



# Offensive Standortmarketing Waldkirch



## Projektgruppensitzung 1: Maßnahmenliste - Ergebnisprotokoll -

Eva-Maria Elkemann  
Elias Henrich

# Vorbemerkung

Am 13. Juli 2016 fand im Rahmen des Projektes „Offensive Standortmarketing Waldkirch“ die erste von zwei Projektgruppensitzungen im Roten Haus von 19.00 bis 22.00 Uhr statt.

Nach der Vorstellung und Diskussion der zentralen Analyseergebnisse wurde der Strategie-Entwurf (5 Handlungsfelder, 5 Querschnittelemente) präsentiert und von den Teilnehmern mehrheitlich als gut befunden.



Im Anschluss erfolgte die Sichtung, Ergänzung und Auswahl von Maßnahmen in vier Arbeitsgruppen (Wirtschafts- und Einkaufsstandort, Tourismus, Innenstadt, Stadtmarketing). Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen sind im Folgenden in **grüner Schrift** eingearbeitet.

HINWEIS: Bis zum 29. Juli 2016 haben Sie noch die Möglichkeit, uns weitere Anmerkungen und Ergänzungen zu einzelnen Maßnahmen zurückzumelden. Diese werden wir dann gerne noch in den Prozess einfließen lassen.


Ansprechpartner: Elias Henrich, [henrich@imakomm-akademie.de](mailto:henrich@imakomm-akademie.de)



## Wirtschafts- und Einkaufsstandort:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungszeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verantwortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppenspezifischer			
W1 	<b>Kunden aus dem Umland abgreifen</b>	<p>Kunden / Gäste aus direktem Umfeld stärker an Waldkirch binden → Sie sollen zum Einkaufen etc. nicht an Waldkirch vorbeifahren nach Emmendingen und Freiburg! (Potenzial: ca. 40.000 EW aus dem Elztal!)</p> <p>Umsetzungsideen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Installation von „Eye-Catchern“ / Werbetafeln an der B294</li> <li>▪ Parkleitsystem / mehr Parkplätze</li> <li>▪ „Blitzfreier Samstag“</li> </ul>						Kurzfristig	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Werbegemeinschaft</li> <li>▪ Stadt</li> </ul>
W2 	<b>Frequenzbringer in der Innenstadt</b>	<p>(Fokus auf Innenstadtentwicklung:) Schaffung von zusätzlichen Frequenzbringern (z.B. Nahversorgung, H&amp;M oder C&amp;A) in der Innenstadt statt Förderung der Einzelhandelsentwicklung auf der „Grünen Wiese“ (siehe Maßnahme I7: „Entwicklung Sonnenhofareal“) Stadtсанierung anpassen.</p>						Mittelfristig	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Werbegemeinschaft</li> </ul>
W3	<b>Angebots-erweiterung Handel &amp; Gastronomie</b>	<p>Bedarfsgerechte Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Gastronomieangebots in Waldkirch, hierbei Fokus auf Angebote im höherpreisigen, qualitativ hochwertigen Segment.</p>						Mittelfristig (Dauer-aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Werbegemeinschaft</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Wirtschafts- und Einkaufsstandort:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
W4	<b>Individuelle Fachgeschäfte in der Innenstadt</b>	Ansiedlung individueller, inhabergeführter Fachgeschäfte in der Innenstadt mit qualitativ hochwertigen Angeboten, um einen Gegenpol zum austauschbaren Filialisten-Angebot der Großstädte zu schaffen; dadurch Wiederbelebung vorhandener und künftig entstehender Leerstände und zusätzliche Attraktivierung des Standortes (auch Anziehung überregionaler Kundschaft)						Langfristig (Dauer- aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Werbe- gemein- schaft</li> </ul>
W5	<b>Service- Offensive im Einzelhandel</b>	Aktives Aufgreifen von aktuellen Entwicklungen und Trends im Einzelhandel / Einkaufsverhalten. Ansätze: Bringdienst (von FSJler, mit <b>Absprache von allen Einzelhändlern</b> ), Online-Bestellung, Kundenbewertungssystem, „Kundenseminare“ o.Ä.; dabei: Vernetzung der Händler, Umsetzung gemeinsamer Aktionen (z.B. gemeinsame Online-Vermarktung). Grundlage: Kundenbefragung!						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzel- händler</li> <li>▪ Werbe- gemein- schaft</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Wirtschafts- und Einkaufsstandort:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
W6	<b>Sicherung der Nahversorgung in den Stadtteilen</b>	Lebensmittelnahversorgung in den Stadtteilen, v.a. in den kleineren, ist gefährdet (z.B. in Buchholz nur noch ein Bäcker, der vorauss. bald schließt). Ggf. Etablierung mobiler / alternativer Nahversorgungsangebote (Bäckerwagen, „Tante Emma auf Rädern“, Bringdienst o.Ä.); dabei Einbindung bestehender Lebensmittelhandwerksbetriebe in Waldkirch; ggf. Subventionierung durch die Stadt						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittelhändler</li> <li>▪ Werbegemeinschaft</li> <li>▪ Stadt</li> </ul>
W7	<b>Städtische Wirtschaftsförderung aufbauen/ stärken</b>	Wirtschaftsförderung muss einen größeren Stellenwert bei der Stadtverwaltung erhalten. Dazu ist eine verwaltungsinterne Umstrukturierung oder die Schaffung einer neuen Stelle notwendig. Nur auf dieser Basis können weitere Maßnahmen im Bereich Wirtschaftsförderung personell überhaupt gestemmt werden. <i>Citymanagement: Schaffung einer 50% Stelle, bessere Verbindung zwischen Werbegemeinschaft und Stadt</i>						Kurzfristig (Dauer-aufgabe)	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Wirtschafts- und Einkaufsstandort:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
W8	<b>Wirtschafts- netzwerk initiieren</b>	Intensivierung der Zusammenarbeit und des Austauschs zwischen Stadt, Werbegemeinschaft und Unternehmen; Etablierung eines Netzwerks zur Schaffung und von Synergieeffekten und zur Erhöhung der Transparenz. Themen z.B.: Fachkräfteaquire, Kundenbindung, Empfehlungsmarketing, gemeinsame Vermarktung, „Botschafterprinzip“ Instrumente z.B.: Wirtschaftsdialog (2-3 mal im Jahr), regelmäßiger Newsletter						Kurzfristig (Dauer- aufgabe)	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Werbe- gemein- schaft</li> <li>▪ Unter- nehmen</li> </ul>
W9	<b>Unterstützung von KMUs intensivieren</b>	Kleine und mittelständische Unternehmen in Waldkirch brauchen einen klaren Ansprechpartner bei der Stadt für Fragen/Anliegen/Probleme. Zudem wird ein proaktives Handeln und Initiieren von Maßnahmen gerade zur Förderung von KMUs durch die Stadt vermisst.						Kurzfristig (Dauer- aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Wirtschafts- und Einkaufsstandort:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
W10	<b>Kopplung Industrie - Innenstadt</b>	Kooperationsaktionen zwischen Industrie/Gewerbe und innerstädtischem Handel, um Mitarbeiter in die Innenstadt zu holen und an den Standort zu binden (Voraussetzung: attraktives Angebot muss in der Innenstadt vorhanden sein!); Ansatz dabei: „Zielgruppen dort abholen, wo sie sind!“						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Industrie</li> <li>▪ Werbe- gemein- schaft</li> <li>▪ Stadt</li> </ul>
W11	<b>Gewerbe- Beschilderung optimieren</b>	Einheitliche Beschilderung für Gewerbebetriebe (v.a. KSW-Gelände)						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Unter- nehmen</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



## Wirtschafts- und Einkaufsstandort:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
W12	<b>Professionelles Leerstandsmanagement</b>	<p>Professionelles Leerstandsmanagement aufbauen unter Beteiligung der lokalen Akteure (Eigentümer, Makler, Werbegemeinschaft). Ziele: drohende Leerstände frühzeitig erkennen, attraktive Zwischennutzungen, Entwicklung von Anreizsystemen zur bedarfsgerechten Nachnutzung, gezielte und effektive Vermarktung von Leerständen. Ansatz für Zwischennutzungen, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pop-Up-Stores / „Experimentierfläche“ für Start-Ups (ggf. Kooperation mit Fabrik Sonntag)</li> </ul> <p><b>Gewerbeflächen und Leerstände auch auf der Homepage der Stadt anbieten/darstellen.</b></p>						Mittelfristig (Dauer-aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadt</li> <li>Private Akteure</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie


● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018  
Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030






# Tourismus:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungszeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verantwortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppenspezifischer			
T1 	<b>Touristisches Leitsystem (gesamtstädtisch!)</b>	<p>Entwicklung eines innovativen Leitsystems zu / zwischen den touristischen Attraktionen in Waldkirch (inkl. Stadtteile) <b>(alle Einrichtungen einbeziehen (z.B. Schwimmbad))</b>, einheitliche Beschilderung, ggf. mit Hinweisen zur Erreichbarkeit/Entfernung der einzelnen Angebote;  <b>Ortseingangstafeln (ZTL-Bezug)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Leitsystem installieren</li> <li>2. Definition zukünftiger Ablauf bei neuen Angeboten (z.B. wenn neues Hotel eröffnet → <b>Wie werden Schilder ergänzt?</b>)</li> </ol> <p>WICHTIG: Verknüpfung mit „Leitsystem für die Innenstadt“ <b>(I1)</b>, „Beschilderung touristischer Attraktionen“ <b>(T4)</b> und „Camping-Angebote transparenter machen“ <b>(T7)</b>.</p>						Kurzfristig <b>(bis zum Orgelfest 2017!)</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ ZweiTäler Land</li> <li>▪ Betreiber</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
 Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig: bis Ende 2018    Mittelfristig: bis Ende 2023  
 Langfristig: bis Ende 2030



# Tourismus:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung					zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter				
T2	<b>Stärkung der Tourist-Info</b>	Prominentere Platzierung und klar erkennliche Beschilderung der Tourist-Info im zentralen Bereich der Innenstadt, personelle Besetzung optimieren (Krankheitsvertretung, Fremdsprachenkenntnisse etc.), bessere Einbindung in die Verwaltungsstrukturen. Chance: Anstehende Verlagerung der Tourist-Info ins Rathaus (Bürgerbüro) WICHTIG: ZweiTälerLand beratend hinzuziehen (bei Bewerberauswahl etc.)!						Kurzfristig	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ ZweiTäler Land</li> </ul>
T3	<b>Aktive touristische Vermarktung durch die Stadt</b>	Tourismus-Marketing im Rahmen des ZweiTälerLandes sollte weiter ausgebaut werden; zusätzlich: unabhängige, eigenständige Vermarktung des Standorts Waldkirch durch die Stadt selbst erforderlich!						Kurzfristig (Dauer-aufgabe)	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



# Tourismus:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
T4	<b>Beschilderung touristischer Attraktionen</b>	Alle touristischen Attraktionen im Stadtgebiet müssen von außen klar erkennbar sein, um v.a. dem ortsunkundigen Besucher die Orientierung zu erleichtern. Beispiel: Beschilderung Elztal-Museum. <i>Verknüpfung mit Besucherleitsystem (siehe I1 und T1)</i>						Kurzfristig <b>(bis zum Orgelfest 2017!)</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>
T5	<b>„Gästeführer“ für Touristen</b>	Touristenbroschüre / Gästeführer „Willkommen in Waldkirch“ – Gebündelte Darstellung mit Übersichtsplan und Infos zu den Highlights in der Innenstadt und den Stadtteilen (Unterkünfte, Gastronomie, Freizeit, Kultur, Natur ...); handliches Format und ansprechende, übersichtliche Gestaltung; Auslage in Tourist-Info, Hotels etc.; ggf. auch Angebote umliegender Kommunen mit bewerben. <i>+ Online-Homepage: Tourismusbereich erweitern + Hinweis „Waldkirch hat viele Lehrpfade und Führungen“ → nähere Infos in der WaldkirchApp, auf der Homepage und in gesondertem Flyer (siehe T8)</i>						Kurzfristig <b>(bis zum Orgelfest 2017!)</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Unternehmen / Einrichtungen</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Tourismus:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
T6	<b>Interkommunale Kooperationen</b>	Touristische Attraktionen im Umland gezielt für das eigene Marketing nutzen. Kombiangebote/ Kooperationen andenken, (z.B. Schwarzwaldklinik, Golfplatz Gutach, Europa-Park ...)						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ ZweiTäler Land</li> <li>▪ Betreiber</li> </ul>
T7	<b>Campingangebote transparenter machen</b>	Wohnmobilstellplätze (am Stadtrainsee, auch die neuen am Schwimmbad in Kollnau) in zu erarbeitendes Besucherleitsystem (siehe Maßnahme T1) integrieren. Zudem: Campingplatz in Siensbach stärker bewerben.						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum: Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018 Langfristig: bis Ende 2030



# Tourismus:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
T8	<b>Flyer „Waldkircher Lehrpfade“</b>	<p>Flyer/Broschüre erstellen, in der die zahlreichen thematischen Rundwege und Lehrpfade in und um Waldkirch gebündelt dargestellt werden. Unter anderem sind dies:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kandel-Stelen / Infosäulen</li> <li>▪ Fischlehrpfad (entlang der Elz)</li> <li>▪ Historischer Stadtrundgang</li> <li>▪ Weinlehrpfad</li> <li>▪ Ritterwanderweg</li> <li>▪ Bergbauwanderweg Suggental</li> <li>▪ ...</li> </ul>						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
 Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
 Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



# Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen	spezifischer	Umsetzungszeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verantwortlichkeit
11	<b>Besucherleitsystem Innenstadt</b>	<p>Fußläufige Verbindungen innerhalb der Innenstadt und zu innenstadtnahen Angeboten (Stadtrainsee, Zoo, Kastelburg etc.) erhalten und aufwerten. Fokus der Kommunikation: „Stadt der kurzen Wege“ (z.B. Schilder mit Entfernungsangaben: „nur 200 m bis ...“). Dazu wird ein einheitliches und besucherfreundliches Leitsystem installiert. Wichtige Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wegführung vom Bahnhof zur Innenstadt</li> <li>▪ Abbau des „Schilderwaldes“ (z.B. am Bahnhof)</li> <li>▪ Info-Tafel mit Übersichtsplan an zentralen Knotenpunkten (Bahnhof, Marktplatz etc.)</li> <li>▪ Gestalterische Elemente (z.B. Markierungen im Asphalt, wegbegleitende Bepflanzung)</li> <li>▪ <b>Verweis auf öffentliche Toiletten und Tourist-Info</b></li> </ul> <p>Ggf. Rundweg als Leitprinzip (Bahnhof → Marktplatz → Kirche/Museum → Zoo → Stadtrainsee → Goethestraße → Freie Straße → Lange Straße)</p>							Kurzfristig <b>(bis zum Orgelfest 2017!)</b>	1	▪ Stadt


Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)


Umsetzungszeitraum: Kurzfristig: bis Ende 2018  
Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



# Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung					zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter				
I2 	<b>Parkplatz-situation überprüfen &amp; optimieren</b>	<p>Verbesserung der Parkplatz-situation in der Innenstadt. Dazu ist zunächst eine Prüfung erforderlich, welche Ursachen für die Unzufriedenheit mit der Parksituation vorliegen/ dominieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anzahl Parkplätze</li> <li>▪ Lage/Verteilung der Parkplätze</li> <li>▪ Parkgebühren</li> <li>▪ Parkdauer</li> <li>▪ Parkleitsystem (<b>Priorität!</b>)</li> <li>▪ Transparenz/Bekanntheit vorhandener Parkplätze</li> </ul> <p>Aufbauend auf einer fundierten Bestandsanalyse können geeignete Maßnahmen zur Abhilfe entwickelt werden.</p> <p><b>Zu prüfen: Wiedereinführung von Kurzparkplätzen (kostenloses Parken für 20 Minuten, um schnelle Einkäufe erledigen zu können)</b></p>						Mittelfristig	1	▪ Stadt

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
 Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig: bis Ende 2018    Mittelfristig: bis Ende 2023  
 Langfristig: bis Ende 2030



# Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
13	<b>Verkehrsführungskonzept</b> (von Gruppe Tourismus)	Ausarbeitung eines Konzeptes zur Optimierung der Verkehrsführung in der Innenstadt. Ziele: Verbesserung der Erreichbarkeit mit PKW, Fahrrad und zu Fuß, Erhöhung der Sicherheit und <b>v.a. Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Lange Straße</b> (Außengastronomie!) durch verkehrsberuhigende Maßnahmen. Denkbare Ansätze (gilt es zu prüfen): Einbahnstraßenregelung, 30er-Zone, Fußgängerzone, Shared Space o.Ä.; Änderung der Verkehrsführung prüfen!						Mittelfristig	1	▪ Stadt

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig: bis Ende 2018  
Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030





## Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
14	<b>Neugestaltung Bahnhofsvorplatz</b>	<p>Gestalterische Aufwertung des Bahnhofsvorplatzes als "Aushängeschild" bzw. zentralen Ankunftspunkt von Gästen.</p> <p>Erforderliche Maßnahmen u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fußgängerüberweg</li> <li>▪ Info-Tafel mit Hinweisen zu Attraktionen, Busverkehr etc. (in Verbindung mit Besucherleitsystem, Maßnahmen I1 und T1)</li> <li>▪ Gestaltungselemente (Brunnen, Bepflanzung etc.)</li> <li>▪ Fahrradabstellplatz in der Verlängerung des Bahnsteigs</li> </ul>						Kurzfristig (bis zum Orgelfest 2017!)	1	▪ Stadt
15	<b>Attraktivitätssteigerung für junge Erwachsene</b>	Schaffung attraktiver Angebote / „hochwertige“ Treffpunkte für junge Erwachsene (Jungunternehmer, Mitarbeiter der Industrie etc.) in der Innenstadt, z.B. gehobene Bar						Langfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Investor/ Betreiber</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
16	<b>In-Wert- Setzen der Elz</b>	Aktive Nutzung und Einbindung des Flusslaufs der Elz in das Innenstadt-Geschehen und dadurch erlebbar machen (bisher weitgehend ungenutztes Potenzial!). Denkbare Ansätze: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Uferterrassen mit Sitzbänken, Sonnenliegen etc.</li> <li>▪ Biergarten / Café mit Terrasse am Flussufer</li> </ul>						Langfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Investor/ Betreiber</li> </ul>
17	<b>Entwicklung „Sonnenhof- areal“</b>	Innerstädtische Potenzialfläche „Sonnenhofareal“ bedarfsgerecht entwickeln (Förderprogramm); wertvoller Beitrag zur generellen Attraktivitätssteigerung der Waldkircher Innenstadt! Denkbare Nutzungen: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzelhandel (Frequenzbringer!)</li> <li>▪ Parkflächen</li> <li>▪ Wasser (Gewerbekanal) evtl. mit einbinden</li> </ul>						Mittelfristig (Beginn: kurzfristig)	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Investor/ Betreiber</li> </ul>


Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)


Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



## Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
18  (von Gruppe Tourismus)	<b>Begrünung der Innenstadt</b>	Erhöhung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt durch „mehr Grün“ (Blumenrabatten, Bäume etc.); <b>Stadtkern hübscher und ruhiger gestalten</b> (Beispiel Rathaus Denzlingen)						Mittelfristig Kurzfristig	2 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stad</li> </ul>
19	<b>Einheitliche Öffnungs- zeiten</b>	Um es dem Kunden einfacher zu machen und mehr Verlässlichkeit beim Innenstadtbesuch zu schaffen, sollten die Öffnungs- zeiten der innerstädtischen Geschäfte und sonstigen Einrichtungen langfristig möglichst angeglichen werden. Option: einheitliche Kernöffnungszeiten, in denen sowohl die Einzelhandels- betriebe als auch Stadtverwaltung und Tourist-Info geöffnet sind.						Langfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werbe- gemein- schaft</li> <li>Stadt</li> <li>Betriebe</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus  
Sicht der imakomm Akademie

 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



# Innenstadt:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
I10	<b>Belebung des Wochenmarktes</b>	Innenstadtbelebung durch ergänzende Angebote, die die Frequenz in der Innenstadt über die Marktzeiten hinaus erhöhen (frequenzbringendes Potenzial des Wochenmarktes nutzen!). Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Live-Koch-Kurse mit Marktprodukten</li> <li>▪ Marktbrunch mit regionalen Produkten</li> <li>▪ Gesundheitstag (Kooperation mit Krankenkasse, Sportvereinen etc.)</li> </ul>						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Werbe-gemein-schaft</li> <li>▪ Marktbe-schicker</li> </ul>
I11	<b>Barriere-freiheit in der Innenstadt</b>	Für ältere Menschen, Menschen mit Behinderung und Familien mit Kinderwagen werden vorhandene Zugangsbarrieren zu zentralen Einrichtungen der Stadt, Ladenlokalen und im öffentlichen Raum (Plätze, Straßen, Bushalte-stellen etc.) abgebaut.						Langfristig (Dauer-aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Betriebs-inhaber</li> </ul>
I12	<b>Alter Friedhof</b>	Hohe Bürgerbeteiligung, vom Gemeinderat bereits beschlossen						Kurz- bis mittelfristig		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>
I13	<b>Stadtrain 2</b>	Umsetzung der Vorschläge zur Gestaltung des Areals „Stadtrain 2“. Intensive Bürgerbeteiligung, vom GR bewilligt, aber noch nicht umgesetzt						Kurzfristig		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie


● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



# Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
S1 	<b>„Netter Brief statt Knöllchen“</b>	Anderer, gästefreundlicherer Umgang mit Verkehrskontrollen und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten (Ansatz z.B.: bei offensichtlich auswärtigem Kfz-Kennzeichen statt Strafzettel freundlicher Hinweis mit weiterführenden Gäste-Infos ans Auto hängen) → Gäste sollten nicht durch unverhältnismäßig häufige und strenge Verkehrskontrollen „verprellt“ werden! Gäste müssen sich willkommen fühlen!						Kurzfristig	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>
S2	<b>WaldkirchApp optimieren</b> (bereits in Umsetzung)	Potenzial der WaldkirchApp besser und effektiver nutzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bekanntheit / Verbreitung erhöhen</li> <li>▪ Aktualität der Inhalte pflegen</li> <li>▪ alle Akteure/Angebote einbinden (Vollständigkeit)</li> <li>▪ Benutzerfreundlicher und ansprechender gestalten</li> </ul>						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Unternehmen/ Einrichtungen</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)


Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



Nr.	Maßnahme	Beschreibung	einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
S3 	<b>Veranstaltungskalen-der optimieren</b>	ZweiTälerLand-Veranstaltungs-kalender gibt es bereits, muss aber von den örtlichen Vereinen/ Institutionen „gefüttert“ werden → Umsetzung bisher suboptimal. <i>Weitere Kalender der Stadtteile, Belegungspläne der Hallen etc. werden bislang nicht ideal zusammengefügt.</i> Ziel muss es sein, EINEN städtischen „Waldkirch-Kalender“ zu erstellen und zu pflegen (auch auf Homepage); Verbesserung der Funktionalität; ggf. Schnittstelle zu ZweiTälerLand						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vereine/ Institutionen</li> <li>▪ ZweiTäler Land</li> <li>▪ Stadt</li> </ul>
S4	<b>Botschafter-prinzip nutzen</b>	„Botschafterprinzip“: Überregionale / weltweite Präsenz und Einfluss von Waldkircher Großunternehmen und sonstigen Institutionen für das Standortmarketing Waldkirch nutzen! Denkbare Ansätze: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Marketingmaterialien auf Messen</li> <li>▪ Verwendung des Waldkircher CI für Unternehmenszwecke</li> <li>▪ Betreuung / Info-Materialien der Stadt für Geschäftsreisende</li> <li>▪ <b>Botschafter für Heimattage 2018 (gemeinsam mit ZTL und Baden-messe) (bereits in Umsetzung)</b></li> </ul>						Mittelfristig (Dauer-aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Unter-nehmen</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie


 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



## Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
S5 	<b>Positive Pressearbeit</b>	<p>Regelmäßige, positive Berichterstattung in der lokalen (und überregionalen) Presse sowie in digitalen Medien zu erfolgreich umgesetzten Projekten der Stadtentwicklung. Dadurch Erhöhung der Transparenz bei den internen Zielgruppen (Bürger, Unternehmen etc.), gleichzeitig Aufwertung des Images / Außenwirkung der Stadt Waldkirch und Revidierung falscher Vorstellungsbilder. Motto: "Tue Gutes und rede darüber!" → Signalwirkung! Denkbare Ansätze/Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Effekte / Erfolge der Leerstandsvermarktung</li><li>▪ Nutzung städtischer Angebote (Testimonials)</li><li>▪ Bürgerbeteiligungsverfahren</li></ul>						Kurzfristig (Dauer-aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Stadt</li></ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

 = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



# Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung	Charakteristika					Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
S6	<b>„Guerilla-Marketing“</b>	Regelmäßige Umsetzung pfiffiger, unkonventioneller Werbemaßnahmen mit vergleichsweise geringem Kostenaufwand und gleichzeitig großer Werbewirkung / Überraschungseffekt. Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Taxifahrer als Werbemedium</li> <li>▪ Orgelkonzert auf dem Parkhausdach</li> </ul>						Mittelfristig (Dauer- aufgabe)	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ Private Akteure</li> </ul>
S7	<b>Gartenschau-Projekt</b>	Bewerbung der Stadt für „Grünprojekt“ (Kleine Gartenschau)						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
 Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
 Kurzfristig: bis Ende 2018  
 Mittelfristig: bis Ende 2023  
 Langfristig: bis Ende 2030





# Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
S8	<b>Stadtteile offensiv vermarkten</b>	<p>Verbundenheit mit den Stadtteilen fördern und Besonderheiten der Stadtteile offensiv vermarkten. Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bewerbung der Angebote in den Stadtteilen in einem gesamtstädtischen „Gästekühler“ (siehe Maßnahme T5)</li> <li>▪ Einbindung der Stadtteile in das gesamtstädtische Besucherleitsystem (siehe Maßnahme T1)</li> <li>▪ Städtische Veranstaltungen wechselnd in den verschiedenen Stadtteilen durchführen (z.B. GR-Sitzungen, Neujahrsempfang o.Ä.)</li> <li>▪ <b>Beispiel: Weintourismus offensiv vermarkten</b></li> </ul>						Kurzfristig (Dauer- aufgabe)	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ alle Stadtteile</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:      Mittelfristig: bis Ende 2023  
Kurzfristig: bis Ende 2018      Langfristig: bis Ende 2030



# Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung					zielgruppen-spezifischer	Umsetzungs-zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant-wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter				
S9	<b>Bestehende „Marken“ neu interpretieren und leben</b>	Positionierungsthemen „Orgel“ und „Citta Slow“ noch authentischer leben und für breitere Zielgruppen attraktiv, zugänglich und erlebbar machen. Ziel: Brückenschlag von den von Teilen der Bevölkerung als altbacken und wenig fortschrittlich wahrgenommenen Themen hin zur Moderne und stärkeren Öffnung für den „Otto-Normal-Verbraucher“; ggf. Verknüpfung mit anderen Themen denkbar (siehe Maßnahme S12). <b>Umsetzung wie?</b>					Mittelfristig	1	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Stadt</li><li>▪ Orgel-stiftung</li><li>▪ ZweiTäler Land</li><li>▪ weitere Akteure</li></ul>	

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig: bis Ende 2018  
Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



# Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungszeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verantwortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppenspezifischer			
S10	<b>Neue Akzente in der Positionierung der Stadt</b>	<p>Vermarktung Waldkirchs (v.a. regional) breiter aufstellen, da bisheriges Thema „Orgel“ kaum dazu geeignet ist, Besucher / Kunden aus dem näheren Umland an Waldkirch zu binden bzw. anzuziehen.</p> <p>Denkbare zusätzliche Themen, mit denen sich Waldkirch glaubhaft und authentisch nach innen und außen profilieren kann:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Freizeit- und Naherholungsstandort mit Wohlfühlatmosphäre (zahlreiche Sport- und Ausflugsmöglichkeiten, Natur, <b>Kandel</b>; ruhiger/idyllischer Gegenpol zur Großstadt Freiburg)</li> <li>▪ Weinbau (v.a. Buchholz) (Projekt mit anderen Kommunen im Breisgau läuft bereits seit mehreren Jahren)</li> </ul>						Mittelfristig	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ ZweiTäler Land</li> <li>▪ weitere Akteure</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum: Kurzfristig: bis Ende 2018    Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
S11	<b>„Waldkircher in der Fremde“</b>	„Rückgewinnung“ / Bindung von Weggezogenen an den Standort durch regelmäßigen Newsletter: 1x pro Jahr Versand „Grüße aus Waldkirch“ mit Hinweisen zu Veranstaltungen, neuen Entwicklungen etc. in Waldkirch (ggf. auch mit Gutschein für einen Café in der Innenstadt o.Ä.). <b>Kontakt bereits über Facebook vorhanden</b>						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>
S12	<b>Aufwertung der Stadtein- gänge</b>	Attraktivere Gestaltung der Hauptzufahrtsstraßen der Stadt Waldkirch. Denkbare Gestaltungs- elemente: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ einheitliche Stelen mit kontinuierlicher Bewerbung von Events/Aktionen</li> <li>▪ straßenbegleitende Tafeln mit positiven, identitätsbasierten „Werbe-Botschaften“ (siehe Beispiel Mögglingen)</li> <li>▪ Bepflanzung</li> </ul> <b>Umsetzung auch in Verbindung mit Besucherlenkung (T1)</b>						Mittelfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ ggf. Vereine/ Werbe- gemein- schaft</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus  
Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030



# Stadtmarketing:

Nr.	Maßnahme	Beschreibung						Umsetzungs- zeitraum	Priorität (1 = sehr hoch, 2 = hoch)	Verant- wortlichkeit
			einfacher	positiver	erlebbarer	vernetzter	zielgruppen- spezifischer			
S13	<b>Willkommens- Handshake</b>	Jeder Neubürger in Waldkirch (inkl. Stadtteile) wird von einem Vertreter der Stadtverwaltung persönlich begrüßt und willkommen geheißen. Bei dieser Gelegenheit wird die Neubürgerbroschüre und ggf. ein „City-Gutschein“ o.Ä. überreicht. → Erfolgt bereits im Rahmen des Neubürgerempfangs						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>
S14	<b>Wochenmarkt als Werbe- plattform</b>	Wochenmarkt als nachweislich stark frequentierte Institution aktiv nutzen zur Bewerbung anderer Themen / Akteure / Veranstaltungen in Waldkirch (interaktive Infostände o.Ä.)						Kurzfristig	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> <li>▪ ggf. Vereine/ Werbe- gemein- schaft</li> </ul>
S15	<b>Stadtplan „Waldkirch auf einen Blick“</b>	Waldkirch kompakt auf wenigen Seiten mit den Highlights (TOP 10) darstellen; Stadtplan mit Nummerierung der Attraktionen und Erläuterung/Fotos auf der Rückseite; ggf. Verbindung mit „Gästeführer“ (T5)								<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadt</li> </ul>

Gelb = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der imakomm Akademie

● = Wichtigste Maßnahmen aus Sicht der Projektgruppe (13.07.16)  
Grüne Schrift = Ergänzungen der Projektgruppe (13.07.16)

Umsetzungszeitraum:  
Kurzfristig: bis Ende 2018

Mittelfristig: bis Ende 2023  
Langfristig: bis Ende 2030