete mit einem Nebeneinander unterschiedlichster Bauformen und Stile. Mit einer qualifizierten **städtebaulichen Oberleitung** und durch die Beratung der Bauherren lässt sich die bauliche Qualität von Wohngebieten erfahrungsgemäß wesentlich erhöhen.

Zur Einhaltung von Qualitätsstandards schlagen wir die Einsetzung eines **Fachbeirates Gestaltung** vor. Darüber hinaus sollten Architekten zur städtebaulichen Beratung eingeschaltet werden (bspw. zur städtebaulichen Oberleitung eines Wohnquartiers). Zur Qualitätsverbesserung könnten darüber hinaus die Vergabe von **Studienarbeiten** oder die Durchführung von studentischen Wettbewerben einen Beitrag leisten.

Im Kernstadtbereich und für die Wohnquartiere der 1950er und 1960er Jahre sind Konzepte für eine qualitätvolle Weiterentwicklung erforderlich. Dazu gehören **städtebauliche Rahmenpläne** ebenso wie Farbleitpläne etc.

Neben der städtebaulichen Qualität und der Lage der Grundstücke ist die **Infrastrukturausstattung** der Wohngebiete für die Vermarktung von großer Bedeutung. Da Neubaugebiete vor allem junge Familien mit Kindern anziehen, spielt das Angebot an Spielplätzen eine wichtige Rolle. Spielmöglichkeiten sollten deshalb zeitgleich mit der Erschließung eines Wohngebietes realisiert werden. Von Beginn an kommt es darauf an, die Eigeninitiative bzw. das Bürgerengagement in den Neubaugebieten zu fördern, damit die Neubürger möglichst rasch in das Gemeinwesen integriert werden.

4.4 Handlungsfeld Tourismus, Kur- und Bäderbetrieb

4.4.1 Ausgangslage

Mit rund 170.000 Übernachtungen pro Jahr und zahlreichen Tagesgästen (allein die Schwaben Therme verzeichnet rund 350.000 bis 400.000 Besucher pro Jahr) ist der Tourismus in Aulendorf ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Aufgrund der landschaftlichen Lage Aulendorfs und der touristischen Anziehungspunkte (Schloss, Schwaben Therme, Steeger Seebad etc.) sind die Potenziale im Tourismus längst noch nicht ausgeschöpft.

Die hervorragende Anbindung – insbesondere an den Schienenverkehr – wird bislang in der Vermarktung (vor allem touristischen Bereich) zu wenig eingesetzt.

Die Erfolge im Bereich „Wellness“ zeigen, dass dieser Markt in Zukunft weiter wachsen wird. Die Tourismusanalyse 2005 des BAT-Forschungsinstitutes kommt zu dem Ergebnis, dass mehr als jeder vierte Bundesbürger im Urlaub auf die Suche nach „Wellness-Oasen“ geht und gezielt und systematisch etwas für das eigene Wohlbefinden tun möchte. Das sind hochgerechnet 18 Millionen Bundesbürger, die als Zielgruppe für einen Wellness-Urlaub in Frage kommen, bei dem die Sonne oder Mediterranes keine Rolle spielt.

4.4.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf - Spaß und Wellness

Im Tourismus bestehen insbesondere in den folgenden Bereichen Entwicklungsmöglichkeiten:

- Schwaben Therme (Ausbau Sauna- und Wellness-Bereich, Ausbau des Wassersportzentrums, Schaffung weiterer Wohnmobil-Stellplätze, Tages- /Wochenendpauschalen etc.)
- Steeger Seebad (Aufwertung Sanitär-/Umkleidebereich, Gastronomie, Organisation/Betrieb etc.)
- Campingplatz (Grobanalyse, Konzeption, Investorensuche, Realisierung)
- Beherbergung (Qualitätsoffensive Privatzimmer, Ausbau Bettenkapazität in der Hotellerie, Ansiedlung eines weiteren Wellness-Hotels)
- Buchung (Online-Buchung über das Internet und die Homepage der Stadt Aulendorf)
- Kontakte zu Reiseveranstaltern (bspw. zu Ameropa)

Zielgruppen

Aufgrund der vorhandenen Angebote und Einrichtungen ist Aulendorf für **Wellness**-Urlauber prädestiniert. Durch die zahlreichen Möglichkeiten – auch in der näheren Umgebung - lassen sich vielfältige und individuelle Angebote kreieren. Die Verknüpfung der Themen Wellness-Kultur-Gastronomie steckt erst in den Anfängen und sollte wesentlich ausgebaut werden. Voraussetzung dafür ist eine enge Zusammenarbeit und Abstimmung der Tourismusanbieter.

Eine zunehmend wichtigere Zielgruppe sind **Wohnmobilisten**. Diverse Untersuchungen zeigen, dass bei einer Übernachtung pro Caravanbesucher rund 37 EUR Umsatz am Standort erzielt werden können. Eine Erhöhung der Wohnmobilstellplätze sollte deshalb ermöglicht werden. Eine Unterbringung auf dem geplanten Campingplatz scheidet aus, da es sich um unterschiedliche Zielgruppen handelt. Die zusätzlichen Stellplätze sollten möglichst zentrumsnah im Bereich der Schwaben Therme realisiert werden. **Gruppenreisende** nehmen ebenfalls an Bedeutung zu und müssen noch stärker angesprochen werden.

Steeger Seebad

Am Steeger Seebad kann besser gestaltet werden: die Sanitärräume, Umkleiden und die Gastronomie, denn sie entsprechen nicht mehr den heutigen Anforderungen an ein attraktives Naturfreibad. Spätestens mit Realisierung des Campingplatzes muss eine **Aufwertung** erfolgen.

Hinsichtlich der **Organisation** und des laufenden Betriebs sollte eine Zusammenarbeit mit der Schwaben Therme geprüft werden. In die Überlegungen zur Neuorganisation ist darüber hinaus der geplante Campingplatz mit einzubeziehen.

Hotellerie/Beherbergung

Für die Ferienregion Oberschwaben geht man mittel- und langfristig von wachsenden Übernachtungszahlen um rund 1 bis 2 Prozent pro Jahr aus.

In Aulendorf waren im vergangenen Jahr rund 16.000 Übernachtungen im Hotelbereich (ohne Klinikübernachtungen) zu verzeichnen. Der Trend zu Pauschal- und Komplettangeboten, insbesondere im Vital-, Fitness- und Wellnessbereich, hält unvermindert an. Die entsprechenden Angebote (beispielsweise Wellness-Wochenenden) werden sehr gut angenommen. Auch das Gutscheineffekt für Kurgäste hat sich bewährt und sorgt für zusätzliche Umsätze im Einzelhandel und in der Gastronomie.

Bereits heute bestehen bei der Hotellerie insbesondere an Wochenenden erhebliche Kapazitätsengpässe. Eine **Erweiterung des Bettenangebotes** ist deshalb dringend geboten.

Chancen bestehen vor allem im Bereich der **Parahotellerie** (Campingurlaub, Ferienappartements etc.) und durch den Ausbau bestehender Einrichtungen.

Neben dem Vorhaben des Gasthauses Rad (40 Betten im ersten Bauabschnitt, 30 Betten in einem zweiten Bauabschnitt) ist die Ansiedlung eines weiteren **Wellness-Hotels** vorstellbar (3- oder 4-Sterne-Niveau).

Die Vermietung von **Privatzimmern** ist für Aulendorf nach wie vor von großer Bedeutung, wenngleich die Betten- und Übernachtungszahlen seit einiger Zeit kontinuierlich zurückgehen. Die Auslastung bei den Privatvermietern ist zum Teil nur gering. Ursächlich hierfür ist unter anderem die mangelnde Qualität des Angebotes. Es kommt deshalb darauf an, eine Qualitätsoffensive mit dem Ziel zu initiieren, das Niveau der Privatvermietungen zu erhöhen. Eine Qualitätsoffensive könnte beispielsweise die Erarbeitung eines Qualitätsleitfadens oder eine Prüfung/Zertifizierung beinhalten.

Die Grobanalyse/Standortuntersuchung für den **Campingplatz** wurde bereits eingeleitet. Der Kur- und Fremdenverkehrsverein wird im Frühjahr einige vergleichbare Plätze besuchen.

Buchung

Mit der Realisierung eines neuen Internet-Auftrittes muss eine Online-Buchung ermöglicht werden. Dazu stehen unterschiedliche Systeme zur Verfügung, die hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf die Bedingungen in Aulendorf zu prüfen sind.

Bisherige Pauschalangebote sind erfolgreich; zu einer möglichen Ausweitung - insbesondere im Wellness-Bereich - muss die Bettenkapazität gesteigert werden.

4.5 Handlungsfeld Einzelhandel

4.5.1 Ausgangslage

Das Einzelhandelsangebot ist in Aulendorf im Vergleich zu anderen Städten ähnlicher Größenordnung sehr beachtlich. Vor allem im kurzfristigen Bereich wird eine hohe Kaufkraftbindung erreicht. Positiv ist die Konzentration der Geschäfte im Bereich der Hauptstraße, die vor einiger Zeit im oberen Teilbereich städtebaulich aufgewertet wurde. In der Hauptgeschäftslage, die durch eine fast geschlossene Ladenfront gekennzeichnet ist, finden sich neben Einzelhandelsgeschäften zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. In der Hauptstraße sind rund 90 Dienstleistungs- und Einzelhandelsbetriebe ansässig, in der Unterstadt sind es rund 60 Geschäfte. Eine besondere Qualität besitzt diese Einkaufslage darüber hinaus durch die direkte Nähe zu den Einrichtungen des Kur- und Bäderbetriebes.

Eine weitere innerstädtische Einkaufslage, die aber nicht die Qualität und die Bedeutung der Hauptstraße besitzt, befindet sich im Bereich Bachstraße/Hexeneck. Als wichtige Lage für den Lebensmitteleinzelhandel der Stadt Aulendorf ist der Standort Hasengärtlestraße zu nennen.

Positiv hebt sich die Stadt auch durch die gute innerstädtische Parksituation hervor, die es den Kunden ermöglicht, in unmittelbarer Nähe der Geschäfte kostenlos zu parken.

Negative Merkmale des Einzelhandels sind insbesondere das Fehlen eines „Magnet“ und ein nach wie vor starkes „Einzelkämpfertum“ der Einzelhändler (keine Harmonisierung der Ladenöffnungszeiten, wechselnde Beteiligung bei Events, unterschiedlichste Servicequalität etc.). Hinzu kommt, dass das gute Angebot für den Ortsfremden nicht erkennbar ist, da Hinweise auf das Einzelhandels- und Dienstleistungszentrum an den Zugängen zu den Einzelhandelsstraßen fehlen.

4.5.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Kaufhaus Aulendorf – wir bieten alles!

Eine wesentliche Erweiterung der Angebotspalette im mittel- und langfristigen Bedarfsgüterbereich ist nicht zu erwarten. Es muss deshalb darum gehen, den bestehenden Branchenmix abzusichern und weiterzuentwickeln.

Die Stadt ist vor allem in der Umsetzung der Verkehrskonzeption und bei der städtebaulichen und gestalterischen Aufwertung der Haupteinkaufstraßen im Rahmen der Sanierung (Bachstraße/Hauptstraße) gefordert.

Zur Umsetzung des „Kaufhauses Innenstadt“ müssen die Einzelhändler mobilisiert, die Zusammenarbeit und Abstimmung der Gewerbetreibenden intensiviert und die Haus- und Geschäftseigentümer mit einbezogen werden.

Folgende Zielsetzungen sollten verfolgt werden:

- Erhalt und Sicherung des vorhandenen Branchenmixes
- Der Ansiedlung eines attraktiven „Magnetens“ an einem zentralen Standort
- Verbesserung des Service
- Intensivierung des Marketings
- Erhöhung der Wahrnehmbarkeit des Dienstleistungs- und Einzelhandelszentrums
- städtebauliche Aufwertung der Einkaufsstraßen
- Etablierung eines „Kaufhauses Innenstadt“
- Intensivierung der Zusammenarbeit und Abstimmung der Gewerbetreibenden (Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie)

Maßnahmen der Stadt Aulendorf

Zur Umsetzung des „Kaufhauses Innenstadt“ sollte die Stadt Aulendorf insbesondere folgende Maßnahmen ergreifen:

- Umsetzung der Verkehrskonzeption mit den Bausteinen
 - Betonung des Schlosses als Stadtzentrum durch die Gestaltung der innerörtlichen Verkehrsführung
 - Konzentration der innerörtlichen Verkehrsführung auf die vier Haupteinkaufstraßen (Hauptstraße, Bachstraße, Kornhausstraße, Kolpingstraße)
 - Optische (z. B. durch „Zentrumsportale“) und städtebauliche Betonung des jeweiligen Eingangsbereichs der Haupteinkaufstraßen
 - Vereinheitlichung der Geschwindigkeits- und Parkierungsregelungen im Bereich der Haupteinkaufstraßen/des Stadtzentrums
- Städtebauliche und gestalterische Aufwertung der Haupteinkaufstraßen und des Stadtzentrums im Rahmen der Sanierung. Ein dringender Bedarf besteht insbesondere im Bereich der Bachstraße (zwischenzeitlich wurden rund 2,0 Mio EUR zur Sanierung des Gebietes durch das Wirtschaftsministerium bewilligt)
- Verbindung zwischen „Unterstadt“ und „Oberstadt“ herstellen (Ideenwettbewerb durch die Vergabe einer Studienarbeit)
- Entwicklung zentrumsnaher Wohnstandorte (bspw. Altenwohnen im Zentrum von Aulendorf)

Maßnahmen der Aulendorfer Einzelhändler

Damit sich die Innenstadt von Aulendorf als Einheit präsentiert sind im Einzelhandel folgende Schritte erforderlich:

- Mobilisierung der Einzelhändler.
- Zusammenarbeit und Abstimmung der Gewerbetreibenden (Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie).
- Harmonisierung der Ladenöffnungszeiten (Kernöffnungszeiten).
- Initiierung gemeinsamer Aktionen und Events (lange Musiknacht, lange Einkaufsnacht, „Hauptstraßenhocketse“ gemeinsam mit den Gastronomen etc.).
- Gemeinsames Auftreten.
- Offensivere Vermarktung der Angebote.
- Erhöhung der Servicequalität (z.B. durch eine Serviceinitiative, Zertifizierung der Betriebe).
- Einbeziehung der Haus- und Geschäftseigentümer.

Organisation

Die Aufgaben des Stadtmarketings liegen im Wesentlichen in Händen des Handels- und Gewerbevereins. Durch die Vereinsstruktur und die geringen Mittel sind die Möglichkeiten des Stadtmarketings allerdings begrenzt. Ein professionelles Stadtmarketing erfordert deshalb neue personelle und organisatorische Strukturen. In Kapitel 3 wird aufgezeigt, wie die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing in Aulendorf auf eine tragfähige Grundlage gestellt und gebündelt werden können.

4.6 Handlungsfeld Gastronomie

4.6.1 Ausgangslage

Das gastronomische Angebot in Aulendorf ist außerordentlich vielseitig und Aulendorf besitzt eine lebendige Kneipenszene. Derzeit gibt es in Aulendorf 26 gastronomische Betriebe mit insgesamt rund 2.900 Sitzplätzen.

Im Gastronomiesektor war im vergangenen Jahr ein genereller Umsatzrückgang um rund 5 % festzustellen, von dem Aulendorf jedoch kaum betroffen war. Gegenwärtig verstetigt sich der Trend hin zur Erlebnisgastronomie und speziell zur „Sinnesgastronomie“.

4.6.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf – Genießen in der Stadt

Ziel ist es, das vielfältige gastronomische Angebot in Aulendorf zu erhalten und die Stadt als Gastronomieschwerpunkt in Oberschwaben noch bekannter zu machen.

Darüber hinaus muss die Zusammenarbeit zwischen den gastronomischen Betrieben und mit den Tourismusanbietern verbessert werden.

Dazu könnte beispielsweise der Hotel- und Gaststättenverband Aulendorf wieder belebt werden. Der Ortsverband wurde bislang noch nicht aufgelöst, so dass man daran anknüpfen könnte.

4.7 Handlungsfeld Kultur

4.7.1 Ausgangslage

Das kulturelle Angebot wird geprägt durch die Aktivitäten der Vereine und das Aulendorfer Schloss mit seinen Räumlichkeiten, dem Innenhof und dem Museum. Sie sind die Basisressourcen der kulturellen Aktivitäten und Angebote in Aulendorf. Mit der Realisierung des stadthistorischen Museums Aulendorf kommt ein weiterer kultureller Fixpunkt hinzu.

Einige Events haben eine überregionale Bedeutung:

- Fasnet
- Spectaculum
- Schlossfest / Kinderfest
- Weihnachtsmarkt
- Musik-/Museumsnacht.

Kultur ist ein „weicher Standortfaktor“, der wesentlich die überregionale Wahrnehmung der Stadt prägt und für die Vermarktung – zum Beispiel im Wohnungsbau, Tourismus, etc. – von Bedeutung ist. Auch der Umstand, dass Aulendorf wesentlich auch Schulstandort ist, prägt das kulturelle Angebot und die überregionale Wahrnehmung.

4.7.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf – Kultur und mehr

Zur Etablierung von Aulendorf als kultureller Schwerpunkt in Oberschwaben werden folgende Ziele verfolgt:

- Engere Zusammenarbeit der Vereine untereinander; mehr Disziplin bei der Abstimmung von überregional bedeutsamen Terminen; bessere Koordination der Events.
- Erarbeitung eines Veranstaltungskalenders und Veröffentlichung im Internet (Koordination und Pflege durch Frau Biegel).
- Vermarktung der Fasnet und Verbindung zum Bereich Tourismus; Wellness-Tagespaket.
- Der Angelverein hat die Perspektive, sich zu einem Zentrum der Fischerei in Oberschwaben zu entwickeln.

- Die Vereine sind wesentliche Träger der Jugend- und Kulturarbeit; Veranstaltungen wie „Zeltcamp von Sportvereinen“ sind arbeitsaufwändig, haben aber eine überregionale Bedeutung.
- Die Bibliothek am kath. Gemeindehaus wird einer Stadt mit der Größe Aulendorfs nicht gerecht. Ziel sollte es deshalb sein, mittelfristig eine interessante Mediathek zu etablieren.
- Aufwertung des Schlossmuseums
- Ziel muss es sein, das Museum stärker als bisher in das Marketing und die touristische Entwicklung zu integrieren.

4.8 Handlungsfeld Soziales

4.8.1 Ausgangslage

Die Stadt Aulendorf zeichnet sich durch eine gute Kinderbetreuung und ein enges Netz an sozialen Hilfen aus. Diese gute Ausstattung im sozialen Bereich ist für die Wohn- und Lebensqualität ein herausragendes Qualitätsmerkmal.

Die **Kinderbetreuung** in Aulendorf entspricht den gängigen Standards. Die Vielfalt der Träger ist bemerkenswert. Jedem Kind über drei Jahren kann ein wohnortnaher Kindergartenplatz angeboten werden und es gibt flexible Betreuungszeiten. Durch regelmäßige Umfragen wird eine permanente Bedarfsanpassung gewährleistet. Die Kindergärten werden ergänzt durch private Betreuungen. So hat sich zwischenzeitlich ein „Tagesmütternetz“ etabliert.

Mit Einrichtung der Schulsozialarbeit und der Besetzung an der Haupt- und Realschule Aulendorf wurde eine wichtige Institution zur Integration „problematischer“ Jugendlicher geschaffen. Die **Schulsozialarbeit** besitzt in Aulendorf damit eine wichtige Vermittlungs- und Scharnierfunktion zwischen Schule und Gemeinwesen.

Auch in Aulendorf steigt die Zahl der **Senioren** sehr stark an. Hinzu kommt, dass viele alte Menschen nicht mehr von Familienangehörigen in Vollzeit gepflegt werden.

4.8.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf - eine kinder-, jugend- und seniorenfreundliche Stadt mit vorbildlichen sozialen Angeboten

Im Sozialbereich werden folgende Ziele angestrebt:

- Ausbau der Betreuungsangebote für Vorschulkinder
- verbesserte Abstimmung bei der Betreuung von Kindern im Vorschulalter
- Verbesserung der Sprachförderung im Kindergarten
- institutionelle Trennung von Jugendhilfe und Schule verringern
- Aktivierung von Senioren

Kinderbetreuung

In Aulendorf werden die Kindergärten durch die Kommune, die Kirchen und freie Träger (DRK, Waldkindergarten Aulendorf e.V.) geleitet.

Die Qualität der Betreuung kann durch eine engere Zusammenarbeit der Träger der Kindergärten erhöht werden. Durch eine engere Kooperation lassen sich außerdem Kosten sparen (gemeinsame Beschaffung von Spielmaterialien etc.).

Sprachförderung im Kindergarten

Unter anderem die PISA-Studie hat deutlich gemacht, wie wichtig das Erlernen der deutschen Sprache für den schulischen Erfolg der Kinder ist. Es ist festzustellen, dass viele Kinder mit Migrationshintergründen bei der Einschulung die deutsche Sprache kaum oder nur schlecht beherrschen. Für Kinder aus Zuwandererfamilien stellen die fehlenden Deutschkenntnisse damit eine entscheidende Hürde in ihrer Bildungskarriere dar.

Bei vielen Kindern zeigen sich darüber hinaus bereits im Vorschulalter Sprachstörungen, die sich nach Einschulung des Kindes nur schwer wieder korrigieren lassen. Dazu gehören beispielsweise Störungen in der Aussprache, Lispeln, Grammatik etc. Auch diese Kinder sollten bereits im Vorschulalter gezielt gefördert werden.

Ziel ist es die Chancen der Kinder für eine erfolgreiche Mitarbeit in der Schule zu erhöhen. Dazu sollen spezielle Angebote in Aulendorf geschaffen werden.

Jugendhilfe

Durch den Einsatz des eingesetzten Sozialarbeiters über einen längeren Zeitraum an der Schule soll die institutionelle Trennung von Jugendhilfe und Schule verringert werden. Viele Jugendliche werden durch die Angebote der Vereine und der offenen Jugendhilfe im Jugendhaus im Schloss allerdings nicht erreicht.

Die durchgeführten „**Kooperationssamstage**“ bei der unterschiedliche Vereine mitgearbeitet haben, war eine gute Veranstaltung und hat zu Integration von Kindern und Jugendlichen ganz wesentlich beigetragen. Betreut und koordiniert wurde die Veranstaltung durch die Sportgemeinschaft Aulendorf. Die Veranstaltung war sehr erfolgreich und sollte deshalb unter Einbindung des AKA (Jugendnetzwerk aktiv für Aulendorf) wieder belebt werden.

Seniorenhilfe

Mögliche Projekte im Bereich der Seniorenhilfe sind:

- generationenübergreifende Projekte
- und das Projekt „Aktivierung von Senioren“.

4.9 Handlungsfeld Verkehr

4.9.1 Ausgangslage

Hervorzuheben ist die zentrale Lage von Aulendorf zwischen den Arbeitsplatzschwerpunkten Biberach im Norden, Ravensburg/Weingarten im Süden, Bad Waldsee im Osten und Bad Saulgau im Westen. Die genannten Städte sind nur zwischen 10 bis 20 Minuten von Aulendorf entfernt und auch per Bahn zu erreichen.

Das Thema Verkehr wurde im Rahmen einer Projektgruppe, die im Jahr 2003 insgesamt acht Mal getagt hat, intensiv aufgearbeitet. Dabei standen insbesondere die Aspekte Verkehrsleitung und Verkehrsberuhigung im Vordergrund. Wesentliche Empfehlungen der erarbeiteten Verkehrskonzeption sind:

- Betonung des Schlosses als Stadtzentrum durch die Gestaltung der innerörtlichen Verkehrsführung
- Konzentration der innerörtlichen Verkehrsführung auf die vier Haupteinkaufstraßen (Hauptstraße, Bachstraße, Kornhausstraße, Kolpingstraße)
- Optische (z. B. durch „Zentrumsportale“) und städtebauliche Betonung des jeweiligen Eingangsbereichs der Haupteinkaufstraßen
- Vereinheitlichung der Geschwindigkeits- und Parkierungsregelungen im Bereich der Haupteinkaufstraßen/des Stadtzentrums

Die Konzeption wurde vom Gemeinderat beschlossen und der unteren Straßenverkehrsbehörde im Landratsamt vorgelegt. Das Landratsamt hat dem Vorhaben grundsätzlich zugestimmt. Aus Kostengründen (für die Umsetzung der Maßnahmen wurden rund 20.000 EURO angesetzt) konnten die Maßnahmen bislang nicht umgesetzt werden.

4.9.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf: die Stadt der kurzen Wege

Die „Stadt der kurzen Wege“ ist in Aulendorf nicht nur ein Schlagwort, sondern erlebbar. Vom Aulendorfer Schloss aus sind alle wesentlichen kulturellen, sozialen und freizeitbezogenen Einrichtungen zu Fuß in weniger als 15 Minuten zu erreichen.

Die Ergebnisse und Inhalte der **Verkehrskonzeption** (vor allem die Themen Verkehrsleitsystem und Verkehrsberuhigung) sollten weiterverfolgt und umgesetzt werden. Von der Umsetzung der Verkehrskonzeption muss eine Initialzündung für den örtlichen Einzelhandel und die Dienstleistungsbetriebe ausgehen. Ziel muss es sein, das Angebot im Schienenverkehr aufrechtzuerhalten und die Schienenanbindung in der Vermarktung herauszustellen (die Schwaben Therme ist - incl. Fußweg - von Ravensburg aus mit der Bahn in rund 25 Minuten zu erreichen!).

4.10 Handlungsfeld Schule

4.10.1 Ausgangslage

Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal von Aulendorf ist zweifellos das hervorragende Schulangebot. Zusammen mit der gewerblichen Berufsschule gibt es in Aulendorf über 3.100 Schüler. Entgegen dem allgemeinen Trend ist abgesehen von der Realschule ein beständiger Schüleranstieg zu verzeichnen. Erst mittelfristig ist von einem allmählichen Rückgang der Schülerzahlen auszugehen.

Die Schulen wurden u.a. mit Hilfe von Mitteln aus dem Ausgleichstock in den letzten Jahren saniert und aufgewertet. In diesem Jahr steht die Sanierung der Außenfassade, der Heizung und der Sporthalle an.

Zur Sicherung des Schulstandortes ist der weitere Ausbau des Schulzentrums für den Grundbedarf und Nachmittagsangebote erforderlich. Nur eine attraktive Schulstadt kann auch Wohnstadt sein.

4.10.2 Zielsetzungen und Perspektiven

Aulendorf - ein Schulstandort mit Qualität

Ziel ist es, Aulendorf als Schulstandort weiter auszubauen. Dazu sind folgende Einzelziele zu verfolgen:

- bauliche Aufwertung der bestehenden schulischen Infrastruktur (Sanierung und Erweiterung, Gestaltung der Schulhöfe, Wert erhaltende Investitionen etc.)
- Ausbau der Ganztagesbetreuung (pädagogisches Engagement, Kooperationen mit Vereinen etc.)
- professionelle Gebäudebewirtschaftung (Facility Management)
- Prüfung von PPP-Modellen
- Kooperationen der Schulen verstärken
- Qualitätsentwicklung der Schulen - auch im Rahmen der „Regionalen Belohnungslandschaft“ - unterstützen

Ganztagesbetreuung

Alls langfristiges Ziel ist eine Ganztagesbetreuung für alle Schulformen anzustreben. Voraussetzung dafür sind nicht nur entsprechende Räumlichkeiten, sondern vor allem engagierte Lehrer und die verstärkte Kooperation mit den Vereinen.

Schulhofgestaltung

Neben der Sanierung der Gebäude sollte den Schulhöfen ein größeres Augenmerk gelten. Aufgaben zur Aufwertung der Schulhöfe könnten dabei auch von den Eltern in Eigeninitiative übernommen werden.

Sanierung der Gebäude und pädagogische Konzepte

Da über Jahre hinweg zu wenig in die Erhaltung der Gebäude investiert wurde, besteht ein erheblicher Sanierungsbedarf. Wesentlich entscheidender sind allerdings Betreuungsangebote, eine entsprechende Ausstattung und eine motivierte Lehrerschaft. Im Mittelpunkt stehen somit vor allem zeitgemäße pädagogische Konzepte, die allerdings auch spezifische Räumlichkeiten erfordern.

Zur Finanzierung der erforderlichen Erweiterung und Sanierung sollten **ppp-Modell (public private partnership)** geprüft werden. Die kommunalen Gebäude werden dabei an einen privaten Investor veräußert und über langfristige Verträge angemietet. Mit Hilfe solcher Modelle konnten bereits zahlreiche kommunale Projekte zeitnah umgesetzt werden.

4.11 Standortwerbung und Vermarktung/Image

Das Image der Stadt Aulendorf ist im Wandel. Dieser positive Prozess muss verstärkt werden. Die Stadt Aulendorf sollte sich als Einheit präsentieren, die entschlossen die Probleme anpackt und neue Perspektiven vermittelt.

Unter dem Motto

„Wir in Aulendorf packen das“

sind die Verwaltung, die Vertreter der Wirtschaft, des Einzelhandels, der Gastronomie und alle Bürgerinnen und Bürger der Stadt aufgefordert, diesen Imagewandel durch eine positive Vermittlung der Potenziale Aulendorfs zu unterstützen.

Zur Vermarktung der Stadt Aulendorf sind folgende Einzelmaßnahmen vorgesehen, die vom Eigenbetrieb Tourismus Aulendorf teilweise bereits eingeleitet wurden.

Stadtprospekt

Der Stadtprospekt ist bereits 15 Jahre alt und damit völlig veraltet. Lediglich das Titelblatt wurde vor einigen Jahren überarbeitet. Eine inhaltliche Überarbeitung und eine Neugestaltung sind dringend notwendig. Der Aufwand zur Erstellung einer Neuauflage muss allerdings deutlich unter den Kosten bleiben, die seinerzeit dafür angefallen sind (rund 100.000 DM).

Internetpräsentation

Die Internetpräsentation soll noch im Jahr 2006 neu konzipiert werden. Insbesondere soll die Internetpräsentation auch eine direkte Buchung von Zimmern, Ferienwohnungen etc. ermöglichen. Eine Zusammenarbeit mit überregionalen Anbietern (z.B. Ameropa scheitert) bislang daran, dass keine Zimmerkontingente bereitgestellt werden konnten.

Kooperationen

Eine verstärkte Kooperation sollte mit der Deutschen Bahn angestrebt werden. Insbesondere Schulen werden von der Bahn regelmäßig angeschrieben. Dieses Potenzial sollte stärker genutzt werden.

Tourismusorganisationen

Es ist festzuhalten, dass sich der Raum Oberschwaben insgesamt „unter Wert“ verkauft. Ein Grund hierfür ist unter anderem, dass der Raum nicht einheitlich unter dem Oberbegriff „Oberschwaben“ vermarktet wird und politisch zersplittert ist. Verantwortlich hierfür ist darüber hinaus ein fehlendes Bewusstsein für die Tourismusregion Oberschwaben.

Es sollte deshalb grundsätzlich geprüft werden, ob die **Marke „Oberschwaben“** eine vermarktungsfähige Destination ist. Um diese Grundsatzdiskussion zu führen, sollten externe Berater (bspw. die FH Ravensburg) eingeschaltet werden.

Die Tourismusorganisation „Oberschwaben Tourismus GmbH“ wird zum 1. Juli 2006 gegründet. Gesellschafter sind die Landkreise Ravensburg, Biberach und evtl. Sigmaringen, die Städte und Gemeinden, die Industrie- und Handelskammern und das Hotel- und Gaststättengewerbe.

5 AUFGABEN UND ORGANISATION DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Das in einem intensiven Dialog mit der Bürgerschaft erarbeitete Handlungsprogramm „Wirtschaftsperspektive Aulendorf“ verdeutlicht die Entwicklungsmöglichkeiten der Stadt Aulendorf. Es kommt darauf an, dass dieses ehrgeizige Programm, das für die Profilierung und positive wirtschaftliche Entwicklung von Aulendorf einen zentralen Stellenwert besitzt, auch umgesetzt wird. Nach Auffassung der KE sind die personellen und finanziellen Ressourcen derzeit nicht vorhanden, um dieses Programm – abgesehen vom touristischen Bereich – zu realisieren. Hinzu kommt, dass Schwerpunktaufgaben im Bereich Wirtschaftsförderung (Kontaktpflege, Initiierung von Projekten, Flächenvermarktung etc.) mit den vorhandenen Strukturen derzeit nur eingeschränkt bewältigt werden können.

Eine Professionalisierung im Bereich Wirtschaftsförderung ist auch ein wichtiger Bestandteil der Bemühungen zur Haushaltskonsolidierung. Wirtschaftsförderung ist damit kein Selbstzweck, sondern dient der Erzielung von Einnahmen.

Zur Bündelung der Aufgaben und Zuständigkeiten der Wirtschaftsförderung schlägt die KE die Gründung einer Wirtschaftsförderungsgesellschaft vor. Die GmbH ist eine 100% Tochter der Stadt Aulendorf. Der Handels- und Gewerbeverein ist über einen Beirat in die Geschäftspolitik eingebunden.

Folgende Schwerpunktaufgaben stehen an, die von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft wahrzunehmen sind:

- Vermarktung von Wohn- und Gewerbeflächen
- Standortmarketing
- Geschäftsstraßenmanagement (Umsetzung Projekt „Kaufhaus Innenstadt“).

Der Grundstücksverkauf wurde bisher vom Liegenschaftsamt vorgenommen. Wird eine Steigerung der Verkäufe angestrebt, ist es notwendig, die Vermarktungsanstrengungen zu erhöhen. Die Vermarktung der kommunalen Wohn- und Gewerbegrundstücke und der Grundstücksverkauf sollte deshalb in der Wirtschaftsförderungsgesellschaft gebündelt werden.

Sowohl inhaltlich als auch organisatorisch beschreitet die Stadt Aulendorf neue Wege. Die rechtlichen und vertraglichen Voraussetzungen zur Gründung einer solchen Organisation sind deshalb in einem weiteren Schritt zu prüfen. Danach sind dem Gemeinderat die Vorschläge zur organisatorischen und inhaltlichen Neuausrichtung der kommunalen Wirtschaftsförderung vorzulegen.

Um die Wirksamkeit der Wirtschaftsförderung zu prüfen, ist eine jährliche Evaluierung erforderlich. Die Gesellschaft ist zunächst auf die Dauer von drei Jahren angelegt. Sie wird dann weitergeführt, wenn die vereinbarten Ziele (Verkaufserlöse, Umsetzung der Jahresprogramme etc.) erreicht werden.

6 HANDLUNGSPROGRAMM – ZUSAMMENFASSUNG

Motto	Maßnahmen	Zuständigkeit/ Verantwortlichkeit
Einwohnerentwicklung und demographische Veränderungen		
Aulendorf wächst vernünftig		
Wirtschaftsförderung		
Aulendorf - wir kümmern uns um unsere Betriebe	Bereitstellung attraktiver Flächen (Erweiterung Sandäcker)	Stadt Aulendorf
	Branchenbezogene Zonierung der Gewerbegebiete	Stadt Aulendorf
	Professionelle Vermarktung	Stadt Aulendorf
	Aulendorf Wirtschaftsförderung GmbH	Stadt Aulendorf
Wohnungsbau		
Aulendorf - ein Wohnort mit Qualität und Charme	Offensive Grundstückspolitik	Stadt Aulendorf
	Qualitätvolle Architektur (städtebauliche Oberleitung, Fachbeirat Gestaltung, städtebauliche Rahmenpläne)	Stadt Aulendorf
	Aufwertung Kernstadtbereiche	Stadt Aulendorf
	Intensivierung der Vermarktung	Stadt Aulendorf
	Partizipation am Wertzuwachs	Stadt Aulendorf
Tourismus, Kur- und Bäderbetrieb		
Aulendorf - Spaß und Wellness	Ausbau Schwaben Therme	Schwaben Therme
	Aufwertung/Sanierung Steeger Seebad	Stadt Aulendorf
	Errichtung Campingplatz	Stadt Aulendorf
	Beherbergung (Qualitätsoffensive Privatzimmer, Ausbau Bettenkapazität)	Tourismus Aulendorf Beherbergungsbetriebe
	Buchung Online	Tourismus Aulendorf

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSKONZEPT UND STADTENTWICKLUNG AULENDORF

Motto	Maßnahmen	Zuständigkeit/ Verantwortlichkeit
Einzelhandel		
Kaufhaus Aulendorf - wir bieten alles!	Umsetzung Verkehrskonzept incl. Verkehrsführung	Stadt Aulendorf
	Aufwertung Stadtzentrum	Stadt Aulendorf
	Mobilisierung der Einzelhändler	Stadt Aulendorf, HGV
	Neuorganisation Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung	Stadt Aulendorf
Gastronomie		
Aulendorf - Genießen in der Stadt	Zusammenarbeit Gastronomie - Tourismusanbieter verbessern	Gastromomen, Tourismusanbieter
	Gaststättenverband Aulendorf wieder beleben	Gastronomen, Tourismusanbieter
Kultur		
Aulendorf - Kultur und mehr	Abstimmung der Kultur treibenden Vereine verbessern	Vereine
	Realisierung einer Stadtbücherei	Stadt Aulendorf
	Schlossmuseum aufwerten	Stadt Aulendorf, Landesmuseum Baden-Württemberg
Soziales		
Aulendorf - eine kinder-, jugend- und seniorenfreundliche Stadt mit vorbildlichen sozialen Angeboten	Kooperation der Kindergartenträger	Träger der Kindergärten
	Sprachförderung im Kindergarten	Kindergärten
	Jugendhilfe ausbauen	Stadt Aulendorf
	Kooperationsamstage wieder durchführen	Stadt Aulendorf, Vereine
Verkehr		
Aulendorf: die Stadt der kurzen Wege	Umsetzung der Verkehrskonzeption	Stadt Aulendorf

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSKONZEPT UND STADTENTWICKLUNG AULENDORF

Motto	Maßnahmen	Zuständigkeit/ Verantwortlichkeit
Schule		
Aulendorf - ein Schulstandort mit Qualität	Bauliche Aufwertung und Sanierung der Schulgebäude	Stadt Aulendorf
	Ausbau der Ganztagesbetreuung	Stadt Aulendorf
	Professionelle Gebäudebewirtschaftung	Stadt Aulendorf
	Prüfung von PPP-Modellen	Stadt Aulendorf
	Kooperationen verstärken	Schulen
	Qualitätsentwicklung verstärken	Stadt Aulendorf / Schulen