Fortschreibung Stadtleitbild „Ellwangen 2020 – stark für die Region“
Band 1: Analyse und Strategie

imakomm AKADEMIE GmbH
Ulmer Str. 130
73431 Aalen
www.imakomm-akademie.de

Projektleitung:
Dr. Peter Markert
Dipl.-Geographin Mareike Merx
Dipl.-Geograph Florian Groß

Aalen/Ellwangen, im Dezember 2014

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

„Der beste Weg,
die Zukunft vorauszusagen, ist,
sie zu gestalten.“

Willy Brandt (1913-92),
dt. Politiker (SPD), 1969-74 Bundeskanzler, 1971 Friedensnobelpreis

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Vorwort

Die Stadt Ellwangen hat im Juli 2013 die imakomm AKADEMIE GmbH, Aalen, mit der Erarbeitung der **Fortschreibung des Stadtleitbildes für die Stadt Ellwangen** beauftragt. Projekttitel: **„Ellwangen 2020 – stark für die Region“**.

Ziel der Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen ist es, künftige Entwicklungsschwerpunkte für die nächsten Jahre der Kommunalentwicklung in Ellwangen zu definieren. Der Ansatz ist bewusst strategisch sowie umsetzungsorientiert und soll als Konkretisierung und Umsetzungshilfe dienen. Gleichwohl sollen Aussagen sowohl zur Gesamtstadt als auch Entwicklungsperspektiven für die Ortschaften und die Ellwanger Kernstadt enthalten sein und quasi ein „Dach“ für bestehende Initiativen und Konzepte (u. a. Konversionsprozess) darstellen. Der Prozess ist zielorientiert, d.h. zur Erarbeitung hat ein Wechsel zwischen der Erarbeitung von Schwerpunkten und der Einbindung von Bürgerschaft, Leitbildkommission und Gemeinderat stattgefunden.

Wichtig: Welche weiteren, neben den ausgewählten, Maßnahmen künftig stärker verfolgt werden, d.h. zum Teil zu den bisherigen Maßnahmen von Stadtverwaltung, Vereinen usw. hinzukommen, wird im Rahmen des weiteren Prozesses entschieden. Daher sind die Ergebnisse der gesamten Fortschreibung in zwei Bänden dokumentiert. In „Band 2“ befindet sich eine Übersicht zu weiteren wichtigen / möglichen Maßnahmen, die selbstverständlich im weiteren Prozess noch weiter ergänzt werden können.

Grundlage der Fortschreibung des Stadtleitbildes ist die Durchführung einer Bestandsaufnahme (Standortanalyse) sowie einer umfassenden Imageanalyse durch die Beteiligung der Bürgerschaft für die Stadt Ellwangen. Die Ergebnisse der Analyse sollen als Grundlage für eine ganzheitliche Stadtentwicklung dienen. Bewusst werden in der vorliegenden Analyse aus Gründen der Lesbarkeit hauptsächlich die zentralen Aussagen und Ergebnisse der umfangreichen Befragungen dargestellt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Die Ergebnisse aus der Fortschreibung sind wie folgt dokumentiert:

- Mit dieser Dokumentation (**Band 1**) liegen die komprimierten Analyseergebnisse, die Strategie sowie die jeweils bedeutendsten Maßnahmen (= Maßnahmen, die von der Bürgerschaft und der Leitbildkommission mit der höchsten Priorität versehen wurden) vor.
- In einer separaten Dokumentation **(Band 2**) findet sich eine Auswahl der von den unterschiedlichen Akteuren und der imakomm AKADEMIE erarbeiteten weiteren wichtigen / möglichen Maßnahmen, die als Ideenpool zur weiteren Umsetzung zu verstehen sind.

Wichtig: Die erarbeitete Strategie sollte künftiger Leitfaden der Stadtentwicklung sein. Daher sollte Band 1 als informelles städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 (6) Nr. 11 BauGB vom Gemeinderat beschlossen werden. NICHT Bestandteil dieses Beschlusses können und sollen die Maßnahmen / der Ideenpool sein. Denn: Diese können im Laufe der Zeit teilweise umgesetzt, teilweise verworfen, teilweise verändert werden. Zudem sind einzelne Maßnahmen auch mit Investitionen verbunden, die in ihrer Gänze zum aktuellen Zeitpunkt gar nicht abgeschätzt werden können und/oder erst in mehreren Jahren umgesetzt werden sollen, eine genaue Übersicht über die finanziellen Möglichkeiten zu deren Umsetzung besteht aktuell nicht.

Eine Vervielfältigung und Weitergabe des vorliegenden Konzeptes an Dritte bedarf der ausdrücklichen Zustimmung des Auftraggebers und der imakomm AKADEMIE. Die imakomm AKADEMIE wird alle in diesem Projekt zugeleiteten Informationen und Daten absolut vertraulich behandeln.

Wir bedanken uns an dieser Stelle ausdrücklich für die gute und zielgerichtete Zusammenarbeit bei allen Beteiligten, stellvertretend namentlich insbesondere auch bei den stadtseitigen Projektleitern Frau Silvia Tuscher und Frau Susanne Hafner.

Dr. Peter Markert / Dipl. Geographin Mareike Merx / Dipl. Geograph Florian Groß
Aalen, im Dezember 2014

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Inhaltsverzeichnis

1 Zusammenfassung: Stadtleitbild Ellwangen 2020 8

1.1 Der Grundansatz von Ellwangen 8
1.2 Strategie konkret: Die Ziele mit Leitsätzen 9
1.2.1 Die Begrifflichkeiten 9
1.2.2 Die Handlungsschwerpunkte mit Leitsätzen, Schlagzeilen und Zielen 10

2 Die Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen 19

2.1 Warum ein Stadtleitbild Ellwangen? 19
2.2 Möglichkeiten und Grenzen der Fortschreibung 21
2.2.1 Möglichkeiten 21
2.2.2 Grenzen 21
2.3 Der „Ellwanger Weg“: Ziele und Ansatz des Projektes 22
2.4 Der Projektablauf 24
2.5 Methodik 26
2.5.1 Der Methodenmix 26
2.5.2 Erste Effekte der Methodik 29

3 Die Ausgangssituation 31

3.1 Zahlreiche Initiativen mit Zukunftsaufgaben schon vorhanden 31
3.2 Die Potenziale Ellwangens – komprimierte Übersicht über ausgewählte Analyseergebnisse 32
3.2.1 Ellwangen aus statistischer Sicht 32
3.2.2 Ellwangen aus Sicht seiner Bürgerinnen und Bürger (Bürgerbefragung Teil 1) 34
3.2.3 Abfrage und Priorisierung von Maßnahmen (Bürgerbefragung Teil 2) 40
3.2.4 Ellwangen aus Sicht lokaler / regionaler Experten 42
3.2.5 Fokus Innenstadt Ellwangen: Städtebaulicher Kurz-Check 44
3.2.6 Fokus Ortschaften: Städtebaulicher Kurz-Check 50
3.3 SWOT-Analyse Standort Ellwangen 55
3.4 Fazit: Analyse & Konsequenzen für die künftige Stadtentwicklung Ellwangens 59

4 Die Strategie 63

4.1 Vorbemerkung: Wie die Strategie aufgebaut ist (Elemente) 63
4.2 Der Grundansatz von Ellwangen 66
4.3 Kernbotschaft / Handlungsschwerpunkte und Ziele 67
4.3.1 Die Kernbotschaft 67
4.3.2 Die Handlungsschwerpunkte 68
4.3.3 Strategie konkret: Die Leitsätze mit den Schlagzeilen und den Zielen 70

5 Umsetzung 83

5.1 Übersicht über denkbare Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie 83
5.1.1 Vorbemerkung 83
5.1.2 Übersicht der Maßnahmen mit der höchsten Priorität 84
5.2 Die Umsetzungsstruktur 91

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5.2.1 Zentrale Akteure / Elemente der Umsetzung 91
5.2.2 Akteursgruppe 1: Arbeitsgruppen 93
5.2.3 Akteursgruppe 2: Lenkungskreis 94
5.2.4 Akteursgruppe 3: Gemeinderat 95
5.2.5 Akteursgruppe 4: Hauptamt 95
5.2.6 Wichtige Ansätze bei der Umsetzung: Motivation, Kommunikation und Transparenz 96
5.3 Exkurs: Bürgerschaftliches Engagement 97
5.4 Ausblick 98

6 Anhang 99

6.1 Details zu den Befragungen 99
6.2 Anmerkungen zur Empirie und zu Begrifflichkeiten 102
6.3 Analyse der „Lebensbereiche“ Ellwangen 103

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Zusammenfassung: Die Strategie

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

1 Zusammenfassung: Stadtleitbild Ellwangen 2020

1.1 Der Grundansatz von Ellwangen

(1) Die acht zentralen Handlungsschwerpunkte:

In der letzten Fortschreibung des Stadtleitbildes aus dem Jahr 2006 wurden 13 Schwerpunkte sowie die Ortschaften für die Entwicklung Ellwangens herausgearbeitet. Bewusst war in der jetzigen, zweiten Fortschreibung jedoch der Ansatz ein anderer, es sollte eine stärkere Konzentration auf die für die kommenden Jahre wichtigsten Schwerpunkte vorgenommen werden. Ellwangen weist zahlreiche Potenziale, aber auch Herausforderungen auf. Es zeigen sich letztlich insgesamt acht ganz zentrale Herausforderungen, überführt in Handlungsschwerpunkte:

A: „Junge Kraft in unsere Stadt“
B: „Soziales“
C: „Wirtschaftsstandort“
D: „Nachhaltiges Leben“
E: „Kultur“
F: „Innenstadtentwicklung“
G: „Konversion“
H: „Ortschaften“ (mit den vier Ortsteilen)

Diese acht Herausforderungen prägen in ganz erheblichem Maße die gesamte Stadt und deren Entwicklung. Somit sind diese acht Herausforderungen als **Handlungsschwerpunkte** für Ellwangen definiert. Dabei ist zu beachten, dass sie selbstverständlich nicht überschneidungsfrei sind. Eine weitere Besonderheit in Ellwangen: Parallel zur Fortschreibung des Stadtleitbildes wird das Konversionsentwicklungskonzept für den Konversionsraum Ellwangen / Rainau erstellt. Damit ist dieser Schwerpunkt für die Strategie, ebenso wie das Thema „Ortschaften“, bereits vorgegeben.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

(2) Controlling: Zwischenbilanzen und ggf. Korrektur der Strategie:

Folgt man den Ergebnissen aus Punkt (1), dann folgt daraus: Zunächst sollten zeitliche, personelle und auch finanzielle Ressourcen auf die acht genannten Herausforderungen konzentriert werden. Dies bedeutet nicht, dass andere Themen nicht mehr bearbeitet werden sollen. Bei Ressourcenknappheit sind aber (parallel zu kommunalen Pflichtaufgaben) Maßnahmen zu diesen acht Handlungsschwerpunkten zu favorisieren.

Wichtig dabei ist jedoch: Regelmäßiges Controlling, d.h. eine Überprüfung, ob dies auch weiterhin die acht wichtigsten Themen sind! Denn: Eine starre Festlegung auf diese acht Schwerpunkte auf die nächsten ca. zehn Jahre lässt keine Berücksichtigung unvorhergesehener Ereignisse zu. Dementsprechend ist eine regelmäßige bspw. jährliche Überprüfung im Gemeinderat zu empfehlen.

1.2 Strategie konkret: Die Ziele mit Leitsätzen

1.2.1 Die Begrifflichkeiten

Verdichtet man die Handlungsschwerpunkte (s.o.), ergibt sich eine **Kernbotschaft**. Diese ist kein Slogan und auch keine Marke für Ellwangen. Es handelt sich aber um die auf wenige Wörter zusammengefasste Botschaft, die über allen Handlungsschwerpunkten steht:

„Ellwangen 2020 – stark für die Region“

Aus der Analyse, den von der Bürgerschaft als Ideen eingebrachten Maßnahmen und aus der Arbeit der Leitbildkommission lassen sich acht **Handlungsschwerpunkte** für künftige Bemühungen in der Stadtentwicklung in den nächsten Jahren ableiten. Zu den Handlungsschwerpunkten wurden jeweils ein **Leitsatz,** eine dazugehörige **„Schlagzeile“** (= bewusst sehr knappe, pointiert formulierte Zusammenfassung der Leitsätze) sowie **Ziele** formuliert,

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

die die zukünftige erwünschte Entwicklung in den Handlungsschwerpunkten näher beschreiben. Damit die Ziele erreicht werden können, wurden den jeweiligen Leitsätzen mehrere **Maßnahmen** zugeordnet und zum Teil bereits konkrete Hinweise zur Umsetzung gegeben. In diesem Band 1 wurde in der Leitbildkommission je Handlungsschwerpunkt nur eine Auswahl von Maßnahmen mit der höchsten Priorität definiert. Die übrigen Maßnahmen sind in Band 2 dargestellt.

Der Aufbau sieht dementsprechend wie folgt aus:

Kernbotschaft, umfasst
Handlungsschwerpunkte, die konkretisiert werden mit
Leitsätzen, welche messbare
Ziele enthalten und durch
Maßnahmen umsetzbar werden.

Besonderheit bei dem Handlungsschwerpunkt „Ortschaften“: Hier wurde eine weitere „Ebene“ eingefügt. Zum einen gibt es Maßnahmen, die ohnehin die gesamte Stadt mit all ihren Ortschaften betreffen, zum Teil Maßnahmen, die übergeordnet auf alle Ortschaften zutreffen, aber auch welche, die ganz individuell eine einzelne Ortschaft betreffen.

1.2.2 Die Handlungsschwerpunkte mit Leitsätzen, Schlagzeilen und Zielen

Handlungsschwerpunkt A: „Junge Kraft in unsere Stadt“

Leitsatz: Attraktive Angebote im Bereich der "Bildung" sollen geschaffen und kommuniziert werden. Damit können wir einer Fachkräftelücke vorgreifen und jungen Menschen noch mehr in Ellwangen bieten. Des Weiteren müssen auch die Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit junge Menschen und Familien gerne (zurück) nach Ellwangen kommen und bleiben.

Schlagzeilen: „Moderne Stadt mit Zukunft“; „Ellwangen bildet“

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ziele:

(1) Es wird ein "Einwohnermarketing" aufgebaut, das sich gezielt sowohl an potenzielle "Rückkehrer" als auch grundsätzlich an neue Bürger wendet. Dabei ist es wichtig, dass die Modernität der Stadt nach außen besser kommuniziert wird.

(2) Aus- und Weiterbildungsangebote müssen vernetzt und erweitert werden. Diese verschiedenen Angebote müssen über entsprechende Informationskanäle kommuniziert und beworben werden.

(3) Die interkommunale Zusammenarbeit muss geprüft und forciert werden.

(4) Die Attraktivität Ellwangens für junge Menschen muss weiterentwickelt werden.

Handlungsschwerpunkt B: Soziales

Leitsatz: Bereits heute schon sind die Stadt Ellwangen, ihre Bürgerschaft und sozialen Institutionen in vielen sozialen Belangen aktiv und legen Wert auf entsprechende Angebote und nachhaltige Projekte im sozialen Bereich. Hinzu kommt, dass viele hervorragende soziale Einrichtungen und Ausbildungsstätten einen Sitz in Ellwangen haben. Diese Stärke gilt es, noch weiter auszubauen und die Aktivitäten miteinander zu vernetzen. Das Miteinander in allen Lebenslagen soll weiter gefördert werden. Hierfür ist die Einbeziehung des Ehrenamts wichtig. Für Senioren, die junge Generation, Menschen mit Handicap, Migranten und Familien muss noch mehr getan werden. Dazu gehört auch, die Rahmenbedingungen zu schaffen, um den Heimatgedanken und die Verbundenheit mit der Stadt zu stärken ("sich wohlfühlen" und "ankommen"). Eine Handlungsanregung dafür soll auch das der Stadt Ellwangen als bisher einzige Stadt in Baden-Württemberg verliehene Prädikat „Du bist willkommen! Stadt ohne Rassismus – Ellwangen mit Courage“ mit den damit verbundenen Realisierungsauflagen für die Zukunft sein.

Schlagzeile: „Gemeinsam – Sozial – Nachhaltig“

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ziele:

(1) Das Ehrenamt soll gestärkt werden: Dies soll zum einen über eine "Mitmach-Kultur" und direkte Einbindung in die Umsetzung von Projekten erfolgen. Zum anderen müssen die Beteiligungsmöglichkeiten deutlich besser kommuniziert werden.

(2) Die Integration von Migranten und Neubürgern sowie die Inklusion sind selbstverständlich.

(3) Ellwangen wird als "familienfreundliche Stadt“ auch durch generationenübergreifende Projekte weiter ausgebaut.

Handlungsschwerpunkt C: Wirtschaftsstandort

Leitsatz: Der Wirtschaftsstandort verfügt über Spitzenunternehmen, neue Betriebe finden hier beste Voraussetzungen. Auf die Qualifizierung und Akquise von Fachkräften muss ein Schwerpunkt gelegt werden. Die Lebensqualität im Mittelzentrum Ellwangen ist hoch und das Angebot an Schulen, kulturellen Veranstaltungen, Natur und Landschaft, Einkaufen sowie die Altstadt sind äußerst attraktiv. Diese Stärken des Lebens- und Arbeitsortes müssen noch besser kommuniziert werden.

Schlagzeile: „Ellwangen: Suche Fachkraft – Biete Lebensqualität!“

Ziele:

(1) Der Ausbau der Vermarktung und die Imagepflege des Wirtschaftsstandortes sollen dazu führen, attraktiv für die Ansiedlung von Unternehmen und Arbeitnehmer zu sein. Auch für die Bestandsunternehmen werden die infrastrukturellen Rahmenbedingungen stetig verbessert.

(2) Anreizsysteme für die Attraktivierung Ellwangens als Fachkräftestandort, d.h. als Zukunftsstandort mit innovativen Konzepten für die Akquise und Bindung von Fachkräften gerade auch von Frauen, werden aufgebaut. Maßnahmen dazu werden kurzfristig angegangen und ausgebaut

(3) Informationen und Angebote der überregionalen Netzwerke und Projekte sollen genutzt und auf die kommunale Ebene transportiert werden.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt D: Nachhaltiges Leben

Leitsatz: "Nachhaltigkeit" soll in Ellwangen zukünftig verstärkt "gelebt“ und das Bewusstsein hierfür gefördert werden.

Ziele:

(1) Die Bürgerschaft soll sich mit dem Thema der Nachhaltigkeit identifizieren und dieses auch im "Alltag" wiederfinden. So kann der Standort Ellwangen auch letztlich als "Nachhaltige Stadt" vermarktet werden.
(2) Regionale Kreisläufe und damit auch der Netzwerkgedanke werden angeregt und gestärkt.
(3) Eine umweltschonende Energiegewinnung soll aufgebaut und in erster Linie dafür genutzt werden, den eigenen Bedarf in Ellwangen zu decken.
(4) Energieeinsparung hat bei allen Entscheidungen große Bedeutung.

Handlungsschwerpunkt E: Kultur

Leitsatz: Ellwangen ist "Kultur-Stadt". Die Kultur als "weicher Standortfaktor" ist von entscheidender Bedeutung. Die traditionellen Veranstaltungen sollten lebendig gestaltet werden. Darüber hinaus sind der Mut und die Offenheit gegenüber neuen kulturellen Strömungen zu fördern.

Schlagzeile: „Kultur – Erbe und Zukunft“

Ziele:

(1) Wir wollen das kulturelle Erbe weiterführen und weiterentwickeln und offen für neuere kulturelle Entwicklungen sein.
(2) Kultur muss gemeinsam in der Region interkulturell gestaltet und entwickelt werden.
(3) Wir wollen Räume für Kultur öffnen. Dies beinhaltet, entsprechende Infrastruktur zu schaffen.
(4) Das kulturelle Angebot wird bereits gut kommuniziert. Dennoch sind moderne Kommunikationsformen zielgruppengerecht einzubeziehen (Social Media).

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt F: Innenstadtentwicklung

Leitsatz: Die Innenstadt Ellwangens ist kompakt und attraktiv und die Bedeutung einer attraktiven Innenstadt ist sowohl für die eigenen Einwohner als auch für die Besucher sehr groß. Somit sind die Stärken der Innenstadt weiter auszubauen. Gerade die Innenstädte von Klein- und Mittelstädten mit ihren innerstädtischen Betrieben stehen in der Vergangenheit und heute vielen Herausforderungen gegenüber, bspw. dem Verlust der Bedeutung als vorrangiger Einzelhandelsstandort und der damit in Verbindung stehenden sinkenden Frequentierung. Diese Herausforderungen gilt es, aktiv aufzugreifen und damit auch für die Zukunft eine attraktive Innenstadt, u.a. auch als Kommunikations- und Aufenthaltsort für alle, vorzuhalten.

Noch "stärker" werden heißt:

- **Noch mehr Qualität in die Innenstadt-Gestaltung bringen: Frequentierte Plätze/Lagen miteinander attraktiv verbinden (bspw. mit optischen Elementen wie Begrünung, Skulpturen etc.) und klare Funktionen zuweisen. Dabei ist der Erhalt der historischen Bausubstanz unabdingbar.**
- **Um die Angebotsvielfalt in der Innenstadt zu bewahren und ggf. noch auszubauen, soll weiterhin die Besetzung potenzieller Leerstände mit neuen Anbietern unterstützt werden. Dazu gehört auch, an strategischen Standorten intensiv die Entwicklung zeitgemäßer Flächen, welche die aktuellen Ansprüche erfüllen, voranzutreiben. Dabei sind Angebote über den Einzelhandel hinaus wichtig für die nachhaltige Entwicklung des Standortes Innenstadt.**
- **Die Erreichbarkeit der Innenstadt für die Einwohner der Ortschaften muss gewährleistet sein. Nur so ist es möglich, das Angebot (Bildung, Ärzte, Einzelhandel, sonstige Dienstleistungen) für alle Einwohner Ellwangens "nutzbar" zu machen – gerade auch vor dem Hintergrund der Infrastrukturentwicklung in den Ortschaften.**
- **Tourismusförderung als zentrale Aufgabe der Innenstadtentwicklung.**

Schlagzeile: „Zukunftsfragen in der Innenstadt mit aktiver Politik beantworten."

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ziele:

(1) **Mehr "mit" der Innenstadt:** (Investitions- /Ansiedlungs-)Entscheidungen sind immer hinsichtlich möglicher "Kopplungen" mit der Innenstadt zu prüfen.

(2) **Mehr "in" der Innenstadt:** Image und Angebot der Innenstadt werden verbessert. Dazu gehört auch, weitere Angebote (fernab von Handel) zu schaffen, beispielsweise Ausgehkultur, Kinderspielplätze etc.

(3) **Noch mehr Qualität in der Innenstadt:** Das betrifft einerseits eine einheitliche Gestaltung der Innenstadt. Das betrifft aber auch die Gestaltung und Schaffung von städtebaulichen "Verbindungen". Dies zielt vor allem auf eine Integration des Marktplatzes in die zentrale Einkaufslage ab.
Darüber hinaus soll sich "Qualität" auch sowohl in den innerstädtischen Betrieben (Gestaltung und Service in den Geschäften, der Immobilien) als auch im Branchenmix wiederfinden.

(4) **Innenstadt "einbetten":** Die Innenstadt mit ihrem Angebot soll für alle Bürger Ellwangens gut erreichbar sein.

(5) **Unser Marktplatz braucht Belebung**. Dazu sollen weitere gastronomische Angebote in und um den Marktplatz etabliert werden.

Handlungsschwerpunkt G: Konversion

Leitsatz: Die Entwicklung der Konversionsflächen hat sowohl für die Stadt Ellwangen als auch für die Raumschaft hohe Bedeutung. Im Rahmen des Konversionsentwicklungskonzeptes sollen die Potenziale, die sich durch die freiwerdenden Flächen ergeben, aufgegriffen und Synergien, die beispielsweise durch das Bundessprachenzentrum gegeben sind, gezielt genutzt werden. Um die Stadt entsprechend auf diesen Flächen zu "erweitern", gilt es einen passenden Nutzungsmix zu entwickeln, u.a. *„Leben und Lernen im städtischen Flair".*

Der Handlungsschwerpunkt Konversion wird im Zuge des Konversionsentwicklungskonzeptes (KEK) inhaltlich weiter ausgestaltet, daher sind lediglich Ziele definiert. Ein Teil der Konversionsfläche wird bereits für die Landeserstaufnahmestelle für Flüchtlinge (LEA) genutzt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ziele:

Ein Flächenkonzept soll im Rahmen des Konversionsentwicklungskonzeptes bis 2015 vorliegen. Die Konversionsflächen sollen für komplementäre Nutzungen, die für die zukünftige Entwicklung Ellwangens von Bedeutung sind, nutzbar gemacht werden. Folgende Projektansätze ergeben sich aus den Schwerpunkten im „Konversionsentwicklungskonzept Ellwangen/Rainau“ für Ellwangen:

- Bildung: Europäische Ausbildungs- und Transferakademie (EATA) für junge Erwachsene (RegioWin-Projekt)
- Gewerbe: Dienstleistungs- und Innovationszentrum
- Tourismus/Sport/Freizeit: Nachnutzung und Ausbau Sportplätze zum Nebenzentrum Sport; Räumlichkeiten für Kultur/Jugend; ggf. Sportlerhotel/-herberge
- Regenerative Energien und Innovationen: Entwicklung nachhaltige Modellsiedlung
- Mobilität: Gestalterische und funktionale Neuordnung des Stadteingangs im Bereich der Reinhardt-Kaserne
- Wohnen: Innenstadtnahe Wohnangebote; Wohnraum für Berufsschüler / Studenten
- Infrastruktur, Daseinsvorsorge, Bildung: Bildungscampus Ellwangen

Handlungsschwerpunkt H: Ortschaften (mit den vier Ortsteilen)

Leitsatz: Ellwangen besteht aus vier Ortschaften und der Kernstadt. Die Ortschaften Ellwangens sind attraktive Wohn- und auch Gewerbestandorte. Sie haben eine eigene Historie und Identität, die es bei der Weiterentwicklung Ellwangens zu beachten gilt. Individualität und eigene Entwicklungsstrategien müssen gefördert, dabei aber auch ein "gemeinsames Dach" und verbindende Elemente geschaffen werden.

Ziele (übergeordnet für alle Ortschaften geltend):

(1) Es werden mittelfristig gestalterische Elemente in allen Ortschaften umgesetzt, die für Einwohner und Gäste klar signalisieren: "Wir sind Ortschaft X, aber auch Teil der attraktiven Stadt Ellwangen." Geeignet wären entsprechende Maßnahmen an den Ortseingängen.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

(2) Der Erhalt und Ausbau verschiedener Infrastruktur und der Grundversorgung in den Ortschaften muss regelmäßig geprüft und unterstützt werden.

(3) In den Ortschaften ist ein Dorfplatz als Bürgertreffpunkt zur Förderung des kulturellen Lebens zu entwickeln.

(4) Attraktivierung der Ortsdurchfahrt durch Begrünungen und bauliche Gestaltungen auch durch Eigeninitiative der Bevölkerung unterstützen.

(5) Förderung der Mobilität (Fuß-/Radwege, ÖPNV, Stadtbus/alternative Initiativen).

(6) Das Wohnen in den Ortschaften muss für alle Altersgruppen attraktiv sein.

Für die Ortschaften Pfahlheim, Rindelbach, Röhlingen und Schrezheim sind im Einzelnen Maßnahmen zu diesen Zielen verfasst.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Die Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

2 Die Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen

2.1 Warum ein Stadtleitbild Ellwangen?

Bereits heute zeichnen sich Entwicklungen und Trends ab, die in Zukunft für alle Städte und Gemeinden von zentraler Bedeutung sein werden. Die demografische Entwicklung in Deutschland mit einer grundsätzlich rückläufigen Einwohnerzahl und den Veränderungen in der Altersstruktur ist nur eine der Herausforderungen unter vielen. Kommunen müssen diese Trends aufgreifen, um beispielsweise bedarfsgerechten Wohnraum auch in Zukunft bereitstellen zu können oder dem sich abzeichnenden Fachkräftemangel bei ortsansässigen Unternehmen entgegenzuwirken.

Nur wenn eine Stadt diese Trends aktiv aufgreift, wird sie ein zukunftsfähiger Wirtschafts-, Erlebnis- und Lebensraum sein. Die Fortschreibung des Stadtteilbildes soll für die künftigen Potenziale und Herausforderungen für die Stadt Ellwangen die „Leitplanken“ liefern und vorgeben, welche Trends besonders zu beachten sind und welche Themen angesichts von personell und finanziell begrenzten Ressourcen in Verwaltung, Politik und Ehrenamt besondere Schwerpunkte bilden sollen. Die besonderen Anforderungen in Ellwangen: Die „Leitplanken“ sollen gesamtstädtisch, konkretisiert und im Speziellen auch für die Ortsteile gelten. Zudem sollen auch die Ergebnisse aus dem parallel laufenden Konversions-Entwicklungs-Konzept beachtet werden.

Zum einen ergeben sich Potenziale und Herausforderungen für die Kommunen in Deutschland aus vergleichbaren, allgemeinen Trends heraus. Es bestehen demnach **grundlegende Herausforderungen und Potenziale** in jeder Kommune. Allein schon eine komprimierte Auswertung von Studien und Statistiken zeigt bei einer Auswahl von Themen aber auch klare Herausforderungen speziell für Ellwangen. Beispiele:

- **Ellwangen befindet sich in einer Region mit unterdurchschnittlicher Bevölkerungsentwicklung und darüber hinaus hat Ellwangen gemäß IREUS-Studie praktisch kaum Entwicklungspotenziale für die Zukunft** – mit allen Konsequenzen für die Stadt. Beispiele: Die Region ist ein Raum mit negativer Bevölkerungsent-

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

wicklung und eher unterdurchschnittlicher Kaufkraft. Aber: Zeitgleich handelt es sich um eine **Raumschaft mit viel Erfindergeist, oftmals mittelständischen Weltmarktführern und dabei einer quasi Vollbeschäftigung**. Dadurch gilt: Die Perspektiven der Kommunalentwicklung sind keinesfalls „chancenlos" – allerdings muss sich Ellwangen dem starken Wettbewerb mit Maßnahmen wie der bereits erfolgten Demografie-Tagung, Ergebnissen des Leitbild-Prozesses und des Konversionsentwicklungskonzeptes stellen.

- **Ellwangen hat viele Stärken – kann diese aber noch besser nutzen:** Die Analyse und allem voran die Bürgerbefragung zeigen: Die Stadt Ellwangen steht für Geschichte und viele historische Bauwerke und ist eine „Bildungsstadt". Die Innenstadt ist attraktiv. Gerade an diesen Stärken muss weiter gearbeitet werden: Die Attraktivität der Innenstadt ist eine Daueraufgabe, die Marktplatzumgestaltung ist ein wichtiger Schritt dabei. Zukünftig müssen sich verstärkt die Aufenthaltsqualität und Besuchsgründe (auch abseits von Einzelhandel) weiter entwickeln. In Verbindung mit dem Konversionsprozess kann dem Thema „Bildung" für Ellwangen noch mehr Bedeutung beigemessen werden, wenn es beispielsweise um die Nutzung der frei werdenden Flächenpotenziale auf dem Kasernen-Areal geht.

- **Fachkräfte und Bildung:** Der Trend zu weiter steigenden Anforderungen an die berufliche Qualifikation gilt auch für den Wirtschaftsstandort Ellwangen. Mehr Fachkräftegewinnung, nach wie vor intensive Bemühungen zum Ausbau der Bildungsangebote usw. sind somit Grundaufgaben – auch in Zukunft.

In Ellwangen bestehen aber neben diesen aufgezeigten Trends weitere Herausforderungen und Potenziale. Auf welche sich die Stadtentwicklung dabei jeweils konzentrieren sollte, soll die Fortschreibung des Stadtleitbildes dem Grunde nach und mit Beispielen für entsprechende Maßnahmen hierfür definieren. Es kann allerdings nicht sämtliche Themen und v.a. auch nicht detailliert lösen. Es muss im Folgenden also geklärt werden, welche Möglichkeiten und Grenzen das Konzept hat.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

2.2 Möglichkeiten und Grenzen der Fortschreibung

2.2.1 Möglichkeiten

Die Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen liefert die künftigen Entwicklungsschwerpunkte der Kommunalentwicklung in der Gesamtstadt Ellwangen. Diese sind belastbar, da sie sowohl mit der Bürgerschaft als auch dem Gemeinderat und der Stadtverwaltung sowie der Leitbildkommission abgestimmt sind. Damit wird das Konzept der Fortschreibung für die Bürgerinnen und Bürger und die Kommunalpolitik eine Orientierungshilfe für viele inhaltliche Entscheidungen, insbesondere auch bei finanziellen Fragen. Die Fortschreibung des Stadtleitbildes verfolgt damit einen strategischen Ansatz. Sie ist aber vor allem auch umsetzungsorientiert, denn sie liefert konkrete Maßnahmen. Wichtig: Die Fortschreibung liefert auch konkrete Aussagen darüber, wie eine Umsetzung der Ergebnisse in Zukunft konkret aussehen kann, um den Prozess nachhaltig weiter zu verfolgen.

2.2.2 Grenzen

Die Fortschreibung hat allerdings auch klare Grenzen:

- Sie **löst bei weitem nicht alle kommunalen Problemstellungen**. Sie kann und darf auch nicht Ersatz für detaillierte Konzepte sein.

- **Es gibt nicht das „fertige Stadtleitbild“**. Vielmehr handelt es sich um einen **Prozess**, in dem ggf. bereits erarbeitete Maßnahmen – beispielsweise aufgrund geänderter Rahmenbedingungen – verworfen, abgeändert oder zurückstellt werden und gleichzeitig gänzlich neue Maßnahmen zur Umsetzung gebracht werden.

- **Das Stadtleitbild ist nichts wert, wenn es nicht auch gelebt wird.** Die Umsetzung hängt also ganz entscheidend von der Motivation aller Bürgerinnen und Bürger, der

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Stadtverwaltung und der Kommunalpolitik ab. Es bedarf also des Mutes, die einen Maßnahmen umzusetzen und andere – weil sie nicht der Strategie der Fortschreibung entsprechen – hinten anzustellen.

- Wichtig: **Es werden für Ellwangen die zentralen zukünftigen Handlungsschwerpunkte festgesetzt. Dies bedeutet aber nicht, dass nicht auch andere Themen künftig bearbeitet werden können, ja sogar müssen.** Hier gilt es, insbesondere in der Kommunalpolitik einen Weg des offenen Diskurses zu finden.

- Die Anregungen und Vorschläge zu Maßnahmen im Band 2 sind als eine Art „Ideenpool“ zu verstehen. Diese sollen nicht einfach abgearbeitet werden, sondern auch diese befinden sich in einem ständigen Prozess: Sie gelingen, gelingen nicht, werden vor der Umsetzung schon verworfen, es entstehen neue Ideen usw. Die Maßnahmen sind den Zielen bzw. zentralen Handlungsschwerpunkten zugeordnet. Um diese Ziele zu erreichen, können diese Maßnahmen umgesetzt werden. **Entscheidend sind jedoch nicht die im Band 2 dokumentierten Einzelmaßnahmen. Entscheidend ist, dass Maßnahmen – gleich, ob es sich um diese oder andere Maßnahmen handelt – umgesetzt werden, die in der Lage sind, die Ziele der zentralen künftigen Handlungsschwerpunkte auch tatsächlich zu erfüllen.**

2.3 Der „Ellwanger Weg“: Ziele und Ansatz des Projektes

Der allgemeine Ansatz eines Stadtleitbildes oder Fortschreibung des Stadtleitbildes ist in den Städten grundsätzlich vergleichbar: Daten werden analysiert und bewertet, Bürgerinnen und Bürger werden beteiligt an der Erarbeitung einer Konzeption, aus der dann Maßnahmen abgeleitet werden. Die Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen basiert angesichts individueller Ausgangsbedingungen jedoch auf einem spezifischen Ansatz. Dies betrifft sowohl die Ziele/Inhalte als auch die Vorgehensweise bei der Erarbeitung der Fortschreibung.

Der Ansatz der Fortschreibung des Stadtleitbildes in Ellwangen deckt sich mit diesem Grundansatz. Er weist aber einzelne Besonderheiten auf und wird damit quasi zum **„Ellwanger Weg“** im Prozess:

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Weitere Besonderheiten des Ellwanger Ansatzes:

- **„Dach gesucht“**: Für die Fortschreibung des bestehenden Leitbildes aus dem Jahr 2006 muss beachtet werden, dass diese weiterhin als „Dach“ für die gesamte Stadt Ellwangen mit ihren Teilorten gemeinsam gilt. Verschiedene spezifische Themen, wie allem voran die Konversionsentwicklung (Reinhardt-Kaserne) und selbstverständlich auch bestehende Aktivitäten (beispielsweise Energieforum Ellwangen, Bürgerstiftung) und Gutachten (beispielsweise Einzelhandelskonzept) stehen in Ellwangen an bzw. liegen vor. Vor diesem Hintergrund wird klar: Die Fortschreibung muss diese erfolgreichen Initiativen, Prozesse und Projekte in einer Gesamtstrategie für die Stadtentwicklung berücksichtigen, bündeln und ergänzen.

- **„Schlanker Ansatz“**: Angesichts der Fülle an bestehenden Initiativen, Prozessen und Projekten war klar: Ein weiterer umfassender Prozess könnte Gefahr laufen, das ehrenamtliche Engagement der Bürgerinnen und Bürger schlichtweg zu überfordern. Daher entstand die Fortschreibung des Stadtleitbildes bewusst im Rahmen eines sehr zielorientierten Prozesses. Grundansatz dabei: Möglichst wenige Arbeitsgruppensitzungen, sondern ein Wechsel zwischen Vorarbeiten durch die imakomm AKADEMIE und Evaluation dieser Arbeit durch gezielte Beteiligung in Form der Leitbildkommission, Expertenrunde, Bürgerveranstaltungen usw. Dabei wurde auch ein Wechselspiel der Arbeitsweise betrieben: Teilweise hatte die imakomm AKADEMIE Ergebnisse vorbereitet und lies diese von der Bürgerschaft und der Leitbildkommission diskutieren, verändern, ergänzen, verwerfen. Teilweise wurden aber auch gänzlich neue Ansätze/Ideen von den genannten Akteuren erarbeitet, die dann wiederum von der imakomm AKADEMIE aufzugreifen und weiterzuentwickeln waren.

- **„Gesamtstrategie und dennoch Fokus auf individuelle Schwerpunkte und Fragestellungen**“: Ellwangen hat individuelle Fragestellungen, die im Konzept ebenfalls zu behandeln sind – Beispiel die „Bildungswanderung“. Wie können zukünftig gerade auch junge Menschen nach Ellwangen zurückgeholt oder am Standort gehalten werden? Diese Fragestellungen galt es in der Fortschreibung ebenfalls soweit als möglich aufzugreifen.

- **„Aus konkreten Maßnahmen, Ziele abgeleitet“**: Nicht durch eine theoretische Ableitung aus Visionen/Zielen, sondern genau umgekehrt erfolgte die Erarbeitung des Konzeptes: Ausgangspunkt waren Analyseergebnisse und Maßnahmen/Ideen aus

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

der Bürgerschaft, der Expertenrunde und der Leitbildkommission. Diese wurden bewertet/verdichtet und dann zu Schwerpunkten zusammengefasst. Dazu erfolgte eine Ableitung von notwendigen Zielen durch die imakomm AKADEMIE und die Leitbildkommission.

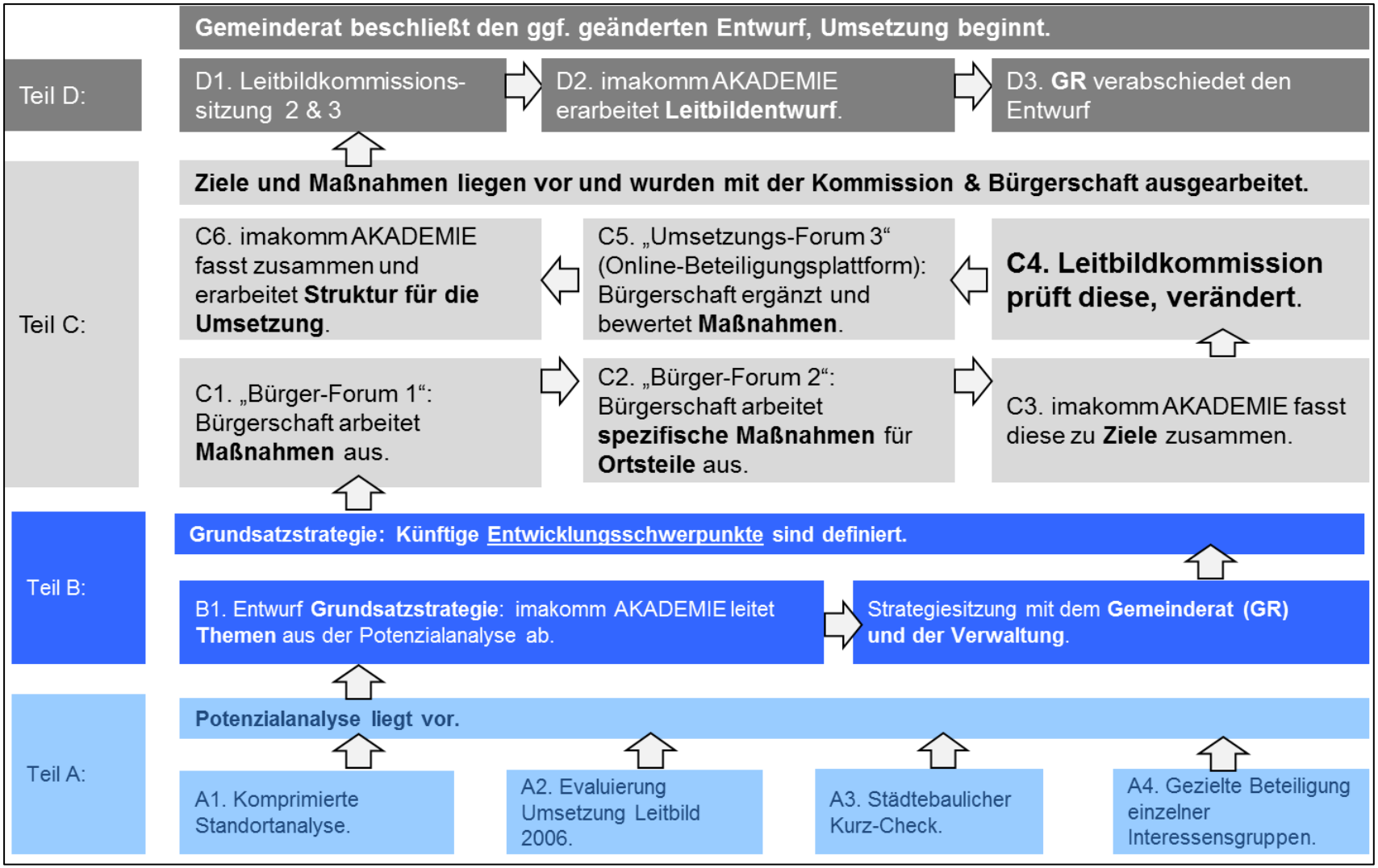
2.4 Der Projektablauf

Die Besonderheiten des „Ellwanger Weges“ spiegeln sich im Ablauf der Erstellung/Erarbeitung des Konzeptes wider. Letztlich „atmet“ der Prozess durch einen Arbeitswechsel zwischen Vorarbeiten durch die imakomm AKADEMIE, Abstimmung und Weiterbearbeitung, gemeinsam mit einem vorab definierten Kreis an Personen (Leitbildkommission, Gemeinderat, Expertenrunde, gesamte Bürgerschaft usw.).

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über die Erarbeitung der Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen:

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Grafik: Die Erarbeitung der Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen – ein Überblick über wesentliche Bausteine



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

2.5 Methodik

2.5.1 Der Methodenmix

Der Ablauf der Erstellung beschreibt letztlich auch die Methodik. Wichtig:

Die Methodik liefert belastbare/repräsentative Ergebnisse. Denn: Durch die Anzahl der im Rahmen der Befragungen eingebundenen Bürgerinnen und Bürger sowie Schüler/innen aus Ellwangen, bei dem dabei angewandten Auswahlverfahren (geschichtete und einfache Zufallsauswahl), ergänzt um qualitative Expertenrunden usw., konnte ein hohes Maß an Beteiligung und letztlich Strukturgleichheit der so definierten „Stichproben“ im Vergleich zur Grundgesamtheit (= die Bevölkerung von Ellwangen) erzielt werden. Die Analyseergebnisse als zentrale Basis für die Ableitung der Strategie und der Maßnahmen im Rahmen der Fortschreibung des Stadtleitbildes sind durch den Methodenmix in hohem Maße repräsentativ und belastbar.

Überblick:

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die angewandte Methodik:

Grafik: Der Methodenmix

Ansatz:	Wie?	Auswahl?	Beteiligung?
Städtebaulicher Kurz-Check Innenstadt	Komprimierte städtebauliche Bestandsaufnahme der Innenstadtlagen	Bewusst aus „Kundensicht“	-
Komprimierte Strukturanalyse	Komprimierte Analyse statistischer Daten des Gesamtstandortes Ellwangen	Wo vorhanden aus bestehenden Konzeptionen	-

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Bürgerbefragung	**Online**	**einfache Zufallsauswahl**	899
	Persönliche Interviews an zwei Tagen in der Innenstadt	Geschichtete Zufallsauswahl	
	Auslage schriftlicher Bögen im Rathaus	einfache Zufallsauswahl	
Schülerbefragung	Online	einfache Zufallsauswahl	**224**, davon **109** Schüler aus Ellwangen
	Ausgabe der schriftlichen Fragebögen durch die Lehrkörper	geschichtete Zufallsauswahl	
Abstimmung im Gemeinderat / Amtsleiterrunde	Präsentation zentraler Analyseergebnisse und von Schwerpunkten, Diskussion, Bearbeitung	Gemeinderatsmitglieder Amtsleiter	-
Amtsleiterrunde	Präsentation zentraler Analyseergebnisse und von Schwerpunkten sowie Diskussion, Bearbeitung und Priorisierung	Amtsleiter	-
Bürger-Forum; zweigeteilt: für Ortschaften und Gesamtstadt	Präsentation zentraler Analyseergebnisse und Schwerpunkte, dann Erarbeitung von Maßnahmen an sechs verschiedenen „Stationen“	Für alle Bürgerinnen/Bürger offen	Jeweils rund **100** Bürger/innen
Maßnahmenergänzung online über Benutzerplattform „Parteezy“ und schriftlich	Definierte Ziele und Maßnahmen konnten sowohl online als auch schriftlich in einem Zeitraum von 3 Wochen bewertet und ergänzt werden	Für alle Bürgerinnen/Bürger offen	**237**, davon **80 online** und **157 schriftlich**
Leitbildkommission	Drei Abstimmungstermine Evaluation der Handlungsschwerpunkte, Leitsätze, Ziele und Maßnahmen – Diskussion und Ergänzung	Mitglieder aus Bürgerschaft und Verwaltung	Jeweils ca. 35 Teilnehmer

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

Details:

a) Zur Methodik der Bürgerbefragung:

Details zur Durchführung:

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Mitte bis Ende Oktober 2013 wurde im Rahmen der Fortschreibung des Stadtleitbildes „Ellwangen 2020 – stark für die Region“ die Bürgerschaft aus Ellwangen zu verschiedenen Themen und Kriterien befragt. Ergänzend wurde die Schülerschaft in Ellwangen ab der Jahrgangsstufe 11 befragt. Insgesamt haben an den beiden Befragungen 1.011 Personen aus Ellwangen teilgenommen.

Um belastbare Ergebnisse zu erhalten und alle Altersgruppen zu erreichen bzw. die Möglichkeit zur Beteiligung zu geben, wurden folgende Befragungsformen vorgenommen (alle Befragungen beinhalteten die gleichen Fragen, ergänzt durch den Wohnort außerhalb von Ellwangen bei den befragten Schülern):

1. Schriftliche und Onlinebefragung:

- Ansatz: einfache Zufallsauswahl; Bewerbung der neutralen Internetplattform, auf der der Fragebogen zum anonymen Ausfüllen bereitgestellt wurde, u.a. über lokale Presse, Plakate, Flyer, kommunale Homepage, Auslage der schriftlichen Fragebögen an öffentlich zugänglichen Orten (Rathaus, Ortschaften etc.) sowie über ein sog. „Botschafterkonzept“, d.h. beispielsweise Vereinsvorstände hatten den Link an ihre Mitglieder weitergeleitet.
- Rücklauf: Insgesamt wurden online 382 auswertbare Fragebögen und schriftlich 449 von den Ellwanger Bürgern generiert.

2. Mündliche Befragung in Ergänzung:

- Ansatz: geschichtete Zufallsauswahl (als Ergänzung zur schriftlichen bzw. Onlinebefragung, um eine Strukturgleichheit zur Grundgesamtheit gewährleisten zu können); Bewerbung wie bei der Onlinebefragung.
- Rücklauf: Insgesamt wurden 68 Personen vor Ort mündlich befragt.

3. Schülerbefragung:

- Ansatz: reine Zufallsauswahl; zur weiteren Verifikation der Ergebnisse aus der Online- bzw. aus den mündlichen und schriftlichen Befragungen, um speziell auch jüngere Menschen, die üblicherweise ein vergleichsweise geringes Interesse an solchen Prozessen zeigen, dennoch gezielt mit einzubinden.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

- Rücklauf: Insgesamt wurden 224 auswertbare Fragbögen durch die Schüler generiert, wovon 109 aus Ellwangen stammen. Zusätzlich wurden 3 Fragebögen zu den Ellwanger Schüler hinzu gezählt, welche keine Angaben zum Wohnort machten.

Hinweis: Die Fragebögen wurden größtenteils sehr ausführlich (v.a. bei offenen Fragen) ausgefüllt. Damit ist nicht nur eine quantitativ begründete Repräsentativität gewährleistet, sondern auch eine gute Qualität der Antworten.

Fazit: Angesichts der hohen Anzahl an auswertbaren Fragebögen, der Art der Erhebungen (Methodenmix) und der Güte der ausgefüllten Fragebögen können die Ergebnisse als aussagekräftig bewertet werden. Sie stellen damit eine sehr gute Basis für strategische Überlegungen im Rahmen der Fortschreibung des Stadtleitbildes dar.

2.5.2 Erste Effekte der Methodik

Die Erarbeitung der Fortschreibung des Stadtleitbildes gelang in vergleichsweise kurzer Zeit und liefert dennoch belastbare und immer wieder abgestimmte Ergebnisse, ohne die Bürgerschaft und alle weiteren ehrenamtlich Tätigen zu überfordern. Überschlägt man allein das ehrenamtliche Engagement bei der Analyse, der Erarbeitung der Grundsatzstrategie und der Konzeption, dann zeigt sich:

Engagement:

- Bürger- / Schülerbefragung:	1.011 Menschen	ca. 300 Stunden
- Expertenrunde	ca. 22 Menschen	ca. 45 Stunden
- Bürger-Forum 1 und 2:	ca. 180 Menschen	ca. 550 Stunden
- Abstimmung / Priorisierung Maßnahmen:	237 Menschen	ca. 60 Stunden
- Leitbildkommissions-Sitzung 1, 2 und 3:	je ca. 35 Menschen	ca. 270 Stunden
- Zusammen:	*ca. 1.485 Menschen*	*ca. 1225 Stunden*

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Die Ausgangssituation

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3 Die Ausgangssituation

3.1 Zahlreiche Initiativen mit Zukunftsaufgaben schon vorhanden

„Ellwangen fängt bei Weitem nicht bei null an." – So kann salopp die Ausgangssituation der Fortschreibung des Stadtleitbildes beschrieben werden. Zahlreiche Initiativen, getragen von einem großen ehrenamtlichen Engagement und von der Stadtverwaltung sowie der Kommunalpolitik, haben sich in der Vergangenheit mit der Stadtentwicklung befasst. Beispielsweise:

- **Leitbild der Stadt Ellwangen 1999 und Fortschreibung aus dem Jahr 2006 / Paten-Modell:** Das erst Stadtleitbild der Stadt Ellwangen wurde unter Mitwirkung vieler Bürgerinnen und Bürger der Stadt erstellt. Dabei wurden wichtige Projekte zu Leitprojekten zusammengefasst, für deren Umsetzung sich Bürgerinnen und Bürger der Stadt Ellwangen als Pate bereit erklärt hatten.

- **Bürgerstiftung mit zahlreichen Projekten** (in den Bereichen Kunst und Kultur, Bildung und Erziehung, Natur- und Umweltschutz, Soziales und Sport)

- **Aktivitäten hinsichtlich Energie; „Energieforum Ellwangen"** (u.a. Verleihung des Energie-Preises)

- **Einzelhandelskonzept und Gestaltungsleitfaden Innenstadt**

- **Entwicklung der Konversionsfläche der Reinhardt-Kaserne:** In einem Konversionsentwicklungskonzept für die Raumschaft Ellwangen werden Strategien zum Umgang mit den Konversionsflächen erarbeitet. Diese Ergebnisse sind im Stadtleitbild zu beachten.

Die bei Weitem nicht vollständige Aufzählung dieser wenigen, für zahlreiche Initiativen und Vereine stellvertretenden Ansätze zeigt: Die Fortschreibung des Stadtleitbildes muss Bestehendes aufgreifen und berücksichtigen. Es muss also das „Dach" sämtlicher Initiativen sein und Schwerpunkte für die künftige Stadtentwicklung definieren.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3.2 Die Potenziale Ellwangens – komprimierte Übersicht über ausgewählte Analyseergebnisse

Im Rahmen der unterschiedlichen Analysemethoden konnten umfassende Daten und Einschätzungen zu den Potenzialen für die künftige Stadtentwicklung Ellwangens abgeleitet werden. Im Folgenden sind sehr komprimiert einzelne Schlaglichter aus der Analyse dargestellt.

3.2.1 Ellwangen aus statistischer Sicht

Grafik: Ausgewählte statistische Daten Ellwangens

Indikator	Ellwangen	Landkreis Ostalbkreis	Land Baden-Württemberg
Bevölkerungsstand 2012 absolut:*	23.622	306.484	10.569.111
Bevölkerungsentwicklung 2009 bis 2030 in %	-3,8	-5	-3,5
Fertilitätsindex (%)	7,4	8,3	0,9
Alterswanderung (Pers. je 1.000 Ew.)	2,9	-1,4	-1,3
Ungebundene Kaufkraft je Einwohner am Wohnort 2009	14.258	15.110	15.370
Durchschnittsalter 2030	48,0	47,5	47,0
Jugendquotient 2011 / Jugendquotient 2030	36,1 / 32,8	35 / 32,3	31,9 / 30,7

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Relatives Arbeitsplatzangebot (Beschäftigte/1000 EW) 2010	460	360	387
Einpendler / Auspendler Pendlersaldo 2012	6.319 / 4.189 2.130	19.613 / 25.134 - 5.521	- -
Branchenvielfalt (Herfindahl-Index in % - 2012)**	0,057	0,040	0,033
Familiengerechter Wohnraum 2010 (Anteil der Wohnungen >5 Zimmer am gesamten Wohnraum)	58,9	56,8	46,6
Frauenerwerbstätigenquote 2011 (%)	49,0	50,8	51,6

*) Bevölkerungsstand 2012, ohne Korrekturen Zensus.
**) Der Herfindahl-Index informiert darüber, ob sich in einem Umkreis die Beschäftigten relativ gleichmäßig über die verschiedenen Branchen verteilen, oder aber die Konzentration der Beschäftigten auf einzelne Branchen sehr ausgeprägt ist. Bei Vorliegen von n verschiedenen Branchen kann er Werte zwischen 1/n (minimale Konzentration) und 1 (maximale Konzentration) annehmen. (Definition gemäß Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung (IAW).
Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014, auf Basis des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg sowie der Bertelsmann-Stiftung unter www.wegweiser-kommune, abgerufen im Sommer 2013.

Trend für Ellwangen: Die „demografische Zeitenwende“ hat in Ellwangen bereits eingesetzt:

STADT ELLWANGEN

Das Durchschnittsalter ist relativ hoch und gleichzeitig wird ein hoher Bevölkerungsrückgang prognostiziert. Positiv ist der hohe Anteil an familiengerechtem Wohnraum. Obwohl die ungebundene Kaufkraft relativ gering ist, verfügt Ellwangen über einen hohen Anteil an Beschäftigten je 1.000 Einwohnern und über ein positives Pendlersaldo.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3.2.2 Ellwangen aus Sicht seiner Bürgerinnen und Bürger (Bürgerbefragung Teil 1)

In der Analyse ist es wichtig, die Wünsche, Meinungen und Anregungen der Einwohnerinnen und Einwohner insbesondere zum Image der Stadt Ellwangen, zu den Angeboten von und in Ellwangen und zu Verbesserungen in der Kernstadt und ihren Ortschaften zu erfragen. Im Folgenden werden die Ergebnisse dieser Bürgerbefragung dargestellt.

Daten:

Grafik: Übersicht über die Struktur der Bürgerbefragung (Teil 1)

Indikator	Stichprobe	Grundgesamtheit
Personen insgesamt:	1.011	23.622
Personen männlich:	50,1 %	48,9 %
Personen weiblich:	49,9 %	51,1 %
Auswertbare Fragebögen – online:	382 Fragebögen	-
Auswertbare Fragebögen – schriftliche und mündliche Interviews:	517 Fragebögen	-

Quelle: Bürger- / Schülerbefragung Ellwangen, 2013, und Daten des Statistischen Landesamtes, abgerufen im März 2014.
Die Befragungsergebnisse decken sich im Wesentlichen mit den ermittelten Befragungsergebnissen aus der Bürgerbefragung von 1999 (männlich: 48,0%; weiblich: 52,0%).

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Grafik: Übersicht über die Struktur der Bürgerbefragung (Teil 1) (Fortsetzung)

Indikator	Stichprobe	Grundgesamtheit
Personen unter 18 Jahre:	12,8%	19,0%
Personen von 18 bis unter 25 Jahre:	5,9%	8,2%
Personen von 25 bis unter 40 Jahre:	19,0%	17,4%
Personen von 40 bis unter 65 Jahre:	42,6%	36,3%
Personen ab 65 Jahre:	19,7%	19,1%
Wohndauer: weniger als 5 Jahre:	5,7%	-
Wohndauer: seit mindestens 5, aber weniger als 15 Jahren	15,2%	-
Wohndauer: seit mindestens 15 Jahren	30,8%	-
Von Geburt an	47,6%	
Ich wohne nicht in Ellwangen	0,7%	

Quelle: Bürgerbefragung Ellwangen, 2013, und Daten des Statistischen Landesamtes, abgerufen im Oktober 2013.
Die Ergebnisse der Bürgerbefragung von 1999 sind bei der Altersklassifikation nur bedingt vergleichbar, da eine andere Klassifikation verwendet wurde.

Fazit: Die Befragungsergebnisse sind in hohem Maße repräsentativ, denn: (1) Die Auswahlverfahren entsprechen den dafür notwendigen Anforderungen. (2) Bei einem Vertrauensintervall von 99% und einer Irrtumswahrscheinlichkeit (= Standardfehler) von +/- 4 % (= hohe Anforderung an die Stichprobe) und der vorhandenen Grundgesamtheit wäre ein Stichprobenumfang von 994 Personen notwendig, dieser wurde mehr als erreicht! Der übliche Stichprobenumfang bei einem Standardfehler von +/-5 % hätte bei der Ellwanger Grundgesamtheit nur 379 Fragebögen umfasst, er wurde also bei weitem übertroffen. (3) Durch Befragungen über einen Zeitraum von mehreren Wochen, persönliche Interviews an unterschiedlichen Tagen und durch Pretests wurden Störvariablen weitestgehend ausgeschlossen. Es liegt eine hohe Validität der Ergebnisse vor. (4) Durch einen Vergleich der Ergebnisse aus Online- und persönlicher Befragung kann auch von einer Reliabilität der Befragungsergebnisse ausgegangen werden. Bei Bedarf wurden die Ergebnisse der Befragungen mit den Ergebnissen der nicht aus Ellwangen stammenden Schüler (als „Kontrollgruppe“) verglichen.	schlecht	neutral	**gut**

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

a) Die „Top 5“-Assoziationen der Bürger/innen mit „ihrer“ Stadt:

Grafik: Assoziationen und (subjektive) Wichtigkeit dieser Assoziationen der Bürger/innen mit Ellwangen

„Was verbinden Sie spontan / auf die Schnelle mit der ‚Stadt Ellwangen‘?“	Häufigkeit der Antworten (Mehrfachnennungen möglich)
1. Historische Altstadt	395 Nennungen (39,1% aller Befragten)
2. Kalter Markt	135 Nennungen (13,4%)
3. Gemütliche, kleine, überschaubare Stadt	97 Nennungen (9,6%)
4. Identifikation, Heimat	85 Nennungen (8,4%)
5. Historie Ellwangens, Tradition	56 Nennungen (5,4%)

Quelle: Bürgerbefragung Ellwangen, 2013. Prozentwerte in Bezug auf alle Befragten.
Die Befragungsergebnisse von 1999 liefern ein ähnliches Bild: an erster Stelle steht auch die historische Stadt / Altstadt (23,0%), an zweiter Stelle wird die schöne, gemütliche Stadt genannt (21,0%) und der Kalte Markt findet sich an siebter Stelle wieder (8,0%).

Fazit: Die Stadt Ellwangen wird aus der Sicht der Befragten mit durchweg positiven Assoziationen unter den Top 5-Nennungen verknüpft. Wichtigste Assoziation stellt die historische Altstadt dar. Dies belegt auch die Bürgerbefragung von 1999; denn auch hier war die historische Stadt / Altstadt die wichtigste Assoziation mit Ellwangen. Ähnlich stark wird die Übersichtlichkeit bzw. der Status Quo von Ellwangen als Kleinstadt zwischen den beiden Befragungen angesehen. Im Vergleich mit der Befragung von 1999 wird der Kalte Markt stärker mit Ellwangen assoziiert.	schlecht	neutral	**gut**

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

b) Die „Top 5“-Stärken und Schwächen der Stadt aus Sicht der Bürger/innen:

Grafik: Stärken und Schwächen der Stadt Ellwangen aus Bürgersicht

„Die 5 Stärken aus Ihrer Sicht?“		„Die 5 Schwächen aus Ihrer Sicht?“	
1. Historische Altstadt	17,8%	**1.** Fehlende Einkaufsmöglichkeiten	41,0%
2. Gemütliche, kleine, überschaubare Stadt	11,6%	2. „nichts los“, langweilig, unattraktiv, altmodisch, rückständig, provinziell	9,3%
3. Schulstadt, Schulstandort	6,7%	3. Schlechte Entscheidungen Gemeinderat / Verwaltung	5,8%
4. Flair Altstadt	6,3%	4. Freizeitangebote für Jugendliche/ junge Erwachsene	4,0%
5. Lage, Erreichbarkeit (Anbindung A7)	5,0%	5. Schlechte verkehrliche Infrastruktur	3,2%

Quelle: Bürgerbefragung Ellwangen, 2013. Prozentwerte in Bezug auf alle Befragten.
Werden die Ergebnisse der aktuellen Befragung mit den Ergebnissen der Befragung von 1999 verglichen, so stellen auch dort die fehlenden Einkaufsmöglichkeiten die zentrale Schwäche von Ellwangen dar. Bei der zentralen Stärke unterscheiden sich die Befragungen: während 1999 die überschaubare, gemütliche Stadt die zentrale Stärke darstellte, wird aktuell die historische Altstadt genannt.

Fazit: Auffallend: Die historische Altstadt sowie Ellwangen als gemütliche, kleine Stadt stellen sowohl die Top-Assoziationen als auch die zentralen Stärken dar! Die fehlenden Einkaufsmöglichkeiten werden von den Befragten als DIE zentrale Schwäche von Ellwangen angesehen. Mit großem Abstand wird die fehlende Attraktivität bei den Schwächen genannt („nichts los“). Zukünftig muss sowohl eine Attraktivierung Ellwangens als auch eine Verbesserung der verkehrlichen Infrastruktur in den Fokus gerückt werden. Denn auch bei der Befragung von 1999 stellten die fehlenden Einkaufsmöglichkeiten die zentrale Schwäche von Ellwangen dar.	schlecht	**neutral**	gut

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

a) Die „Top 5“ (am besten bewertet) bzw. „Bottom 5“ (am schlechtesten bewertet) der vorhandenen Angebotskriterien aus Sicht der Bürger/innen:

Grafik: Welche Angebote in Ellwangen von der Bürgerschaft besonders gut/schlecht beurteilt werden

Top 5 der vorhandenen Angebotskriterien	Mittel-wert	Bottom 5 der vorhandenen Angebotskriterien	Mittel-wert
1. Angebot an Schulen	1,9	1. Einkaufsmöglichkeiten an sonstigen Standorten in Ellwangen	3,7
2. Ortsbild der Stadt allgemein	2,1	2. ÖPNV (Anbindung, Taktung)	3,3
3. Angebot an Cafés, Gaststätten usw. in der Innenstadt	2,1	3. Angebot an Mietwohnungen	3,3
4. Sicherheit in der Innenstadt	2,2	4. Angebot an Bauplätzen	3,3
5. Medizinische Versorgung in der Innenstadt	2,2	5. Angebot an seniorengerechten Wohnkonzepten	3,2

Quelle: Bürgerbefragung Ellwangen, 2013. Bewertung der Angaben der befragten Bürger auf einer Skala von 1 = sehr gut bis 5 = sehr schlecht.

Die „Top-5“-Nutzungsschwerpunkte bei der Nachnutzung der Reinhardt-Kaserne:

Grafik: Nutzungsschwerpunkte für Nachnutzung der Reinhardt-Kaserne aus Sicht der Bürgerschaft

„Welche Nutzungsschwerpunkte / aus welchem Grund besuchen Sie die Ellwanger Innenstadt?“	Häufigkeit der Antworten (Mehrfachnennungen möglich)
1. Bildung	41,2%
2. Freizeit / Freiraumnutzung	36,9%
3. Wohnen	36,0%
4. Gewerbe	28,2%
5. Sonstiges	27,9%

Quelle: Bürgerbefragung Ellwangen, 2013. Prozentwerte in Bezug auf alle Befragte.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Fazit: Die Ellwanger Bürger sehen einen Nutzungsmix als Ansatz für die Nachnutzung der Reinhardt-Kaserne ab. Es wird eine Nachnutzung im Bereich Bildung am ehesten präferiert. Die nachfolgenden Nutzungen liegen prozentual relativ nahe beieinander. Auch unter den weiteren Angaben der Ellwanger Bürger zur gewünschten Nachnutzung finden sich hauptsächlich Kombinationen aus den vorgegebenen Kategorien.	schlecht	**neutral**	**gut**

Sonstige „Schlaglichter“ aus der Bürgerbefragung (Teil 1):

Grafik: Weitere ausgewählte Befragungsergebnisse im Überblick

Auswahl an weiteren Ergebnissen	Ergebnis im Vergleich zu anderen Städten			
Anteil der Bürger/innen, die gerne in Ellwangen wohnen **(Prozentangabe in Bezug auf jene Personen, die Angaben machten):**	92,0%	**schlecht**	neutral	gut
Zentrales Thema in den nächsten Jahren (Prozentangabe in Bezug auf alle Befragten): - Einkaufsmöglichkeiten, Angebot in der Innenstadt - Attraktivität der Innenstadt - Nachnutzung der Kaserne allgemein	15,2% 12,4% 11,6%			
Konkrete Maßnahmen für die künftige Entwicklung: - Einkaufsmöglichkeiten, Angebot in der Innenstadt - Verkehrliche Infrastruktur verbessern - Busanbindung, ÖPNV	36,4% 19,0% 18,3%			

Quelle: Bürgerbefragung Ellwangen, 2013. Prozentwerte in Bezug auf alle Befragten.

Im Vergleich zu den Befragungsergebnissen von 1999 ist die Wohnzufriedenheit von 97,0% auf aktuell 92,0% gesunken. Als wichtigstes Themenfeld wurde bei der Befragung von 1999 der Ausbau des Wirtschaftsstandortes angesehen, die Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten wurde am zweithäufigsten genannt. Die Verbesserung des Wirtschaftsstandortes findet sich in der aktuellen Befragung an fünfter Stelle, sodass dieses Thema insgesamt aktuell nicht mehr so vorrangig für die Ellwanger Bürger scheint.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3.2.3 Abfrage und Priorisierung von Maßnahmen (Bürgerbefragung Teil 2)

Aus der Analyse heraus erarbeitete die imakomm AKADEMIE unter Beteiligung der Leitbildkommission eine Vielzahl von Maßnahmen. Diese Maßnahmen wurden den Einwohnerinnen und Einwohnern von Ellwangen schriftlich und online vorgelegt, um sie bewerten zu können. Hierbei konnten Hinweise bzw. Anregungen zu einzelnen Maßnahmen wie auch zu einzelnen Handlungsschwerpunkten gegeben werden. Im Folgenden werden die drei am höchsten priorisierten Maßnahmen je Handlungsschwerpunkt dargestellt (Hinweis: Maßnahmen zur „Konversion“ (Handlungsschwerpunkt G) werden im „Konversionsentwicklungsprozess“ entwickelt. Im Handlungsschwerpunkt H werden allgemeingültige Maßnahmen zu den Ortschaften definiert. Für die jeweilige Ortschaft gültigen Maßnahmen werden sowohl in Kap. 4.3.3 als auch in Band 2 aufgeführt).

Daten:

Grafik: Übersicht über die Struktur der Bürgerbefragung (Teil 2)

Indikator	Rücklauf
Personen insgesamt:	237 Fragebögen
Auswertbare Fragebögen – online:	80 Fragebögen
Auswertbare Fragebögen – schriftlich	157 Fragebögen

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014. Zeitraum: Anfang bis Ende September 2014.

Ergebnisse:

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt A: „Junge Kraft in unsere Stadt“	**1. M1: Schaffung von neuen Ausbildungsmöglichkeiten / Hochschule** (hoch: 87 Nennungen)
	2. M6: Attraktivität als Standort für hochqualifizierte Arbeitsplätze erhöhen (hoch: 77 Nennungen)
	3. M4: Attraktiven Wohnraum anbieten / Kauf und Miete (hoch: 71 Nennungen)

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt B: Soziales	**1. M15: Ein „+“ für Familien** (hoch: 79 Nennungen)
	2. M20: Barrierefreiheit schaffen (hoch: 77 Nennungen**)**
	3. M27: Kinderbetreuung weiter verbessern (hoch: 75 Nennungen)

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt C: Wirtschaftsstandort	**1. M33: Unterstützung bei der Unternehmensansiedlung** (hoch:58 Nennungen)
	2. M30: Unternehmensnetzwerke ausbauen – Fachkräftelücke nicht entstehen lassen (hoch: 57 Nennungen)
	3. M31:Schaffung einer „zentralen“ Bildungseinrichtung, Runder Tisch „Netzwerk Bildung“ (hoch: 56 Nennungen)

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt D: Nachhaltiges Leben	**1. M35: Vermarktung regionaler Produkte** (hoch: 88 Nennungen)
	2. M43: Renaturierung der Jagst (hoch: 68 Nennungen)
	3. M45: Natur erlebbar machen (hoch: 65 Nennungen)

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt E: Kultur	**1. M52: Wagnershof erhalten / verbessern mit Unterstützung der Stadt** (hoch: 57 Nennungen)
	2. M50: Förderung von musischen Projekten (hoch: 42 Nennungen)
	3. M49: Musische Förderung (hoch: 41 Nennungen)

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt F: Innenstadtentwicklung	**1. M58: Flächenmanagement / Ansiedlungsmanagement** (hoch: 79 Nennungen)
	2. M55: Prüfroutine Innenstadt bei Gemeinderatsentscheidungen (hoch: 64 Nennungen)
	3. M63: Die historischen Stätten sollen durch eine geeignete Wegeverbindung verknüpft werden (hoch: 59 Nennungen)

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt	Top 3 der Priorisierungen im jeweiligen Handlungsschwerpunkt
Handlungsschwerpunkt H: Ortschaften allgemein	**1. M67: Verbesserung der Verkehrsführung – stärkere Einbindung des Stadtbusses** (hoch: 75 Nennungen)
	2. M69: Erhalt der Infrastruktur – Ortsteile (hoch: 70 Nennungen)
	3. M64: Verbesserung der Verkehrsführung – Verkehrsführung in / zwischen den Ortsteilen (hoch: 52 Nennungen)

3.2.4 Ellwangen aus Sicht lokaler / regionaler Experten

Am 5. November 2013 fand eine so genannte Expertenrunde im Rahmen der Fortschreibung des Leitbildes Ellwangen statt. Die Teilnehmer setzten sich aus Vertretern verschiedener Interessensbereichen (Gastronomie, Schule, Handwerk, Kirche etc.) sowie Mitarbeitern der Verwaltung zusammen. Im Folgenden sind die zentralen Ergebnisse stichwortartig aufgeführt.

a) Potenziale und Defizite aus Expertensicht (bewusster Fokus hier auf Defizite, keine Rangfolge):

Grafik: Potenziale und Defizite aus Sicht der Experten

Potenziale:	Defizite:
▪ Tourismus –auch / v.a. in den Teilorten (Synergien zum Einkauf / zur Innenstadt noch aufbauen)	▪ Tourismus – Potenziale stärken! beispielsweise Übernachtungsmöglichkeiten (Geschäftskunden) ausbauen
▪ Geringe Arbeitslosenquote	▪ Betreutes Wohnen / Mehrgenerationen Wohnen (bspw. Standort Kaserne? Zentrum?)
▪ Wirtschaftsstandort: breit aufgestellter, diversifizierter Branchenmix, krisenresistent	▪ Attraktive Bistros / Bars in der Innenstadt fehlen
▪ Angebot von Schulen (Aber: Grundschulstandorte für Ortschaften wichtig!)	▪ Innenstadtnaher Wohnraum für junge Familien zur besseren Integration

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

▪ **Gute Einzelhandelsausstattung Innenstadt –Neueröffnungen / Besonderheiten noch besser herausstellen**	▪ **Nachfolge (Fach)ärzte auch in den Teilorten unsicher**
▪ Viel Beteiligung im Ehrenamt (gerade ältere Generation), beispielsweise „Essen auf Rädern“ funktioniert ehrenamtlich	▪ Einzelhandel / Grundversorgung in den Teilorten (alternative Konzepte möglich?) in Gefahr, insgesamt Erhalt Infrastruktur auch vor dem Hintergrund demografischer Wandel schwierig
▪ Projekt „Ellwangen is(s)t weltoffen“ – Integration, die Kompetenzen noch besser nutzen	▪ Abwanderung insbesondere von jungen Menschen
▪ Vereine in den Ortschaften / Kernstadt (damit auch Jugendarbeit) – wichtig zur Bindung der jungen Menschen	▪ Bildungsangebote zu flexiblen / neuen Formen von Ausbildungsmöglichkeiten/Studiengängen/ Weiterbildungsmöglichkeiten ausbauen
▪ Attraktive Arbeitsplätze! In unterschiedlichsten Branchen und Qualifikationen	▪ Fachkräftemangel (Nachwuchs u.a. im Handwerk)
▪ „Lebenswert“ – Natur/Erholung in der Stadt/stadtnah	▪ z-.T. negatives Image Ellwangen (Strahlkraft – „Marke“ Ellwangen wird nicht wahrgenommen)

Quelle: Expertenrunde, November 2013.

b) Ansatzpunkte für Verbesserungen aus Expertensicht (keine Rangfolge):

Grafik: Ansatzpunkte für Verbesserungen aus Expertensicht (keine Rangfolge)

Themen:	Konkrete Ansatzpunkte:
„Lebensqualität“: **(Überschneidungen mit Wirtschaft und Verkehr)**	▪ Integration – diese Stärken gilt es zu nutzen! ▪ positive „freundliche/ offene“ Menschen ▪ aktives Ehrenamt/ Vereine ▪ Wohnraum (-plätze/ betreutes Wohnen) verbessern ▪ Mobilität (innerhalb) ▪ Infrastruktur (Breitband): hier die Lücken schließen und damit pos. Abgrenzung / Standortvorteil gegenüber Wettbewerbern (andere Städte)
„Wirtschaft / Fachkräfte“:	▪ u.a. Stärke im Bereich Gesundheit / Soziales (Kompetenz in vielen Berufsfeldern/ Ausbildung / viele Unternehmen)
„Image / Vermarktung“:	▪ Alleinstellungsmerkmal herausstellen ▪ Gezielt mehr junge Leute ansprechen ▪ in der Raumschaft gemeinsam arbeiten „erstaunliches Ostwürttemberg“ ▪ kulturelle Angebote (klein, aber anspruchsvoll) ▪ Thema: Zugverbindung / Erreichbarkeit

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

„Verkehr / Mobilität“:	▪ **Verkehrsführung Innenstadt** ▪ **Schulbus**
„Tourismus / Natur / Erholung“:	▪ Stärke! Diese gilt es weiter zu fördern und zu vermarkten!
„Gesundheit / Soziales / Bildung“:	▪ aktives Ehrenamt / Vereine ▪ Kompetenz in Berufsfeldern/ viele Unternehmen ▪ pos. Angebot von Schulen (Aber Grundschulen in Teilorten!) ▪ neue Ausbildungskonzepte / Studium anbieten etc. ▪ „zurückholen“ nach Ellwangen

Quelle: Expertenrunde, November 2013.

Diese diskutierten Ansatzpunkte geben wichtige Hinweise gerade auch für die Entwicklung des Konversionsgeländes (Reinhardt-Kaserne). Wichtig war es den Teilnehmern darüber hinaus, über Maßnahmen auch die besonderen Gegebenheiten jeweils in den Ortschaften und der Kernstadt / Innenstadt zu berücksichtigen.

3.2.5 Fokus Innenstadt Ellwangen: Städtebaulicher Kurz-Check

3.2.5.1 Methodik

Im Rahmen der Fortschreibung des Leitbildes Ellwangen wurde ein **städtebaulicher Kurz-Check** (= Bestandsaufnahme aus Kundensicht!) in der Innenstadt durchgeführt. Im Rahmen der Vor-Ort-Begehungen wurden u.a. folgende Kriterien bewertet:

- Fußläufige Verbindungen innerhalb der Innenstadt
- Eingangsbereiche der Innenstadt
- Fassadengestaltung / bauliche Qualitäten
- Gestaltung öffentlicher Raum
- Fußgängerführung durch Beschilderung bzw. durch entsprechende gestalterische Maßnahmen (u.a. saisonale Bepflanzungen, Beleuchtungssysteme usw.)
- Verknüpfung der einzelnen Lagen untereinander (Wege- und Sichtbeziehungen)
- Trennlinien/Barrieren

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

- Freiraumqualität usw.

Wichtiger Hinweis: Die folgenden Bilder zeigen einzelne Positiv- oder Negativbeispiele zu bestimmten Themen. Rückschlüsse auf die gesamte Qualität oder Leistungsfähigkeit von einzelnen Betrieben sind anhand der Bilder nicht möglich und auch nicht beabsichtigt, eine gesamte betriebswirtschaftliche Bewertung von Betrieben ist in keinem Fall beabsichtigt.

3.2.5.2 Zentrale Ergebnisse

Aus der Vor-Ort-Begehung der Ellwanger Innenstadt lassen sich folgende zentrale Erkenntnisse ableiten:

- Die Ellwanger Innenstadt verfügt in weiten Bereichen des Zentrums über eine attraktive historische Bausubstanz. Jedoch lassen manche – zwar baulich attraktive - Platzlagen keine echte „Funktion“ erkennen und bieten so wenig Aufenthaltsqualität. Auch die Gestaltung des öffentlichen Mobiliars samt Abfallbehälter stellt sich im Gesamtbereich der Innenstadt betrachtet heterogen dar.

Bild links: Baulich hochattraktiv gestaltete Platzlagen in der Innenstadt, hier das Beispiel Marktstraße. Bild rechts: Einige Platzlagen verfügen über eine kaum erkennbare Funktion und lassen auch durch die Gestaltung echte Aufenthaltsqualität vermissen.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

- In großen Teilen der Innenstadt ist eine klar strukturierte Wegeführung durch Ausschilderungen, aber auch gerade durch gestalterische Elemente gut gelungen, so dass auch ortsunkundige Besucher sich schnell in der Innenstadt zurechtfinden. Allerdings besteht in einigen wenigen Teilbereichen die Gefahr der Verwirrung der Passanten durch eine „Überversorgung“ an Hinweisschildern, die einer gezielten Wegeführung eher hinderlich entgegenstehen.

Bild links: Klare Strukturierung des öffentlichen Raumes mit gelungener Wegeführung für den motorisierten wie den fußläufigen Verkehr. Bild rechts: In manchen Bereichen werden aber zu viele Reize zur Wegeführung gesetzt, so dass der Überblick im „Schilderwald“ verloren geht.

- Die Ellwanger Innenstadt verfügt über einige starke Fachgeschäfte / starke Gastronomen vor allem in den 1a- Lagen der Innenstadt, die auch eine „Magnetfunktion“ für umliegende Bereiche darstellen. Allerdings sind auch in starken Handelslagen einige leer stehende Ladenlokale deutlich sichtbar vorhanden. Zudem treten manche Gewerbetreibende in der Innenstadt nicht mehr zeitgemäß in ihrem Außenauftritt auf.

Bild links: Vor allem in der 1a-Lage der Innenstadt finden sich frequenzbringende Filialisten nebst starken, inhabergeführten Fachgeschäften. Bild rechts: Allerdings finden sich auch in starken Handelslagen gut sichtbare Leerstände.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

- Aktionen wie beispielsweise „Sommer in der Stadt“ werden gezielt und klar erkennbar vermarktet. So wird versucht, die bereits vorhandenen Innenstadtbesucher wiederkehrend an die Ellwanger Innenstadt zu binden. Vorhandene Themen (wie beispielsweise das Pferd) werden jedoch nicht stringent „bespielt“. Das bedeutet, dass – zumindest für ortsunkundige Besucher – die Intention der lose im Stadtgebiet verteilten Pferdefiguren im Rahmen eines „normalen“ Innenstadtbesuchs nicht erkennbar wird.

Bild links: Beispiel für die auffallend vermarkteten Aktionen in der Stadt, hier: „Sommer in der Stadt“. Bild rechts: Andere Themen (hier: „Pferd“) werden nicht stringent verfolgt, hier bleibt dem Besucher die verfolgte Intention verborgen.

Fazit städtebaulicher Kurz-Check:

Die Ellwanger Innenstadt …

…hat einige attraktive, aber in Teilen wenig belebte Plätze.
…ist im öffentlichen Raum überwiegend klar strukturiert.
…hat einige sichtbare Leerstände.
…wird attraktiver, je zentraler man sich befindet.
…ist sehr weitläufig.
…hat in manchen Zugangsbereichen schwer erkennbare Wegebeziehungen.

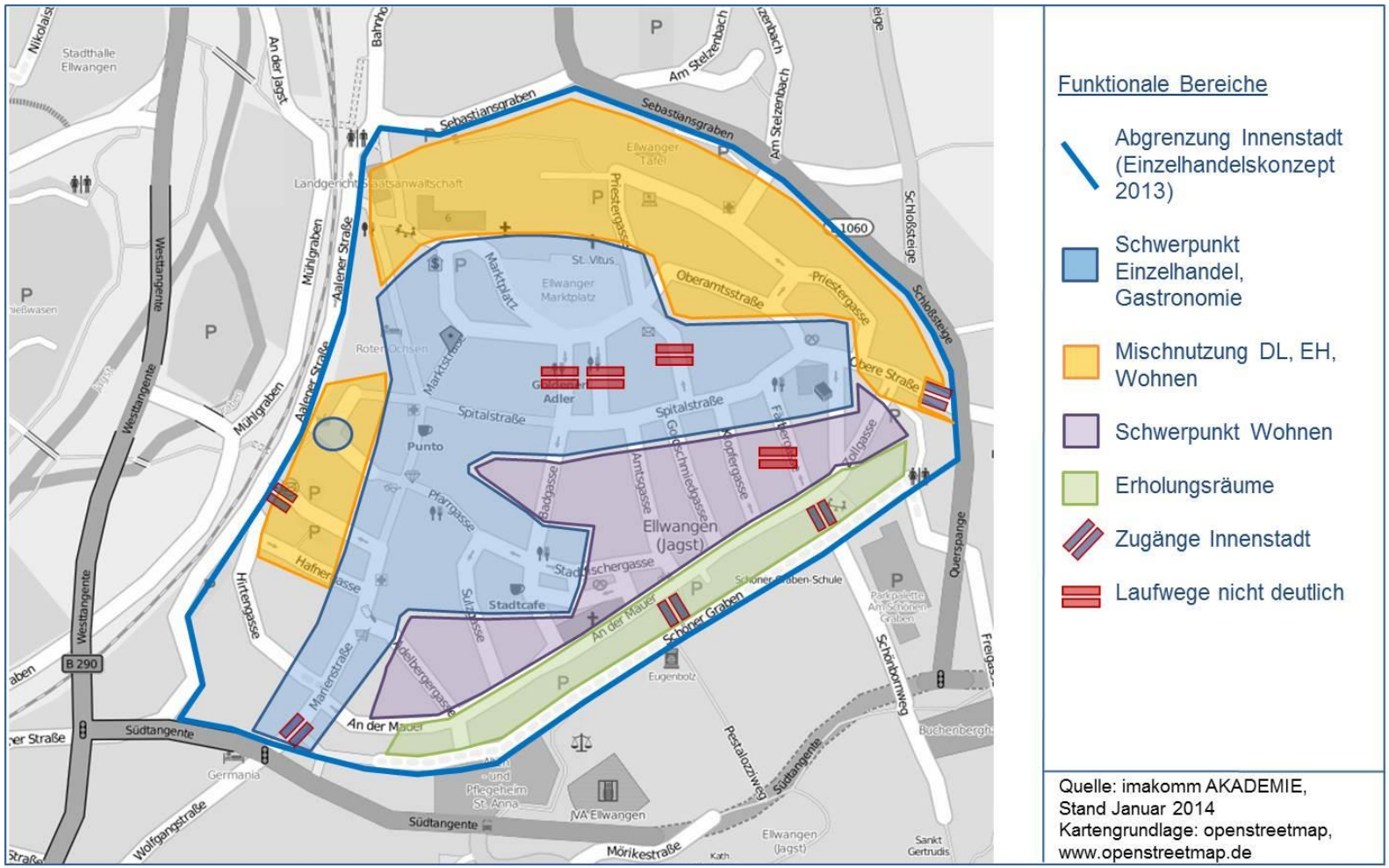
© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3.2.5.3 Funktionsräumliche Gliederung der Innenstadt

Die Grafik zeigt die aktuelle funktionsräumliche Gliederung („Ist-Zustand“) der Innenstad Ellwangens als überblicksartige Skizze. Sie ist das Ergebnis der „Momentaufnahme“ des städtebaulichen Kurz-Checks, welcher von der imakomm AKADEMIE im August 2013 durchgeführt wurde. Die funktionsräumliche Gliederung gibt eine Übersicht über die erkennbaren Funktionen der Teilräume des Innenstadtgebietes. Keinesfalls soll der Eindruck eines geplanten „Ausschlusses“ anderer Funktionen in diesen Bereichen entstehen. Die Ausprägung/Intensität/Qualität dieser Funktionen kann innerhalb dieser Teilräume stark variieren.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Grafik: Die funktionsräumliche Gliederung der Innenstadt Ellwangens („Ist-Zustand“) als Skizze, Stand August 2013



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3.2.6 Fokus Ortschaften: Städtebaulicher Kurz-Check

3.2.6.1 Methodik

Im Rahmen des Fortschreibungsprozesses des Leitbildes Ellwangen wurden auch **städtebauliche Kurz-Checks** in den Ortschaften durchgeführt. Im Rahmen der Vor-Ort-Begehungen wurden u.a. folgende Kriterien bewertet:

- Vorhandene „Infrastruktur“ vor Ort (Bildungseinrichtungen, Betreuungseinrichtungen, Sportanlagen, potenzielle Arbeitgeber,…)
- Vorhandene Nahversorgungsstrukturen / Grundversorgungsstrukturen
- Erreichbarkeit / Anbindung ÖPNV
- Struktur der Ortsteile
- Touristisches Angebot, touristische Vermarktungspotenziale
- Weitere Besonderheiten in der Struktur der Ortschaft

3.2.6.2 Zentrale Ergebnisse

Die Ergebnisse der Vor-Ort-Begehung der Ellwanger Ortschaften werden im Folgenden für einen besseren Überblick in tabellarischer Form dargestellt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ortschaft Pfahlheim

Pfahlheim ist die am weitesten von der Kernstadt entfernte Ortschaft im Ellwanger Stadtgebiet. Nichtsdestoweniger erscheint Pfahlheim als beliebter Wohnstandort mit soliden Versorgungsstrukturen im Hauptort. Teilweise sind sogar Produkte des mittelfristigen Bedarfs erhältlich. Durch das modern gestaltete Freibad, den nahegelegenen Flugplatz und die umliegenden Seen samt Campingplatz ist Pfahlheim auch Standort und Anziehungspunkt für Freizeitaktivitäten von Akteuren aus dem lokalen aber auch regionalen Umfeld.
Die Strukturen sind in großen Teilen noch historisch bedingt dörflich geprägt, jedoch ist die städtebauliche Bausubstanz vor allem im Hauptort als gut zu bewerten.

Infrastruktur	Schule, Kindergarten, Sportanlagen, Sport- und Veranstaltungshalle, einige mittelständische Gewerbetreibende
Nahversorgung	Im Hauptort gute Grundversorgungsstrukturen gegeben, auch mit Dienstleistern (Postannahme, Bank)
Erreichbarkeit / Anbindung ÖPNV	Busanbindung, der am weitesten entfernte Teilort von der Kernstadt
Ortsteile	Struktur häufig landwirtschaftlich geprägt, Bausubstanz in Teilen sanierungsbedürftig. Kaum Nahversorgung in den Ortsteilen.
Touristisches Angebot / Vermarktung	Besucherpotenzial durch Besucher des Flugplatzes unweit von Pfahlheim, durch Besucher des Campingplatzes und Badegäste der Seen
Besonderheit	Thema „Limes“ im Hauptort stringent vertreten, beheiztes Freibad in Pfahlheim

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ortschaft Rindelbach

Rindelbach liegt unweit nördlich der Ellwanger Kernstadt. Zum Hauptort gehören weitere – teils deutlich räumlich und topographisch voneinander getrennte – Ortschaften. Die Siedlungsstruktur des Hauptortes stellt sich durch die Jagst samt Bahnlinienverlauf zweigeteilt dar. Im Bereich der Talsohle befindet sich der historische Ortskern, beiderseits entlang der Hänge haben sich in den letzten Jahrzehnten Wohngebiete entwickelt. In Teilbereichen ist eine Grundversorgungsstruktur vor Ort gegeben, die durch die räumliche Nähe zur Kernstadt und den damit verbundenen Versorgungsmöglichkeiten ergänzt wird.
Mit dem Kreßbachsee und der Anbindung ans Radwegenetz ist Rindelbach auch Standort und Anziehungspunkt für Freizeitaktivitäten von Akteuren vor allem aus dem lokalen Umfeld.

Infrastruktur	Grundschule, Sportanlagen, einige mittelständische Gewerbebetriebe
Nahversorgung	Im Hauptort eine Bäckerei, ein Blumenladen, in den Ortschaften teils Metzgereien etc.
Erreichbarkeit / Anbindung ÖPNV	Bus, Bahn, Fahrradweg, Lage unweit der Kernstadt
Ortsteile	Einige räumlich und topographisch deutlich vom Hauptort getrennte Ortsteile. Auch hier einige mittelständische Gewerbebetriebe, in Teilen Nahversorgung vorhanden
Touristisches Angebot / Vermarktung	Kreßbachsee mit Strandbad, Potenzial „Fahrradtourismus“ scheint eher wenig erschlossen
Besonderheit	In Rindelbach selbst zweigeteilte Wohnstrukturen beiderseits der Jagst. → sehr weite Wege, Topographie

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ortschaft Röhlingen

Röhlingen liegt östlich der Ellwanger Kernstadt unweit der Autobahn A7. Im Zentrum des Hauptortes, der einen Eindruck als beliebter Wohnstandort macht, haben sich einige Geschäfte des kurz- und teilweise auch mittelfristigen Bedarfes gebildet. Im Gebiet des Hauptortes sind zudem einige mittelständische Betriebe in den Branchen Industrie, Handwerk und Dienstleistungen zu finden. Zu Röhlingen gehören unter anderem die Ortschaften Neunheim und Neunstadt, die Standort des größten Ellwanger Gewerbegebietes direkt an der Autobahn sind.

Infrastruktur	Schule, Kindergarten, Sportanlagen, Sport- und Veranstaltungshallen (Sechta-, Mühlbach-, Eichenfeldhalle), viele mittelständische Gewerbetreibende, Nähe zur A7
Nahversorgung	Im Hauptort gute Versorgungsstrukturen, auch mit Dienstleistern (Banken, Versicherungen)
Erreichbarkeit / Anbindung ÖPNV	Busanbindung, Nähe zur A7, L 1060 (Nördlingen), L1029 (Aalen)
Ortsteile	Neunheim / Neunstadt mit größtem Ellwanger Gewerbegebiet, in einigen Teilorten Nahversorgungsstrukturen vorhanden, Bausubstanz in den Ortskernen teilweise sanierungsbedürftig
Touristisches Angebot / Vermarktung	Besucherpotenzial durch Besucher des Flugplatzes, des Behindertenheimes und durch die Nähe zur A7.
Besonderheit	In Rötlen großes Behinderten- und Pflegeheim, in Erpfental: Flugplatz, bereits erwähnte Gewerbegebiete Neunheim / Neunstadt. Intakte, reizvolle Erholungslandschaft, Naherholungsgebiet mit Stausseen (z.B. Schlierbachstausee, Rötlener Stausee, Limesradweg). Reges und aktives Vereinsleben (über 20 Vereine).

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Ortschaft Schrezheim

Schrezheim liegt in unmittelbarer Nähe südlich der Ellwanger Kernstadt. Der Hauptort mit manchen Ortschaften ist sehr gut an die Kernstadt mit ihren Versorgungsmöglichkeiten angebunden, weshalb der Mangel an Grund- bzw. Nahversorgung in der Ortschaft selbst sich kaum auf die Beliebtheit als Wohnstandort auswirkt. In Schrezheim findet sich als Besonderheit die Antoniuskapelle mit ihrem überregional bekannten Fayencealtar. Der Fahrradtourismus prägt die Gastronomie und Beherbergungsbetriebe, die sich in Teilen auf diesen Tourismuszweig spezialisiert haben.

Infrastruktur	Schule, Sportanlagen, Kindergarten, Kleinkinderbetreuung, kein Gewerbegebiet
Nahversorgung	Nur vereinzelte Grundversorgungsstrukturen in Ortschafen. Fehlende Versorgungsstrukturen erscheinen durch die räumliche Nähe zu Kernstadt nicht problematisch
Erreichbarkeit / Anbindung ÖPNV	Bus, Bahn, Fahrradweg, Nähe zu Kernstadt
Ortsteile	Einige räumlich und topographisch deutlich vom Hauptort getrennte Ortsteile. Teilweise gute Versorgungsstrukturen (Eggenrot)
Touristisches Angebot / Vermarktung	Bekannter Fayencealtar in Schrezheim, Fahrradtourismus, Gasthöfe sind darauf spezialisiert
Besonderheit	Attraktiver Wohnstandort für Familien – „alles in der Nähe – und doch ländliche Umgebung“

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3.3 SWOT-Analyse Standort Ellwangen

Aus der Analyse des vorliegenden umfangreichen statistischen Materials und bereits bestehenden Untersuchungen / Studien, der Ergebnisse der städtebaulichen Analyse, der geführten Gespräche in der Expertenrunde sowie der Bürgerbefragung Ellwangen lassen sich für die Stadt Ellwangen Stärken und Schwächen sowie Risiken und Chancen zum Gesamtstandort ableiten.

Dabei gilt:

- Stärken und Schwächen sind von der Stadt Ellwangen selbst beeinflussbar,

- Chancen und Risiken sind dies zunächst nicht. Bei letztgenannten handelt es sich darüber hinaus in Teilen um Trends, die nicht nur in der Stadt Ellwangen, sondern auch darüber hinaus zu finden sind.

Es werden die wesentlichen Analyseergebnisse dargestellt – die Analyse kann somit also nicht als gänzlich abschließend betrachtet werden. Auch die Grenzen zwischen Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken sind zum Teil fließend und damit nicht überschneidungsfrei.

Die umfangreiche Analyse zu den Stärken und Schwächen für die einzelnen „Lebensbereiche“ Ellwangens wird im Anhang (Kap. 6.3) dargestellt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Stärken

- Schulen in allen Teilorten[1,5]
- Kindergärten in fast jedem Teilort[1]
- Angebot an Schulen (bester Benotung 1,9)[2]
- Angebote für Senioren (Note 2,5)[2]
- „Essen auf Rädern“ funktioniert ehrenamtlich[5]
- Angebote für Kinder (Kindergärten, Kinderdorf mit Tagesstätte)[4]
- Bewertungen von Hilfsangeboten, Integrationsangeboten sowie Angeboten für Menschen mit Behinderung nur durchschnittlich (Note 2,9; 2,7; 2,6)[2]
- Geringe Arbeitslosenquote[5] (2013: 2,3 % / Land BW: 3,9 %)
- Branchenmix in der Wirtschaft (diversifiziert, krisenresistent)[3,5]
- Einzelhandelsausstattung in der Innenstadt[5]
- Attraktive Arbeitsplätze[5]
- Positiver Pendlersaldo (+ ca. 2.130)[3]
- Anbindung Gewerbegebiet an Autobahn[4]
- Sauberkeit in der Stadt (Note 2,3)[2]
- Erhalt der Landschaft ist Bürgerschaft „sehr wichtig“ (1,5)[2]
- Bedeutung der Nachhaltigkeit, Nutzung regenerativer Energien[2]
- Natur/Erholung in der Stadt[5]
- Klare Vermarktung von Aktionen (Sommer in der Stadt)[1]
- Vereine und ihre Jugendarbeit[5]
- Kulturelle Einrichtungen: Basilika, Schloss, Limes, Römerkastell[4,2,1]
- Traditionelle Veranstaltungen (Kalter Markt, Pennäler Schnitzelbank)[4]
- Historische Bausubstanz, Flair der Altstadt[1,2,4]
- Historische Altstadt, Kalter Markt, gemütliche und kleine Stadt, Historie und Tradition sind die Top-5-Nennungen Bei Frage nach „Assoziation“[2]
- Kompakte Innenstadt[1,5]
- Starke, eigenständige Ortschaften[4]
- Nahversorgung in den Teilorten z.T. noch gegeben (oder Kernstadtnähe)[1], jedoch nicht flächendeckend
- Relativ geringe Pro-Kopf-Verschuldung (627 € / Land BaWü: 949 €)[3]
- Mehr als 90 % der Bürger wohnen „gerne“ in Ellwangen[2]
- Identifizierung/Heimatgefühl der Bevölkerung[1,2]
- Sitz des Landgerichts[4]
- Fast 50 % der Bürger möchten sich ehrenamtlich engagieren[2]
- Hohe Beteiligung v.a. der älteren Generation (beispielsweise Essen auf Rädern)[5]
- Schrezheim ist attraktiv für Familien[1]
- Lebensqualität (Ortsbild, Gemütlichkeit etc.)[4,5]
- Behinderten- und Pflegeheim[1]
- Medizinische Versorgung (u.a. St. Anna-Virngrund-Klinik) (Note 2,2)[2,4]
- Sportanlagen in allen Teilorten[1]
- Kreßbachsee, Freibad, Campingplatz, Flugplatz[1]
- Angebot an Sportanlagen (Note 2,4)[2]
- Klar strukturierte Wegeführung[1,4]
- Sicherheit (beispielsweise Beleuchtung Innenstadt) (Note 2,2)[2]
- Straßenraumgestaltung (Brunnen, Skulpturen) und öffentlicher Raum[4]
- Gestaltung der Schaufenster und Außengastronomie auf historisches Ambiente/Fassaden abgestimmt[4]
- Ortsbild der Stadt allgemein (Note 2,1)[2]
- Erreichbarkeit (ÖPNV, IR-Anschluss, Individualverkehr, A 7)[1,4]
- Fahrradwege[1]
- Umgehungsstraßen = Verkehrsberuhigung[4]
- Teilweise sind Gasthöfe auf Fahrradtourismus eingestellt[1]
- Touristisches Angebot (Note 2,4)[2]
- Kocher-Jagst-Radweg[4]

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Schwächen

- Fehlendes Hochschulangebot meiste Nennung bei Nachnutzung Kaserne[2]
- Bildungsangebote zu flexiblen/neuen Formen von Aus- und Weiterbildungs-möglichkeiten/Studiengängen ausbaufähig[5]
- Angebot an seniorengerechten Wohnkonzepten (Note 3,2)[2]
- Zu wenig betreutes Wohnen/Mehrgenerationenwohnen[5]
- Fehlende Ausgehmöglichkeiten für Jugendliche / Junge Menschen / „mittlere“ Generation [2 5]
- Grundversorgung/Einkaufsmöglichkeiten in den Teilorten[5]
- In überregionalen Printmedien mit Wirtschaftsthemen wenig präsent, trotzdem kein negatives Image[4]
- Fördermittel, Wahrnehmung der Wirtschaftsstruktur[1]
- Grünflächen/Gemeindebegrünung (Note 3,0)[2]
- Fehlende Einkaufsmöglichkeiten, Bürgerbefragung: fehlendes Einzelhandels-Angebot (Note 3,1) – allgemein zentralste Schwäche, meistgenannte konkrete Verbesserungsmaßnahme[2]
- Wichtigste Themenfelder (Top 5): Angebot Innenstadt, Attraktivität/Ausbau Innenstadt, Belebung Innenstadt [2]
- z.T. sichtbare Leerstände[1]
- Qualitätsunterschiede bei Stadtmobiliar und Abfallbehältern[1]
- Teilweise nicht mehr zeitgemäße Außendarstellung von Läden[1,2]
- Nutzung der Einkaufsmöglichkeiten in den Teilorten (Note 2,7)[2]
- Teilweise negatives Image Ellwangens[5]
- Stadt in überregionaler Presse zu wenig präsent[4]
- Einheitliches „Wir-Gefühl“ aufgrund der weiten Streulage der Ortschaften schwierig[1]
- Ehrenamt: Fast einem Drittel der befragten Bevölkerung sind Beteiligungsmöglichkeiten unbekannt[2]
- Angebot an Mietwohnungen/Eigentumsimmobilien (Note 3,3/3,2)[2]
- Innenstadtnaher Wohnraum für junge Familien zur besseren Integration[5]
- Nachfolge Ärzte unsicher – vor allem in den Ortschaften[5]
- Platzlagen ohne Funktion > mangelnde Aufenthaltsqualität[1]
- z.T. „Schilderwald“[1]
- Angebote für junge Menschen/ Möglichkeiten zum Ausgehen[2]
- Zu kleine Fußgängerzone, fehlender zentraler Platz[2]
- Unbelebter Marktplatz, da nicht an Haupteinkaufsstraßen[4]
- Übriger Altstadtbereich sanierungsbedürftig[4]
- ÖPNV (Anbindung, Taktung)[2]
- Verkehrliche Infrastruktur (beispielsweise Parkplätze, Verkehrsführung, Durchgangsverkehr, etc.)[2]
- Potenzial Fahrradtourismus nicht durchgehend erschlossen[1]
- Potenziale im Bereich Tourismus nicht ausgeschöpft (Übernachtungen Geschäftskunden)[5]
- Aufenthaltsdauer (2 Tage) und Bettenauslastung (27,8 %) nur durchschnittlich[5]

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Chancen

- Trend zu höheren Bildungsabschlüssen
- Alterswanderung positiv (+2,9)[3]
- Allein schon angesichts der Demografie künftig Zukunftsaufgaben der Gesellschaft und damit auch in den Kommunen
- Kulturelles Angebot ist z.T. mit ein Standortfaktor für Entscheidungsgrundlage Wohnstandort- und Arbeitsplatzentscheidung
- Trend „zurück in die Innenstadt“ bundesweit feststellbar, macht auch Ellwanger Innenstadt als Wohn-, Erlebnis- und Arbeitsplatzstandort generell attraktiver
- Jahrzehntelang gepflegte Kulturelemente (beispielsweise „Kalter Markt“) können „emotionaler Kitt“ für die Bevölkerung sein
- Trend zur Nachfrage nach neuen Wohnformen (Bsp. Mehrgenerationenwohnen)[5]
- Trend zum „innerstädtischen Wohnen“
- Trendthema „Gesundheit“
- Senioren als neue Generation von Sportlern
- Kinder- und familienfreundliche Stadtgestaltung, Illuminierung
- Intelligente Nutzung verschiedener, moderner Verkehrsmittel (Car-Sharing, E-Mobilität)
- Trend zum regionalen Tourismus
- Trend zur „Nachhaltigkeit“
- Über regionale Kooperation Steigerung im Tourismus möglich
- Umnutzung Kaserne für Freizeit, Bildung, Wohnen – insgesamt Potenzial![2]
- Neue Zielgruppen durch demographischen Wandel („reisewillige Betagte“)

Risiken

- Demographischer Wandel: Rückgang der Schülerzahlen
- Entwicklung der Mobilität und Versorgung (Ärzte, Nahrungsmittel) vor dem Hintergrund des demographischen Wandels
- Hohe negative Bildungswanderung (-24,3 Pers / 1.000 EW)[3]
- Geringe Akademikerquote (wenig Angebot)[2,5]
- Beschäftigungszahlen:[3]
    - geringe Erwerbstätigenquote (ca. 54,8 % / Ostalbkreis: ca. 58,2 % / Land BW: ca. 56,4 %),
    - geringe Frauenerwerbstätigenquote (ca. 49,0 % / Ostalbkreis: ca. 50,8 % / Land BW: ca. 51,6 %)
    - geringer Beschäftigtenanteil DL-Sektor (ca. 5,4 % / Ostalbkreis: ca. 8,6 % / Land BW: ca. 13,4 %),
    - geringer Anteil Hochqualifizierter am Wohnort (ca. 8,6 % / Ostalbkreis: ca. 9,1 % / Land BW: ca. 11,6 %)[3]
- Hohes Durchschnittsalter 2030 (48,0)[3]
- Hoher Altenquotient 2030 (55,3)[3]
- Negative Bevölkerungsentwicklung (ca. - 3,6 % bis 2030)[3]
- Überregionale Verbindung (Eisenbahn, Flughafen)[4]
- Tendenz führt zur höheren Wohnungsnachfrage bei kleiner werdender Belegungsdichte
- Steigende Herausforderungen für Belebung / Einzelhandel in Innenstädten
- Zunahme der Kriminalität allgemein in der Gesellschaft
- Häufig: Hohe kostenintensive Projekte + Anspruchsdenken > Nicht alle Einzelwünsche können erfüllt werden!
- Erhalt der Infrastruktur aufgrund demographischem Wandel schwierig[5]
- Fachkräftemangel, v.a. Nachwuchs im Handwerk[5]
- Allgemein unklare Weiterentwicklung des Steuersystems und damit auch der Einnahmequel-

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

len für die Kommunen
- Demografische Entwicklung kann zu Bedeutungsverlust einzelner Kulturelemente und auch zum Identitätsverlust von Stadtteilen führen
- Rückgang der Beteiligung in Vereinen – weg von langfristigem Engagement hin zu eher „punktueller ehrenamtlicher Beteiligung“
- Abhängigkeit von privaten Investoren
- Hohe Kosten im Gesundheitssystem durch „alternde Gesellschaft“
- Steigende Pflegeintensität
- Flächendeckende medizinische Versorgung (Ortschaften) schwierig
- Trend zur Multi-Optionalität und wachsende Ansprüche im Tourismus
- Ortschaften liegen z.T. in weiter Entfernung zur Kernstadt[1]

[1] Städtebau-Check 2013
[2] Bürgerbefragung 2013
[3] Statistische Daten, beispielsweise www.wegweiser-kommune.de, www.statistik-bw.de usw.
[4] Konzepte/Unterlagen der Stadtverwaltung
[5] Expertenrunde 2013

3.4 Fazit: Analyse & Konsequenzen für die künftige Stadtentwicklung Ellwangens

- Ellwangen verfügt über ein hohes relatives Arbeitsplatzangebot mit einem attraktiven Branchenmix, über ein positives Pendlersaldo und über eine geringe Arbeitslosenquote. Es herrschen also gute wirtschaftliche Rahmenbedingungen, obwohl die ungebundene Kaufkraft unterdurchschnittlich ist. Daher ist es **wichtig, diese guten Voraussetzungen weiter zu stärken, auch um der Abwanderung junger Menschen entgegenzuwirken.**

- Die zentrale Stärke Ellwangens ist die historische Altstadt mit ihrer historischen Bausubstanz, ihrem Flair, ihrer Gemütlichkeit sowie ihr attraktives Erscheinungsbild insgesamt. Hinzu kommen kulturelle Einrichtungen wie die Basilika, das Schloss oder das Römerkastell sowie die traditionellen Veranstaltungen wie der Kalte Markt. **Geschichte, Kultur und Tradition sind also die Elemente, mit denen Ellwangen primär assoziiert wird und welche weiterhin einen hohen Stellenwert einnehmen sollten**.

- Obwohl die historische Altstadt als attraktiv wahrgenommen wird, weist sie dennoch mehrere Defizite auf. So herrscht beispielsweise aufgrund der unklaren Funktion mancher Platzlagen eine mangelnde Aufenthaltsqualität. Weiterhin ist der Marktplatz schwach frequentiert (Aufnahme in der Bauphase) und das Einzelhandelsangebot

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

wird insgesamt als zu wenig umfangreich wahrgenommen. Teilweise wirkt die Außendarstellung von Geschäften nicht mehr zeitgemäß und es sind Leerstände sichtbar. Dennoch sind durchaus starke Fachgeschäfte bzw. Magnetbetriebe vorhanden. **Die Wahrnehmung der Innenstadt ist also ambivalent, was einerseits die Wichtigkeit dieses Themenfeldes verdeutlicht und andererseits zeigt, dass Gestaltungsmöglichkeiten vorhanden sind**.

- Infrastrukturell sind die medizinische Versorgung in Ellwangen wie auch das Bildungsangebot als gut zu bewerten, jedoch ist der **kommunale ÖPNV** als verbesserungswürdig einzustufen (die überregionale Anbindung Ellwangens mit Autobahn und Interregio ist gut). Verbesserungswürdig sind auch die Ausgehmöglichkeiten für jüngere Menschen / die „**mittlere Generation**".

- Das Image der Stadt wird zum Teil als negativ wahrgenommen und in der Gesamtstadt Ellwangen fehlt vor allem aufgrund der Weitläufigkeit des gesamten Stadtgebietes ein echtes „Wir-Gefühl". Dennoch sind ein Heimatgefühl und ein starker Zusammenhalt zu spüren, da sich **vor allem die ältere Generation ehrenamtlich beteiligt und darüber hinaus viele Bewohner die Bereitschaft haben, sich zu engagieren**. Dies wird auch in den zahlreichen Vereinen deutlich, die zumeist über eine gute Jugendarbeit verfügen.

- Eine große Stärke Ellwangens ist die Landschaft in Verbindung mit den naturnahen Tourismus- und Freizeitangeboten (Kreßbachsee, Campingplatz, Flugplatz, Fahrradwege). **Um die Erlebbarkeit der Natur zu bewahren, muss ein Hauptaugenmerk auf eine nachhaltige Entwicklung gelegt werden**.

- Die Ortschaften gelten zumeist als attraktive Wohnstandorte. Die vier Hauptorte verfügen größtenteils über ausreichende Nahversorgungsstrukturen wie auch Infrastruktureinrichtungen (Schulen, Kindergärten, Busanbindung). Die Ortsteile, die sehr verstreut liegen, sind oft landwirtschaftlich geprägt und die Bausubstanz ist teilweise sanierungsbedürftig. **Daher müssen einerseits Ellwangens Ortschaften und andererseits deren Ortsteile differenziert betrachtet werden.**

Damit liegen die Konsequenzen der sehr komprimiert dargestellten, umfangreichen Analyseergebnisse vor. Es gilt nun im Folgenden, daraus die Leitsätze und Ziele der künftigen

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Stadtentwicklung abzuleiten. Aus der Untersuchung und Darstellung der gesamten Analyseergebnisse ergeben sich folgende zentrale Handlungsschwerpunkte:

- **A: „Junge Kraft in unsere Stadt“**
- **B: „Soziales“**
- **C: „Wirtschaftsstandort“**
- **D: „Nachhaltiges Leben“**
- **E: „Kultur“**
- **F: „Innenstadtentwicklung“**
- **G: „Konversion“**
- **H: „Ortschaften“ (mit den vier Ortsteilen)**

Diese Schwerpunkte stellen die Themenfelder dar, in denen für die nächsten 5-7 Jahre die größten Chancen und Potenziale für eine weitere Stärkung des Standortes Ellwangen gesehen werden. Diese Handlungsschwerpunkte werden zunächst mit „Leitsätzen“ näher erläutert und dann mit Zielen konkretisiert. Um diese Ziele zu erreichen, werden Maßnahmen mit ersten Umsetzungsschritten genannt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Die Strategie

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

4 Die Strategie

4.1 Vorbemerkung: Wie die Strategie aufgebaut ist (Elemente)

Als Ergebnis aus dem Methodenmix liegen die Inhalte der Elemente für die Fortschreibung des Stadtleitbildes „Ellwangen 2020 – stark für die Region“ nun vor. Die Elemente sind folgendermaßen gegliedert:

1. **Kernbotschaft**: Verdichtet man die Handlungsschwerpunkte (siehe unten), ergibt sich eine Kernbotschaft. Diese ist kein Slogan, auch keine Marke für Ellwangen. Es handelt sich aber um die auf wenige Wörter zusammengefasste Botschaft, die über allen Handlungsschwerpunkten steht.

2. **Handlungsschwerpunkte**: In den Handlungsschwerpunkten werden die aktuell wichtigen Themen für die Stadt Ellwangen zusammengestellt (ohne Anspruch auf Vollständigkeit). Die Handlungsschwerpunkte geben an, welche inhaltlichen Schwerpunkte auf Basis der Analyseergebnisse künftig gelegt werden sollten.

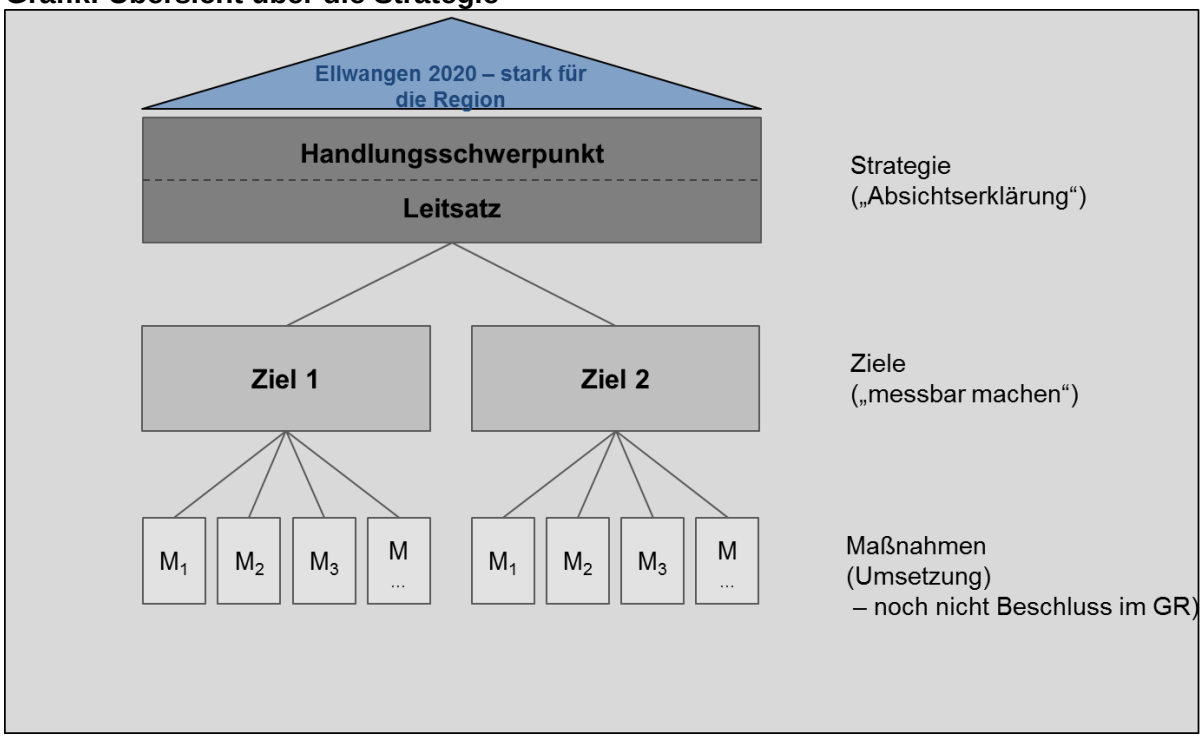
3. **Leitsätze:** Zu den Handlungsschwerpunkten wurde jeweils ein Leitsatz formuliert, der die zukünftig erwünschte Entwicklung in den Handlungsschwerpunkten konkretisierend erläutert.

4. **Ziele**: Zu jedem Handlungsschwerpunkt wurden Ziele definiert. Sie geben letztlich die Stoßrichtung des Handlungsschwerpunktes vor.

5. **Maßnahmen**: Der Kernbotschaft mit den Handlungsschwerpunkten, den Leitsätzen sowie den Zielen werden entsprechend Maßnahmen zur „Zielerreichung“ zugeordnet und damit konkrete Hinweise zur Umsetzung gemacht. Die Maßnahmen, die zunächst angegangen werden sollen und von hoher Bedeutung sind, sind bereits weiter konkretisiert und im Band 1 der Fortschreibung dargestellt. Weitere Maßnahmen befinden sich im Band 2. Wichtig dabei ist zu beachten, dass nicht nur diese, sondern auch andere beziehungsweise weitere Maßnahmen die Ziele erfüllen können.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Grafik: Übersicht über die Strategie



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

Die dokumentierten Maßnahmen wurden wie folgt erarbeitet:

a. Erste Ideen für die Maßnahmen stammen bereits aus der Analyse, v.a. aus der Bürger- und Schülerbefragung, der städtebaulichen Analyse, der Amtsleiterrunde und der Expertenrunde.

b. Weitere Ideen für Maßnahmen wurden dann im Rahmen der beiden „Bürgerforen“ von der Bürgerschaft wie auch in Ortschaftsratsitzungen erarbeitet.

c. Die Ideen wurden von der imakomm AKADEMIE aufgegriffen und gemeinsam mit der Leitbildkommission bearbeitet. Dabei wurden Maßnahmen weiterentwickelt, teilweise Einzelmaßnahmen zusammengefasst, einzelne Ideen auch abgeändert, teilweise aber auch zunächst zurückgestellt. Daraus entstand ein Entwurf von Maßnahmen.

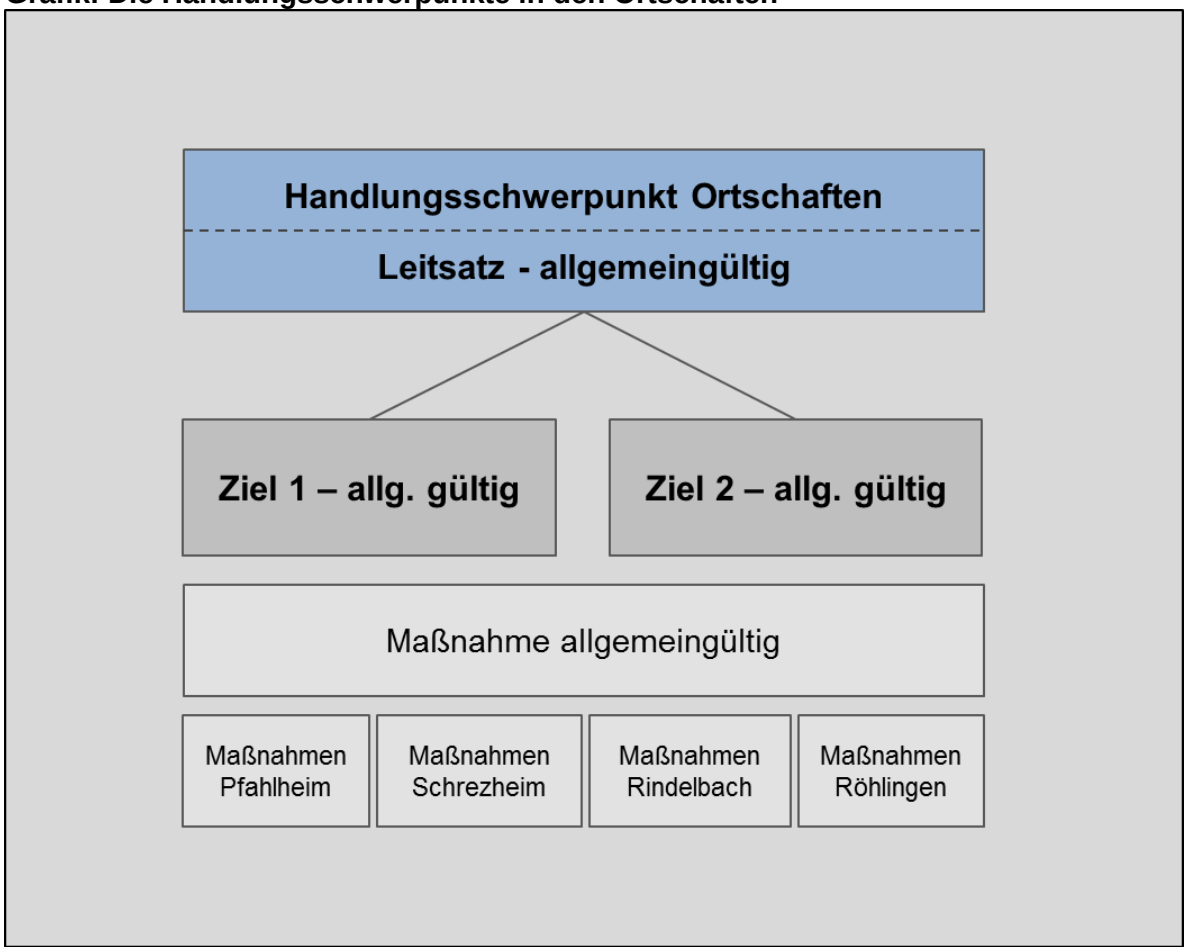
d. Die so weiterentwickelten Maßnahmen wurden einer Online-Abstimmung durch die Bürgerschaft wieder zugeführt. Dabei konnten alle Bürgerinnen und

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Bürger die Maßnahmen sichten und nach Prioritäten aus der jeweiligen subjektiven Sicht in eine Rangfolge bringen. Zudem bestand nochmals die Möglichkeit, Anmerkungen zu bestehenden Maßnahmen und Ideen für weitere Maßnahmen einzubringen.

e. Das Ergebnis dieser Bewertung durch die Bürgerschaft wurde von der Leitbildkommission und der imakomm AKADEMIE wieder aufgegriffen und bei der endgültigen Ausarbeitung der Maßnahmen berücksichtigt.

Grafik: Die Handlungsschwerpunkte in den Ortschaften



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

4.2 Der Grundansatz von Ellwangen

(1) Die zentralen Themen / Herausforderungen:

Ellwangen weist zahlreiche Potenziale aber auch Herausforderungen auf (siehe Analyseergebnisse). Es zeigen sich aber insgesamt acht ganz zentrale Herausforderungen:

A: „Junge Kraft in unsere Stadt“
B: „Soziales“
C: „Wirtschaftsstandort“
D: „Nachhaltiges Leben“
E: „Kultur“
F: „Innenstadtentwicklung“
G: „Konversion“
H: „Ortschaften“ (mit den vier Ortsteilen)

Diese Themen prägen in ganz erheblichem Maße die gesamte Stadt und deren Entwicklung. Somit sind diese acht Herausforderungen als **Handlungsschwerpunkte** definiert und bedingen sich zum Teil gegenseitig. Beispielweise gehören zum „Wirtschaftsstandort“ auch unweigerlich städtebauliche Themen wie eine attraktive Innenstadt als auch weiche Themen (u.a. Kinderbetreuung, Image der Stadt).

(2) Phasen: Konzentration auf diese Schwerpunkte, dann Zwischenbilanz und ggf. Korrektur der Strategie:

Folgt man den Ergebnissen aus Punkt (1), dann heißt das: Zunächst sollten zeitliche, personelle und auch finanzielle Ressourcen auf die genannten Herausforderungen und die damit einher gehenden Maßnahmen konzentriert werden. Eine Schwerpunktsetzung auch bei der Maßnahmenumsetzung muss allerdings erfolgen, um Effekte zu erhöhen.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Daraus folgt aber auch, dass diese Schwerpunkte regelmäßig überprüft werden müssen und ggf. im weiteren Verlauf der Umsetzung eine weitere Priorisierung der Maßnahmen und Schwerpunkte erfolgen muss. Die Schwerpunkte sind also nicht für die nächsten 10 bis 15 Jahre „in Stein gemeißelt“ vielmehr muss auch schon nach kürzeren Zeitabschnitten die Strategie nochmals überprüft werden. Das heißt:

- **Zunächst**: Konzentration von Ressourcen auf die Handlungsschwerpunkte und konkrete Maßnahmen.

- **Im weiteren Verlauf:** Zwischenbilanz nach ca. fünf Jahren. Dann ggf. Korrektur/Ergänzung/Priorisierung der Schwerpunkte.

(3) Möglichst sämtliche Maßnahmen/Entscheidungen vor allem von Stadtverwaltung, Gemeinderat u.a. sollten künftig von diesen Institutionen selbst auf deren Kompatibilität mit den acht Handlungsschwerpunkten hin überprüft werden.

4.3 Kernbotschaft / Handlungsschwerpunkte und Ziele

4.3.1 Die Kernbotschaft

„Ellwangen 2020 – stark für die Region.“

Nimmt man den Anspruch - auch als eine Art „Motto“ - der Stadt Ellwangen ernst und versucht, diesen konsequent in der Strategie zu berücksichtigen, bedeutet das für die künftige Stadtentwicklung in Ellwangen:

- **„stark“, „für die Region“**: Bei der Planung künftiger Maßnahmen der Stadtentwicklung – unabhängig, ob es sich dabei um eine Aktion, ein Event, eine Baumaßnahme

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

usw. handelt – muss diese wie folgt hinterfragt werden: „stärkt diese Maßnahme die Stadt in Ihren Stärken bzw. in den Handlungsschwerpunkten“? – gerade auch hinsichtlich der weichen Faktoren, die für ein positives Image der Stadt Ellwangen sorgen. Und: „kommen wir mit dieser Maßnahme der Bedeutung als Mittelzentrum – das heißt auch Wirkungen über die Stadtgrenzen hinaus – nach?“

4.3.2 Die Handlungsschwerpunkte

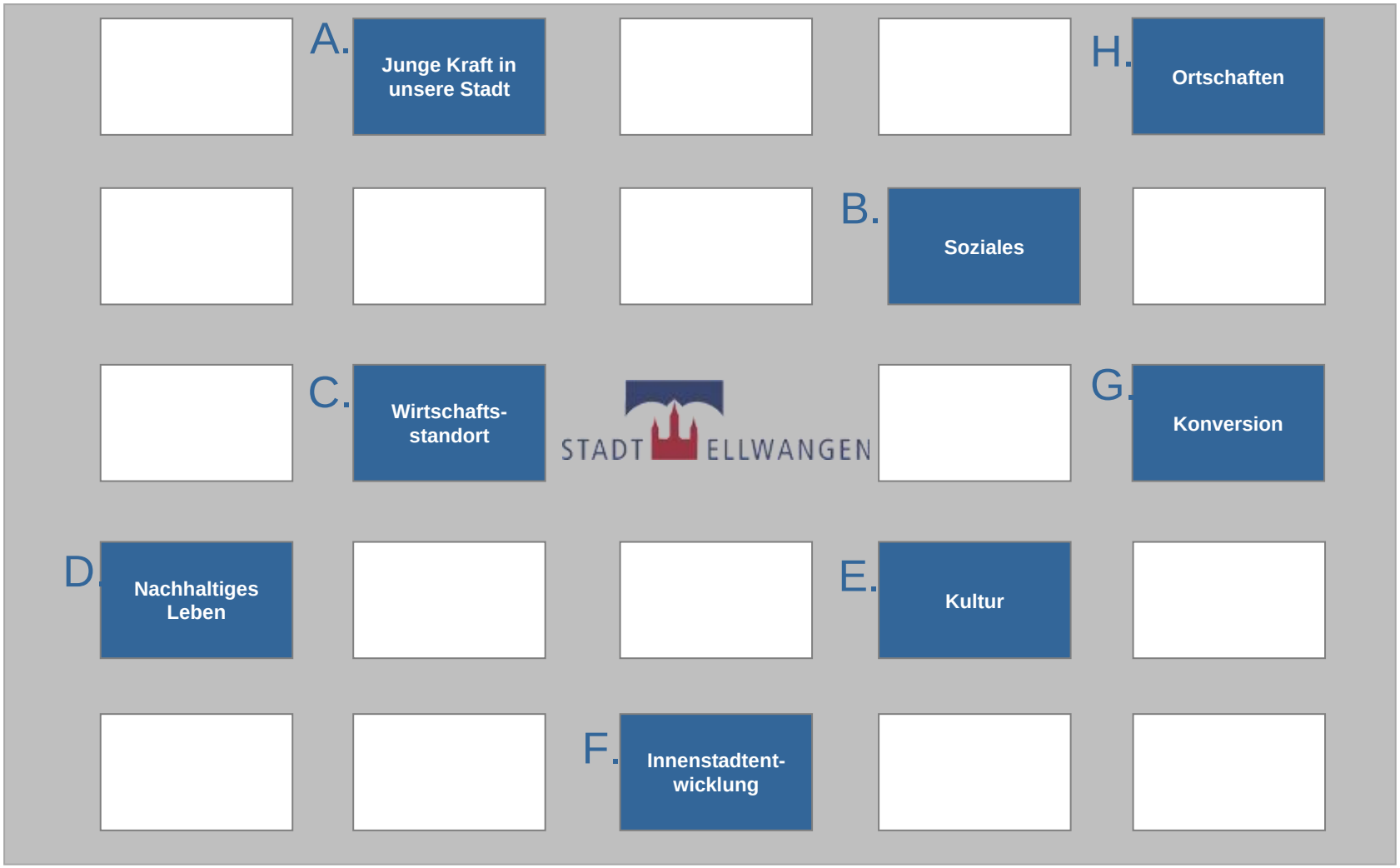
Auf folgende Handlungsschwerpunkte sollte sich die Stadtentwicklung in den nächsten Jahren konzentrieren (Hinweis: Der Handlungsschwerpunkt G „Konversion“ wird im Rahmen des Konversionsentwicklungskonzeptes inhaltlich weiter definiert):

Handlungsschwerpunkt A: „Junge Kraft in unsere Stadt“
Handlungsschwerpunkt B: „Soziales“
Handlungsschwerpunkt C: „Wirtschaftsstandort“
Handlungsschwerpunkt D: „Nachhaltiges Leben“
Handlungsschwerpunkt E: „Kultur“
Handlungsschwerpunkt F: „Innenstadtentwicklung“
Handlungsschwerpunkt G: „Konversion“
Handlungsschwerpunkt H: „Ortschaften“ (mit den vier Ortsteilen)

Diesen Handlungsschwerpunkten sind ein übergeordneter Leitsatz und konkretisierende Ziele zugeordnet. Die folgende Grafik zeigt die Handlungsschwerpunkte und verdeutlicht, dass diese eine Konzentration auf nur einige Themenfelder darstellen und es daneben noch weitere, ebenfalls nicht außer Acht zu lassende Themenfelder gibt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Grafik: Die zentralen Handlungsschwerpunkte der künftigen Stadtentwicklung in Ellwangen



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

4.3.3 Strategie konkret: Die Leitsätze mit den Schlagzeilen und den Zielen

Zu den Handlungsschwerpunkten wurde jeweils ein **Leitsatz** formuliert, der die zukünftig erwünschte Entwicklung in den Handlungsfeldern konkretisierend erläutert. Zudem bringt eine **„Schlagzeile“** den Inhalt des jeweiligen Handlungsschwerpunktes kurz und prägnant auf den Punkt. Weiterhin wurden zu jedem Handlungsschwerpunkt **Ziele** formuliert, die den einzelnen Maßnahmen vorgreifen.

Im Folgenden sind die Handlungsschwerpunkte mit den dazugehörigen Leitsätzen, Schlagzeilen und Zielen dargestellt. Die den Handlungsschwerpunkten zugeordneten Maßnahmen mit der höchsten Priorität sind in Kapitel 5 (Umsetzung) dargestellt. Die übrigen Maßnahmen werden im Band 2 aufgeführt.

Handlungsschwerpunkt A: „Junge Kraft in unsere Stadt“

„Moderne Stadt mit Zukunft“; „Ellwangen bildet“

Leitsatz: Attraktive Angebote im Bereich der "Bildung" sollen geschaffen und kommuniziert werden. Damit können wir einer Fachkräftelücke vorgreifen und jungen Menschen noch mehr in Ellwangen bieten. Des Weiteren müssen auch die Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit junge Menschen und Familien gerne (zurück) nach Ellwangen kommen und bleiben.

Ziele:

(1) Es wird ein "Einwohnermarketing" aufgebaut, das sich gezielt sowohl an potenzielle "Rückkehrer" als auch grundsätzlich an neue Bürger wendet. Dabei ist es wichtig, dass die Modernität der Stadt nach außen besser kommuniziert wird.
(2) Aus- und Weiterbildungsangebote müssen vernetzt und erweitert werden. Diese verschiedenen Angebote müssen über entsprechende Informationskanäle kommuniziert und beworben werden.
(3) Die interkommunale Zusammenarbeit muss geprüft und forciert werden.
(4) Die Attraktivität Ellwangens für junge Menschen muss weiterentwickelt werden.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt B: Soziales

„Gemeinsam – Sozial – Nachhaltig“

Leitsatz: Bereits heute schon sind die Stadt Ellwangen, ihre Bürgerschaft und sozialen Institutionen in vielen sozialen Belangen aktiv und legen Wert auf entsprechende Angebote und nachhaltige Projekte im sozialen Bereich. Hinzu kommt, dass viele hervorragende soziale Einrichtungen und Ausbildungsstätten einen Sitz in Ellwangen haben. Diese Stärke gilt es, noch weiter auszubauen und die Aktivitäten miteinander zu vernetzen. Das Miteinander in allen Lebenslagen soll weiter gefördert werden. Hierfür ist die Einbeziehung des Ehrenamts wichtig. Für Senioren, die junge Generation, Menschen mit Handicap, Migranten und Familien muss noch mehr getan werden. Dazu gehört auch, die Rahmenbedingungen zu schaffen, um den Heimatgedanken und die Verbundenheit mit der Stadt zu stärken ("sich wohlfühlen" und "ankommen"). Eine Handlungsanregung dafür soll auch das der Stadt Ellwangen als bisher einzige Stadt in Baden-Württemberg verliehene Prädikat „Du bist willkommen! Stadt ohne Rassismus – Ellwangen mit Courage“ mit den damit verbundenen Realisierungsauflagen für die Zukunft sein.

Ziele:

(1) Das Ehrenamt soll gestärkt werden: Dies soll zum einen über eine "Mitmach-Kultur" und direkte Einbindung in die Umsetzung von Projekten erfolgen. Zum anderen müssen die Beteiligungsmöglichkeiten deutlich besser kommuniziert werden.
(2) Die Integration von Migranten und Neubürgern sowie die Inklusion sind selbstverständlich.
(3) Ellwangen wird als "familienfreundliche Stadt“ auch durch generationenübergreifende Projekte weiter ausgebaut.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt C: Wirtschaftsstandort

„Ellwangen: Suche Fachkraft – Biete Lebensqualität!“

Leitsatz: Der Wirtschaftsstandort verfügt über Spitzenunternehmen, neue Betriebe finden hier beste Voraussetzungen. Auf die Qualifizierung und Akquise von Fachkräften muss ein Schwerpunkt gelegt werden. Die Lebensqualität im Mittelzentrum Ellwangen ist hoch und das Angebot an Schulen, kulturellen Veranstaltungen, Natur und Landschaft, Einkaufen sowie die Altstadt sind äußerst attraktiv. Diese Stärken des Lebens- und Arbeitsortes müssen noch besser kommuniziert werden.

Ziele:

(1) Der Ausbau der Vermarktung und die Imagepflege des Wirtschaftsstandortes sollen dazu führen, attraktiv für die Ansiedlung von Unternehmen und Arbeitnehmer zu sein. Auch für die Bestandsunternehmen werden die infrastrukturellen Rahmenbedingungen stetig verbessert.
(2) Anreizsysteme für die Attraktivierung Ellwangens als Fachkräftestandort, d.h. als Zukunftsstandort mit innovativen Konzepten für die Akquise und Bindung von Fachkräften gerade auch von Frauen, werden aufgebaut. Maßnahmen dazu werden kurzfristig angegangen und ausgebaut
(3) Informationen und Angebote der überregionalen Netzwerke und Projekte sollen genutzt und auf die kommunale Ebene transportiert werden.

Handlungsschwerpunkt D: Nachhaltiges Leben

Leitsatz: "Nachhaltigkeit" soll in Ellwangen zukünftig verstärkt "gelebt“ und das Bewusstsein hierfür gefördert werden.

Ziele:

(1) Die Bürgerschaft soll sich mit dem Thema der Nachhaltigkeit identifizieren und dieses auch im "Alltag" wiederfinden. So kann der Standort Ellwangen auch letztlich als "Nachhaltige Stadt" vermarktet werden.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

(2) Regionale Kreisläufe und damit auch der Netzwerkgedanke werden angeregt und gestärkt.
(3) Eine umweltschonende Energiegewinnung soll aufgebaut und in erster Linie dafür genutzt werden, den eigenen Bedarf in Ellwangen zu decken.
(4) Energieeinsparung hat bei allen Entscheidungen große Bedeutung.

Handlungsschwerpunkt E: Kultur

„Kultur – Erbe und Zukunft“

Leitsatz: Ellwangen ist "Kultur-Stadt". Die Kultur als "weicher Standortfaktor" ist von entscheidender Bedeutung. Die traditionellen Veranstaltungen sollten lebendig gestaltet werden. Darüber hinaus sind der Mut und die Offenheit gegenüber neuen kulturellen Strömungen zu fördern.

Ziele:

(1) Wir wollen das kulturelle Erbe weiterführen und weiterentwickeln und offen für neuere kulturelle Entwicklungen sein.
(2) Kultur muss gemeinsam in der Region interkulturell gestaltet und entwickelt werden.
(3) Wir wollen Räume für Kultur öffnen. Dies beinhaltet, entsprechende Infrastruktur zu schaffen.
(4) Das kulturelle Angebot wird bereits gut kommuniziert. Dennoch sind moderne Kommunikationsformen zielgruppengerecht einzubeziehen (Social Media).

Handlungsschwerpunkt F: Innenstadtentwicklung

„Zukunftsfragen in der Innenstadt mit aktiver Politik beantworten“

Leitsatz: Die Innenstadt Ellwangens ist kompakt und attraktiv und die Bedeutung einer attraktiven Innenstadt ist sowohl für die eigenen Einwohner als auch für die Besucher sehr groß. Somit sind die Stärken der Innenstadt weiter auszubauen. Gerade die Innenstädte von Klein- und Mittelstädten mit ihren innerstädtischen Betrieben stehen in

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

der Vergangenheit und heute vielen Herausforderungen gegenüber, bspw. dem Verlust der Bedeutung als vorrangiger Einzelhandelsstandort und der damit in Verbindung stehenden sinkenden Frequentierung. Diese Herausforderungen gilt es, aktiv aufzugreifen und damit auch für die Zukunft eine attraktive Innenstadt, u.a. auch als Kommunikations- und Aufenthaltsort für alle, vorzuhalten.
Noch "stärker" werden heißt:
- Noch mehr Qualität in die Innenstadt-Gestaltung bringen: Frequentierte Plätze/Lagen miteinander attraktiv verbinden (bspw. mit optischen Elementen wie Begrünung, Skulpturen etc.) und klare Funktionen zuweisen. Dabei ist der Erhalt der historischen Bausubstanz unabdingbar.
- Um die Angebotsvielfalt in der Innenstadt zu bewahren und ggf. noch auszubauen, soll weiterhin die Besetzung potenzieller Leerstände mit neuen Anbietern unterstützt werden. Dazu gehört auch, an strategischen Standorten intensiv die Entwicklung zeitgemäßer Flächen, welche die aktuellen Ansprüche erfüllen, voranzutreiben. Dabei sind Angebote über den Einzelhandel hinaus wichtig für die nachhaltige Entwicklung des Standortes Innenstadt.
- Die Erreichbarkeit der Innenstadt für die Einwohner der Ortschaften muss gewährleistet sein. Nur so ist es möglich, das Angebot (Bildung, Ärzte, Einzelhandel, sonstige Dienstleistungen) für alle Einwohner Ellwangens "nutzbar" zu machen – gerade auch vor dem Hintergrund der Infrastrukturentwicklung in den Ortschaften.
- Tourismusförderung als zentrale Aufgabe der Innenstadtentwicklung.

Ziele:

(1) **Mehr "mit" der Innenstadt:** (Investitions- /Ansiedlungs-)Entscheidungen sind immer hinsichtlich möglicher "Kopplungen" mit der Innenstadt zu prüfen.
(2) **Mehr "in" der Innenstadt:** Image und Angebot der Innenstadt werden verbessert. Dazu gehört auch, weitere Angebote (fernab von Handel) zu schaffen, beispielsweise Ausgehkultur, Kinderspielplätze etc.
(3) **Noch mehr Qualität in der Innenstadt:** Das betrifft einerseits eine einheitliche Gestaltung der Innenstadt. Das betrifft aber auch die Gestaltung und Schaffung von städtebaulichen "Verbindungen". Dies zielt vor allem auf eine Integration des Marktplatzes in die zentrale Einkaufslage ab.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

(4) Darüber hinaus soll sich "Qualität" auch sowohl in den innerstädtischen Betrieben (Gestaltung und Service in den Geschäften, der Immobilien) als auch im Branchenmix wiederfinden.
(5) **Innenstadt "einbetten":** Die Innenstadt mit ihrem Angebot soll für alle Bürger Ellwangens gut erreichbar sein.
(6) Unser Marktplatz braucht Belebung. Dazu sollen weitere gastronomische Angebote in und um den Marktplatz etabliert werden.

Handlungsschwerpunkt G: Konversion

Leitsatz: Die Entwicklung der Konversionsflächen hat sowohl für die Stadt Ellwangen als auch für die Raumschaft hohe Bedeutung. Im Rahmen des Konversionsentwicklungskonzeptes sollen die Potenziale, die sich durch die freiwerdenden Flächen ergeben, aufgegriffen und Synergien, die beispielsweise durch das Bundessprachenzentrum gegeben sind, gezielt genutzt werden. Um die Stadt entsprechend auf diesen Flächen zu "erweitern", gilt es einen passenden Nutzungsmix zu entwickeln, u.a. *„Leben und Lernen im städtischen Flair".*

Der Handlungsschwerpunkt Konversion wird im Zuge des Konversionsentwicklungskonzeptes inhaltlich weiter ausgestaltet, daher sind lediglich Ziele definiert.

Ziele:

Ein Flächenkonzept soll im Rahmen des Konversionsentwicklungskonzeptes bis 2015 vorliegen. Die Konversionsflächen sollen für komplementäre Nutzungen, die für die zukünftige Entwicklung Ellwangens von Bedeutung sind, nutzbar gemacht werden. Folgende Projektansätze ergeben sich aus den Schwerpunkten im „Konversionsentwicklungskonzept Ellwangen/Rainau“ für Ellwangen:

(1) Bildung: Europäische Ausbildungs- und Transferakademie (EATA) für junge Erwachsene (RegioWin-Projekt)
(2) Gewerbe: Dienstleistungs- und Innovationszentrum
(3) Tourismus/Sport/Freizeit: Nachnutzung und Ausbau Sportplätze zum Nebenzentrum Sport; Räumlichkeiten für Kultur/Jugend; ggf. Sportlerhotel/-herberge

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

(4) Regenerative Energien und Innovationen: Entwicklung nachhaltige Modellsiedlung
(5) Mobilität: Gestalterische und funktionale Neuordnung des Stadteingangs im Bereich der Reinhardt-Kaserne
(6) Wohnen: Innenstadtnahe Wohnangebote; Wohnraum für Berufsschüler / Studenten
(7) Infrastruktur, Daseinsvorsorge, Bildung: Bildungscampus Ellwangen

Handlungsschwerpunkt H: Ortschaften (mit den vier Ortsteilen)

Leitsatz: Ellwangen besteht aus vier Ortschaften und der Kernstadt. Die Ortschaften Ellwangens sind attraktive Wohn- und auch Gewerbestandorte. Sie haben eine eigene Historie und Identität, die es bei der Weiterentwicklung Ellwangens zu beachten gilt. Individualität und eigene Entwicklungsstrategien müssen gefördert, dabei aber auch ein "gemeinsames Dach" und verbindende Elemente geschaffen werden.

Schlagzeile: Wurde nicht definiert.

Ziele (übergeordnet für alle Ortschaften geltend):

(1) Es werden mittelfristig gestalterische Elemente in allen Ortschaften umgesetzt, die für Einwohner und Gäste klar signalisieren: "Wir sind Ortschaft X, aber auch Teil der attraktiven Stadt Ellwangen." Geeignet wären entsprechende Maßnahmen an den Ortseingängen.
(2) Der Erhalt und Ausbau verschiedener Infrastruktur und der Grundversorgung in den Ortschaften muss regelmäßig geprüft und unterstützt werden.
(3) In den Ortschaften ist ein Dorfplatz als Bürgertreffpunkt zur Förderung des kulturellen Lebens zu entwickeln.
(4) Attraktivierung der Ortsdurchfahrt durch Begrünungen und bauliche Gestaltungen auch durch Eigeninitiative der Bevölkerung unterstützen.
(5) Förderung der Mobilität (Fuß-/Radwege, ÖPNV, Stadtbus/alternative Initiativen).
(6) Das Wohnen in den Ortschaften muss für alle Altersgruppen attraktiv sein.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Zum Handlungsschwerpunkt „Ortschaften“, der alle Ortschaften insgesamt behandelt, sind pro Ortschaft ortsspezifische Maßnahmen definiert. Im Folgenden werden daher für die Ortschaften Pfahlheim, Rindelbach, Röhlingen und Schrezheim jeweils im Einzelnen Maßnahmen zu diesen Zielen verfasst. An dieser Stelle bereits für eine bessere Übersicht vorgegriffen sind auch die bedeutendsten Maßnahmen zur Umsetzung dargestellt (weitere Maßnahmen siehe Band 2):

Pfahlheim:

Ausgangssituation: Der Teilort Pfahlheim ist von allen Teilorten der weitesten von der Kernstadt Ellwangen weggelegene. Pfahlheim erscheint als beliebter Wohnstandort mit soliden Versorgungsstrukturen im Hauptort. Durch die Lage am Limes, das modern gestaltete Freibad, den nahegelegenen Flugplatz, die umliegenden Seen samt Campingplatz ist Pfahlheim auch Standort und Anziehungspunkt für Freizeitaktivitäten von Besuchern aus dem lokalen aber auch regionalen Umfeld. Die städtebaulichen Strukturen sind in großen Teilen noch historisch bedingt dörflich geprägt.

Maßnahmen: Um die gemeinsamen aber auch die ganz individuellen Ziele zu erreichen, gibt es besondere Maßnahmen, die neben den dargestellten ortschaftenübergreifenden Maßnahmen umgesetzt werden sollen. Dies ist bedingt durch jeweils individuelle Ausgangssituation und den damit entsprechend unterschiedlichen Rahmenbedingungen.
In Pfahlheim wurde auf eine Priorisierung der Maßnahmen ausdrücklich verzichtet, da alle Maßnahmen eine hohe Bedeutung haben. Sämtliche Maßnahmen sind in Band 2 dargestellt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Rindelbach:

Ausgangssituation: Der Teilort Rindelbach liegt unweit nördlich der Ellwanger Kernstadt. Im Bereich der Talsohle befindet sich der historische Ortskern. Die Siedlungsstruktur des Hauptortes stellt sich durch die Jagst samt Bahnlinienverlauf zweigeteilt dar. Zum Hauptort gehören weitere – teils deutlich räumlich und topographisch voneinander getrennte - Ortschaften. Mit dem Kressbachsee und der Anbindung ans Radwegenetz ist Rindelbach auch Standort und Anziehungspunkt für Freizeitaktivitäten von Besuchern vor allem aus dem lokalen Umfeld.

Maßnahmen: Um die gemeinsamen aber auch die ganz individuellen Ziele zu erreichen, gibt es besondere Maßnahmen, die neben den dargestellten ortschaftenübergreifenden Maßnahmen umgesetzt werden sollen. Dies ist bedingt durch jeweils individuelle Ausgangssituation und den damit entsprechend unterschiedlichen Rahmenbedingungen.

Maßnahmen mit höchster Priorität (weitere Maßnahmen in Band 2):

Maßnahme 1: Freizeitangebot für Jugendliche stärken (u.a. durch einen Vereinskoordinator –auch zur Stärkung des Gemeinschaftsgefühls) und einen Veranstaltungs-Jahreskalender erstellen, der als Beilage in der Stadtinfo beigelegt wird, damit insbesondere Jugendliche erreicht werden.
Maßnahme 2: Ellwangen und Teilorte für den Tourismus attraktiver machen, zum Beispiel sollen gezielt touristische Attraktivitäten auch der Teilorte bei einer Rundfahrt vorgestellt werden.
Maßnahme 3: Die Ortsmittelpunkte Rindelbach und Eigenzell sollen entwickelt werden.
Maßnahme 4: Gehweg Sandäcker Richtung angrenzendes Waldgebiet.
Maßnahme 5: Anbindung Fußweg Schönenberg / Kernstadt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Röhlingen:

Ausgangssituation: Der Teilort Röhlingen liegt östlich der Ellwanger Kernstadt direkt an der der Autobahn A7. Im Zentrum des Hauptortes haben sich einige Geschäfte des kurz- und teilweise auch mittelfristigen Bedarfes gebildet. Wirtschaftlich stark ist der Teilort durch den Standort einiger mittelständischer Betriebe im Hauptort. Darüber hinaus gehört zu Röhlingen unter anderem Neunheim und Neunstadt, die Standort des größten Ellwanger Gewerbegebietes direkt an der Autobahn sind. Auch als Wohnstandort ist Röhlingen beliebt.

Maßnahmen: Um die gemeinsamen aber auch die ganz individuellen Ziele zu erreichen, gibt es besondere Maßnahmen, die neben den dargestellten ortschaftenübergreifenden Maßnahmen umgesetzt werden sollen. Dies ist bedingt durch jeweils individuelle Ausgangssituation und den damit entsprechend unterschiedlichen Rahmenbedingungen.

Maßnahmen mit höchster Priorität (weitere Maßnahmen in Band 2):

Maßnahme 1: Ausgestaltung eines Dorfplatzes in Röhlingen
Maßnahme 2: Innerörtliche Hinweise/Beschilderung öffentlicher Gebäude (Schulen, Hallen, Sportanlagen, Dorfhaus, Kirche usw., Anbringung einer Übersichtskarte (Flurkarte) der Teilgemeinde Röhlingen mit Hinweisen auf öffentliche Gebäude, Rad- und Wanderwegen.
Maßnahme 3: Ortseingangsbeschilderung (einheitliche Beschilderung)
Maßnahme 4: Bereitstellung/Erschließung von Bauland in Röhlingen und Neunheim
Maßnahme 5: Erhalt der Grundschule in Neunheim
Maßnahme 6: Erhalt des Wagnershofes (laut Rücklauf Befragungsbogen)
Maßnahme 7: Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Röhlingen zur Gewährleistung der Nahversorgung
Maßnahme 8: Ansiedlung einer Gastwirtschaft in Röhlingen
Maßnahme 9: Sichtbarmachung des innerörtlichen Limesverlaufes
Maßnahme 10: Verbesserung der Verkehrssituation, vor allem in Röhlingen und Neunheim: Dazu soll eine südliche Anbindung der Industriegebietes an die B 290 über den Übungsplatz und die Panzerstraße (Panzerwaschanlage) geprüft werden, die Geschwindigkeit der Ortsdurchfahrt Röhlingen überwacht werden, die angedachte Ortsumfahrung umgesetzt werden,

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

der Bau von Kreiseln an der L 1060 (im Industriegebiet) für besseren Verkehrsfluss und Verkehrssicherheit umgesetzt werden, die „alte L 1060“ innerorts in Neunheim (vom Gasthaus Hasen bis Verkehrsinsel Papert) rückgebaut werden, der Bau eines Kreisels (Golderstraße/Maierstraße) forciert werden und innerörtliche Begrünung (Straße hat noch den Charakter einer Landstraße) umgesetzt werden.
Maßnahme 11: Verkehrliche Beschränkungen in Neunheim und Neunstadt, um Ausweichverkehr aus dem Industriegebiet zu vermeiden.

Schrezheim:

Ausgangssituation: Der Teilort Schrezheim liegt in unmittelbarer Nähe südlich der Ellwanger Kernstadt. Damit ist der Hauptort mit manchen Ortschaften sehr gut an die Kernstadt / Innenstadt mit ihren Versorgungsmöglichkeiten angebunden und als Wohnstandort beliebt. In Schrezheim befindet sich als Besonderheit die Antoniuskapelle mit ihrem überregional bekannten Fayencealtar. Der Fahrradtourismus prägt die Gastronomie und Beherbergungsbetriebe, die sich in Teilen auf diesen Tourismuszweig bereits spezialisiert haben.

Maßnahmen: Um die gemeinsamen aber auch die ganz individuellen Ziele zu erreichen, gibt es besondere Maßnahmen, die neben den dargestellten ortschaftenübergreifenden Maßnahmen umgesetzt werden sollen. Dies ist bedingt durch jeweils individuelle Ausgangssituation und den damit entsprechend unterschiedlichen Rahmenbedingungen.

Maßnahmen mit höchster Priorität (weitere Maßnahmen in Band 2):

Maßnahme 1: Wohnen (für alle Generationen): Schließen von Baulücken im Ortskern und Baugebiete in allen Ortsteilen schaffen (vorrangig für 2015 in Eggenrot).
Maßnahme 2: Schließung der Bahnübergänge – Variante grün / Verkehr. Die oftmals als Barriere empfundene Bahnlinie soll besser passierbar gemacht werden.
Maßnahme 3: Förderung des Tourismus und der Kultur (Fayencealtar Antoniuskapelle, Steigerung der Attraktivität des VHS-Programms).

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Maßnahme 4: Der Rad- und Gehweg von Espachweiler nach Schrezheim soll ausgebaut werden.
Maßnahme 5: „Digitale Infrastruktur“ (also schnelles Internet) soll auch in kleinen Ortschaften stetig verbessert werden.
Maßnahme 6: Das Vereinsleben soll gefördert werden.
Maßnahme 7: Erhalt der Schule und der Kindergärten / Kinderbetreuung nach Bedarf.

Damit ist die Strategie definiert. Im Folgenden werden in Vorgriff auf Band 2 die Maßnahmen pro Handlungsschwerpunkt aufgezeigt, die als erstes in der weiteren Umsetzung angegangen werden sollen.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Umsetzung

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5 Umsetzung

5.1 Übersicht über denkbare Maßnahmen zur Umsetzung der Strategie

5.1.1 Vorbemerkung

Im Folgenden dargestellt ist die Übersicht zu den Maßnahmen. Diese wurde von der imakomm AKADEMIE auf Basis der Ideen der Bürgerschaft, der Leitbildkommission und eigenen Ausarbeitungen abgeleitet. Die Maßnahmen werden in einem gesonderten Band, ergänzend zum Konzept, als „Ideenpool“ dargestellt.

Wichtig: Die Maßnahmen dienen zunächst lediglich als notwendige Konkretisierung. Welche tatsächlich umgesetzt werden, muss situativ von den betroffenen Akteuren entschieden werden. Letztlich ist es nicht entscheidend, welche Maßnahmen im Konkreten umgesetzt werden, wichtig ist die Verfolgung der Ziele in den Handlungsschwerpunkten!

Die Maßnahmen dienen als Ideenpool. Sie sind **nicht** Teil des Konzeptes, das vom Gemeinderat beschlossen wird. **Beschlossen wird der „Handlungsleitfaden“, also die Strategie der künftigen Stadtentwicklung, nicht die Maßnahmen!**

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5.1.2 Übersicht der Maßnahmen mit der höchsten Priorität

Die Maßnahmen wurden durch die Bürger (Bürger- und Schülerbefragung sowie zwei Bürgerforen), durch eine Expertenrunde (Vertreter aller „Lebenslagen“), und durch eine Amtsleiterrunde definiert. In einer zweiten Bürgerbefragung konnten die Maßnahmen priorisiert werden sowie weitere Anmerkungen gemacht werden. In der Leitbildkommission schließlich wurden die Priorisierungen endgültig vorgenommen. So wurden je Handlungsschwerpunkt maximal zwei Maßnahmen mit der höchsten Priorität definiert. Diese werden im Folgenden detailliert dargestellt. (Hinweis: Im Handlungsschwerpunkt G „Konversion“ wurde keine Maßnahme definiert und im Handlungsschwerpunkt H „Ortschaften (mit den vier Ortsteilen)“ wurden ortsteilspezifische Maßnahmen definiert, die in Kap. 4.3.3 und Band 2 zu finden sind. Die übrigen Maßnahmen zu den Handlungsschwerpunkten A bis F sind ebenfalls im Band 2: Maßnahmen dargestellt.

Handlungsschwerpunkt A „Junge Kraft in unsere Stadt“

Maßnahme	**„Netzwerk der Ehemaligen" / Einwohner / Rückkehrer wiedergewinnen**
Beschreibung	Um die Abwanderung zu stoppen, müssen konkrete attraktive Angebots-Pakete geschnürt werden, die sich an neue Einwohner richten: Zielgruppen darunter sind junge Menschen in der Familiengründungsphase / junge Familien und/oder explizit sollen "Rückkehrer" angesprochen werden. Dazu gehört - in Abstimmung mit den Unternehmen - u.a. eine bedarfsgerechte Kinderbetreuung, attraktive, moderne Wohnkonzepte wie WG-Wohnungen, günstige Wohnräume u.v.m. Um Kontakt zu Weggezogenen zu halten, soll ein Netzwerk aufgebaut werden, beispielsweise durch eine Facebook-Gruppe, einen Interessierten-Pool/Internet-Börse oder ein "Alumni-Netzwerk" (mit Newsletter), wodurch auch ein Schneeballsystem aufgebaut werden soll. Hierzu werden alle Schul-Abschlussjahrgänge über die jeweiligen SMVen eingeladen. Über verschiedene Aktionen (beispielsweise einmal im Jahr: "Komm her mit Deinem Partner - Wir zeigen Dir Ellwangen heute" oder generell attraktive Angebote) soll der Kontakt zu „Weggezo-

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

	genen“ wieder hergestellt werden. Es ist mit einem gewissen Zeitaufwand zu rechnen, abzustimmen ist daher, in welchem Amt diese Aufgabe verfolgt werden kann, ggf. in Verbindung mit einer Imagekampagne von jungen Menschen für junge Menschen, ggf. als Projekt in der Oberstufe. Es soll auch eine interkommunale Zusammenarbeit evtl. gemeinsam mit einer Agentur geprüft werden (Kampagne mit Region/Landkreis o.ä.). Auch sollen Angebote von Unternehmensseite gemacht werden: - Praktika anbieten - Preise ausloben - Themen für Abschlussarbeiten aktiv anbieten Die bisherigen Ansätze sollen als Grundlage zur Weiterentwicklung koordiniert und gesammelt werden. Auch sollen bereits bestehende Angebote (beispielsweise Familienpass, Betreuungsgutschein, etc.) aufgearbeitet, ergänzt und über moderne/neue Informationskanäle (auch die Homepage) für die zielgruppenspezifische Vermarktung genutzt werden.
Verantwortlichkeit	- Schulen / Schülervertretung - Hochschule Aalen - Stadtverwaltung - Externe Werbeagentur
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Zunächst in erster Linie „Zeit“, die in Anspruch genommen werden muss, um Grundlagen (auch Gesamtkonzept / Projektplanung) zusammenzustellen und erste Adressdaten zu sammeln. Eine Kostenplanung für Veranstaltungen und „Pakete“ müsste dann im Anschluss aufgestellt werden.
Start der Umsetzung	Frühjahr 2015

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt B: Soziales

Maßnahme	**Ein "+" für Familien**
Beschreibung	Ellwangen möchte gerade (junge) Familien ansprechen, um sich gemeinsam weiter zu entwickeln. Dazu sind mehrere Anreize zu schaffen: Unter dem Motto "Kinder erwünscht" bekommen Familien beim ersten Kind bzw. bei neuem Zuzug der Familie: - Vergünstigtes Bauland (Definition einer prozentualen Regelung für die Innenstadt und alle Ortschaften). - Im ersten halben Jahr der Kinderbetreuung muss nur 50 % des Beitrags gezahlt werden (Kita, Kindergarten oder anerkannte Tagesmutter etc.). Je nach Kinderanzahl soll der Betrag gestaffelt werden. - Bei Wunsch einen "Kurzberatungstermin" bei der Stadtverwaltung zur Infrastruktur, Angeboten etc. in der Stadt Ellwangen. Das Nähere regelt eine von Stadtverwaltung und Gemeinderat zu erstellende Satzung einschließlich der Berechnung des dafür voraussichtlich erforderlichen Finanzbedarfes. Die Satzung muss vom Gemeinderat verabschiedet werden. Der Finanzbedarf muss in den Haushaltsplan eingearbeitet werden. Zusätzlich wird ein Kinderstadtplan erstellt und darin Spielplätze, interessante Highlights für Kinder, Restaurants, die Kinder willkommen heißen etc. vermerkt. Der Kinderstadtplan soll im Zuge eines gemeinsamen Projektes mit einer Schulklasse in Ellwangen auf den Weg gebracht werden, wobei die Schüler, die Betriebe, Institutionen usw. auf ihre Bedürfnisse hin testen. Nach einer Bedarfserfassung sollen Mehrgenerationenhäuser errichtet werden, damit beispielsweise alleinerziehende Eltern mit Älteren ohne Angehörige zusammen wie eine Familie wohnen und voneinander profitieren können. Hierzu soll der betreffende Personenkreis umfassend informiert werden (Möglichkeiten, Zweck, Vorteile usw.). Dazu soll der Seniorenrat eingebunden werden. Mit der Umsetzung soll sofort begonnen werden. Bei der Planung und dem Bau könnte die städtische Baugenossenschaft eine Vorreiterrolle einnehmen.
Verantwortlichkeit	- Stadtverwaltung und Gemeinderat - Schule - Wohnbaugesellschaft
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Nicht definiert
Start der Umsetzung	Nicht definiert

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt C: Wirtschaftsstandort

Maßnahme	**Weiche Standortfaktoren fördern und kommunizieren**
Beschreibung	Zielgruppe: Unternehmen (Zielgruppe Beschäftigte wird über Handlungsschwerpunkt „ Junge Kraft in die Stadt“ angegangen / umgesetzt) In einem ersten Schritt müssen die Angebote, die Unternehmen interessieren, zusammengestellt werden (siehe auch Broschüre „**made**in Ellwangen“) Besondere Angebote müssen in Abstimmung mit Unternehmen entwickelt werden - beispielsweise: Superlative finden: „Hier sind die zufriedensten Handwerker“, „Mit XXX m² die größten Flächen für Freizeit- und Erholung“, „Beste Qualität in der Kinderbetreuung“, …) - beispielsweise: Angebote: für alle Mitarbeiter besondere Stadtführung / Stadtfahrt, freie Eintrittskarten ins Theater bzw. kulturelle Veranstaltungen - Weiterbildungsangebote für Mitarbeiter aufzeigen, bei Interesse vernetzen Die IHK soll dann über diese Angebote informiert werden, auch auf Messen (Fach- aber beispielsweise auch Personalmessen) sollen Bestandsunternehmen mit Unterstützung der Stadtverwaltung eben mit gerade diesen wichtigen Standortfaktoren für den Standort Ellwangen (ggf. auch interkommunal?) werben. Eine detaillierte Projektplanung ist noch auszuarbeiten
Verantwortlichkeit	- Stadtverwaltung (Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit) - „Runder Tisch Unternehmen“ / Einzelne Unternehmen - IHK / HWK
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Kosten: Broschüre, Anpassungen Homepage, Messebesuche (?)
Start der Umsetzung	

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt D: Nachhaltiges Leben

Maßnahme	**Schulprojekte "Mein ..." zur frühen Identifizierung**
Beschreibung	Es sollen Schul- und Kindergartenprojekte „Mein Ellwangen“ ins Leben gerufen werden. Hierbei sollen sich unterschiedliche Altersstufen mit Ellwangen beschäftigen. - beispielsweise im Kindergarten: „Mein schönstes Erlebnis im Sommer in Ellwangen.“ - beispielsweise in der Grundschule: „Darstellung des schönsten Platzes in Ellwangen! “ - z. B. Teenies: „Die coolste Location in Ellwangen. Der Film.“
Verantwortlichkeit	- Schulamt/Kulturamt - Jugendzentrum
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Rathaus für Bilder
Start der Umsetzung	Nach Sommerferien 2015

Maßnahme	**Renaturierung der Jagst**
Beschreibung	Im Bereich der weiteren Jagstaue soll das Thema Wasser und Natur für alle Altersgruppen erlebbar gemacht werden. In einem ersten Schritt könnte die Errichtung einer Kneipp-Anlage angegangen werden. Damit kann auch das Thema Tourismus Berücksichtigung finden und als weitere Attraktivierungsmaßnahme für den Kocher-Jagst-Weg dienen.
Verantwortlichkeit	- Stadtverwaltung - Stadtwerke - Wasserwirtschaftsamt - Kneipp-Verein - Jugendzentrum

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Muss noch ermittelt werden
Start der Umsetzung	Planungsphase: 2015 // Umsetzungsphase: 2016

Handlungsschwerpunkt E: Kultur

Maßnahme	**Musikalische und musische Nachwuchsarbeit**
Beschreibung	Die Musikschulen sollen gestärkt werden. Evtl. Kooperation örtlicher Musikvereine mit Musikschulen und Einbezug der Schulen prüfen (Best-practice-Beispiel: Mittelhofschule mit ihrer Bläser-Klasse). Das Motto lautet: „Jedem Kind ein Instrument“ (wichtig auch für die persönliche Entwicklung). Voraussetzung dazu: Es müssen adäquate robuste Räumlichkeiten für Jugendliche / junge Erwachsene zur Verfügung gestellt werden, beispielsweise ein Raum für Jugendkultur in der Kaserne oder im „Woha-Gebäude“ (würde dann auch den Marktplatz beleben) mit ca. 200-300 m² Größe. Darüber hinaus sollen musische Projekte, beispielsweise Tanzen, gefördert werden. Zur Koordination dieser Maßnahme soll ein „Runder Tisch“ geschaffen werden bestehend aus Vertretern der Musikschule, den teilnehmenden Musiklehrern der Schulen sowie den Vorsitzenden der Musikgruppen der Vereine.
Verantwortlichkeit	- Schulen - Ministerium für Kultus u. Sport - Stadtverwaltung - Musikschule, Musiklehrer, Vertreter Musikgruppen
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Für die Eltern beträgt der Aufwand ca. € 30 – 35 (pro Monat) für Noten und Leihinstrumente als niederschwelliges Angebot. Lehrer lehren innerhalb ihres Deputats.
Start der Umsetzung	Nicht definiert

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Handlungsschwerpunkt F: Innenstadtentwicklung

Maßnahme	**Stadtgestaltung (öffentlicher Straßenraum und Betriebe)**
Beschreibung	Ergänzung des Beleuchtungskonzeptes durch Weihnachtsbeleuchtung. Ausdehnung in die Seitenstraßen und –Gassen. Ökologische Ausrichtung der Beleuchtung! (Energiesparlampen)
Verantwortlichkeit	- Stadtverwaltung - Pro Ellwangen
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Stadt: ca. 160.000 Euro Pro Ellwangen (einmalig): ca. 20.000 €
Start der Umsetzung	Planungsphase: 2015 Fertigstellung Dezember 2015

Maßnahme	**Touristen in die Innenstadt bringen**
Beschreibung	Es soll ein Service-Point in der Innenstadt errichtet werden. Dazu sollen Möglichkeiten bzw. Standorte recherchiert werden wie beispielsweise: - Stele in Bank (bei VR-Bank?) - Stele überdacht. Fokus auf: überdacht & trocken. Die Radroute sollte am Service-Point vorbeiführen. Vorab zu prüfen sind: - Konzept (Software, Inhalte usw.) - Recherche in anderen Städten (Internet) // Vorschlag für Ellwangen.
Verantwortlichkeit	Nicht definiert
Finanzieller Aufwand (ca. Angabe)	Unklar // im Anschluss an Fertigstellung Marktplatz
Start der Umsetzung	Nicht definiert

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5.2 Die Umsetzungsstruktur

5.2.1 Zentrale Akteure / Elemente der Umsetzung

Das Leitbild soll kontinuierlich in den nächsten Jahren umgesetzt werden. Dazu bedarf es einer nachhaltigen Umsetzungsstruktur, die im Folgenden exemplarisch dargestellt wird. Die Umsetzungsstruktur in Ellwangen besteht auf folgenden zentralen Elementen:

1. Arbeitsgruppen = Hier passiert die Umsetzung von Maßnahmen, gleichzeitig sind diese auch die Ideenschmieden für neue Maßnahmen. Sie stehen allen Bürger/innen offen. Hierbei sind auch Experten aus der Stadtverwaltung eingebunden. Die Arbeitsgruppen koordinieren sich jeweils selbst.

2. Lenkungskreis = Das Koordinationsgremium: Vertreter/innen aus den Arbeitsgruppen sowie der Gemeinderatsfraktionen treffen sich regelmäßig (jährlich) zum Austausch / Abgleich des Umsetzungsstandes.

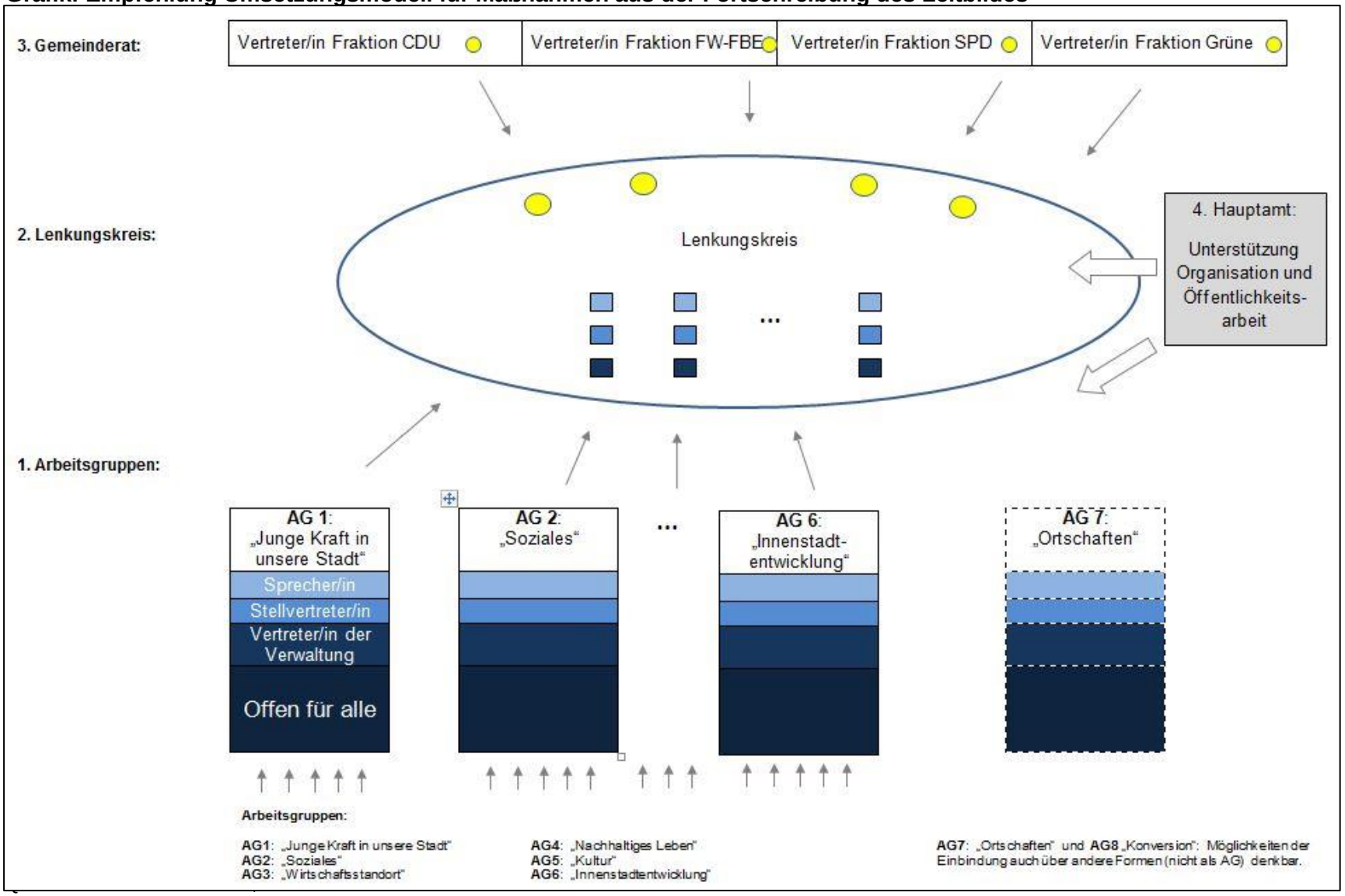
3. Gemeinderat = Bleibt selbstverständlich das zentrale kommunale Entscheidungsgremium // entscheidet über etwaige Änderungen am Leitbild und über Budgetierungen // ist im Lenkungskreis eingebunden.

4. Hauptamt = Ist NICHT Geschäftsstelle des Leitbildprozesses, sondern unterstützt bei organisatorischen Fragen und übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit.

Die folgende Grafik zeigt die einzelnen Elemente der Umsetzungsstruktur:

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Grafik: Empfehlung Umsetzungsmodell für Maßnahmen aus der Fortschreibung des Leitbildes



© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5.2.2 Akteursgruppe 1: Arbeitsgruppen

Zu den sieben Handlungsschwerpunkten (der achte Handlungsschwerpunkt „Konversion“ wird im separaten KEK-Prozess bearbeitet) wird je eine Arbeitsgruppe (AG) gebildet, die für alle Bürgerinnen und Bürger offen ist. Jeder kann also mitwirken an der Umsetzung der Maßnahmen – durch langfristiges Engagement in einer Arbeitsgruppe oder aber auch nur kurzfristig, beispielsweise bei der Umsetzung einer Maßnahme.

Innerhalb dieser AGs werden die in der Fortschreibung des Leitbildes definierten Maßnahmen umgesetzt. Idealerweise steht jährlich steht die Umsetzung bzw. der Anstoß mindestens einer Maßnahme je Handlungsschwerpunkt an – letztlich also mindestens sieben Maßnahmen (bei sieben Handlungsschwerpunkten). Selbstverständlich können die AGs auch weitere, noch nicht definierte Maßnahmen umsetzen, sofern sie den Leitlinien und Zielen des Leitbildes entsprechen.

Details:

- **Zusammensetzung:**

  Die Arbeitsgruppen sind für alle Bürgerinnen und Bürger offen. Zu den einzelnen Handlungsschwerpunkten bildet sich jeweils eine Arbeitsgruppe mit einem **AG-Sprecher**, der innerhalb der Arbeitsgruppe in jedem Jahr neu gewählt wird. Bei dem AG-Sprecher handelt es sich um den Koordinator, der im Austausch mit dem Haupt-, Personal- und Ordnungsamt steht, welches organisatorisch und bei der Pressearbeit unterstützt.

  Weiterhin wird ein **stellvertretender AG-Sprecher** gewählt. Auch dieser soll sich aus der Bürgerschaft „rekrutieren“.

  Ebenfalls soll je Arbeitsgruppe ein/e **Vertreter/in aus der Stadtverwaltung** beteiligt sein. Diese Person ist „Korrektiv“ (also fachlicher Ansprechpartner beispielsweise in Budgetfragen).

  Idealerweise wirken auch Vertreter/innen des Gemeinderats in den AGs mit.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Arbeitsweise:

Turnus: Die Arbeitsgruppen treffen sich selbstständig, so oft es die Umsetzung der jeweiligen Maßnahme erfordert.

Besonderheiten beim Handlungsschwerpunkt „Ortschaften“: Es gibt vier AGs (für jede Ortschaft eine). Dort fungiert der jeweilige Ortsvorsteher als Arbeitsgruppensprecher. Denkbar ist, dass der jeweilige Ortschaftsrat die AG bildet.

Besonderheiten beim Handlungsschwerpunkt „Konversion“: Dieser Handlungsschwerpunkt wird innerhalb des separaten KEK-Prozesses bearbeitet. Daher wird keine AG Konversion gebildet.

5.2.3 Akteursgruppe 2: Lenkungskreis

Eine Koordination der Umsetzung ist unumgänglich. Auch dies soll „von innen heraus“ – also nicht durch ein paralleles Gremium, sondern durch Vertreter/innen der Arbeitsgruppen – erfolgen. Letztlich übernimmt der Lenkungskreis die Funktion der bisher bestehenden Leitbildkommission.

Details:

- **Zusammensetzung:**

  Der Lenkungskreis besteht aus Vertreter/innen der sechs Arbeitsgruppen (= Sprecher/in, Stellvertreter/in und Vertreter/in Verwaltung aus den AGs der Handlungsschwerpunkte A bis F, also **18 Personen aus den AGs**.

  Zudem eingebunden ist **ein/e Vertreter/in aus dem Konversionsprozess**. Vertreter aus der AGs der Ortschaften sind nicht mit eingebunden.

  Darüber hinaus – und dies ist wichtig für eine Anbindung der Leitbildumsetzung an/in den Gemeinderat – nimmt **jeweils ein/e Vertreter/in der Gemeinderatsfraktionen** an den Lenkungskreissitzungen teil, derzeit also vier Personen.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Der Lenkungskreis umfasst also ca. 22-24 Personen.

- **Arbeitsweise:**

  Turnus: Der Lenkungskreis sollte mindestens einmal pro Jahr tagen.

  Aufgaben: Hier werden sowohl der Umsetzungsstand von Maßnahmen aus dem Leitbild diskutiert und etwaige Umsetzungsprobleme gelöst / Lösungen diskutiert. Zudem sollen hier auch neue Maßnahmen – welche den Zielen des Leitbildes entsprechen müssen – definiert.

5.2.4 Akteursgruppe 3: Gemeinderat

Der Gemeinderat / Stadtrat ist und bleibt das zentrale kommunale Entscheidungsgremium. Er entscheidet beispielsweise über substantielle Änderungen im Leitbild, welche Änderungen an Zielen und Leitlinien umfassen. Er definiert im Übrigen auch etwaige Änderungen an den Umsetzungsstrukturen.

Über Vertreter/innen im Lenkungskreis ist der Gemeinderat direkt in die Leitbildumsetzung eingebunden.

5.2.5 Akteursgruppe 4: Hauptamt

Der Ansatz der Umsetzung in Ellwangen: Kompetenz zur Umsetzung soll so weit als möglich auf Ebene der Bürgerschaft verortet sein (siehe oben). Auch der Lenkungskreis wird zuallererst mit Vertreter/innen aus den Arbeitsgruppen, und damit wiederum den Bürger/innen, besetzt.

Unterstützend für diesen bürgernahen Ansatz soll das Hauptamt unterstützend tätig sein bei organisatorischen Fragen. Beispiele:

- Organisation von Räumlichkeiten für Lenkungskreis- und AG-Sitzungen.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

- Anschreiben der AG-Sprecher, Stellvertreter und Verwaltungsfachleute bei Terminierungen Lenkungskreis.
- Veröffentlichungen von Protokollen usw. unter www.ellwangen.de.
- Verfassen von Presseartikeln zum Leitbild, also beispielsweise über Umsetzungserfolge.

5.2.6 Wichtige Ansätze bei der Umsetzung: Motivation, Kommunikation und Transparenz

- **Motivation:** Die Treffen sollen Spaß machen. Unterstützung für Räumlichkeiten und Bewirtung sollen für eine gute Arbeitsatmosphäre sorgen.

- **Kommunikation:** Arbeitsgruppen sind für alle Bürger offen! Zu jedem Start einer Maßnahme wird neu eingeladen! Die Arbeit in den Gruppen muss transparent sein, alle sollen sich zum Mitmachen eingeladen fühlen. Das bedeutet, dass jeweils zu Beginn einer neuen Maßnahme diese (u.a. auf der Homepage und in der Presse) kommuniziert und für alle interessierten Bürger geöffnet wird. Dabei muss neben einer Kurzbeschreibung der Inhalte der Maßnahmen auch jeweils dargestellt werden, wie lange in etwa die Umsetzung der Maßnahme angedacht ist (3-4 Monate, 1 Jahr, o.ä.) und wie häufig voraussichtlich die Treffen stattfinden.

- **Transparenz:** Über den Umsetzungsstand der einzelnen Maßnahmen soll über die Internetpräsenz der Stadt Ellwangen informiert werden. Denkbar ist ein Ampel-Modell: Es werden je Handlungsschwerpunkt alle Maßnahmen aufgelistet und mit einer Ampel versehen. Eine rote Ampel bedeutet: „Maßnahme noch nicht umgesetzt“, eine gelbe bedeutet: „Maßnahme befindet sich in der Umsetzungsphase“ und eine grüne Ampel bedeutet: „Maßnahme ist bereits umgesetzt“.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5.3 Exkurs: Bürgerschaftliches Engagement

In Zeiten des Fachkräftemangels vor allem im Bereich der Pflege oder enger kommunaler Budgets kann ehrenamtliches Engagement einen wichtigen Beitrag zu einem funktionierenden Gemeinwesen und gesellschaftlicher Teilhabe leisten. Vereinsarbeit zum Beispiel ist sehr wichtig, gerade um ältere und auch junge Menschen in der Gesellschaft zu halten und aktiv am Leben zu beteiligen. Aber hier ist Achtung geboten, denn ehrenamtliches Engagement darf nicht überstrapaziert werden. **Wichtig ist, dass ehrenamtliche Arbeit Spaß macht und auch anerkannt wird – beispielsweise in Form von Vergünstigungen im ÖPNV, der Ausgabe von Eintrittskarten oder durch Wertschätzung in Form von Presseberichten oder Dankesveranstaltungen.** Vor allem die immaterielle Wertschätzung kann durchaus zur Steigerung der Verbundenheit mit der Kommune beitragen.

Voraussetzung für ehrenamtliches Engagement ist allerdings, dass entsprechende Angebote, sich zu beteiligen, natürlich überhaupt erst vorhanden sein und dann auch bekannt gemacht werden müssen.

Bürgerschaftliches Engagement kann dann durchaus in der Lage sein, einen wertvollen Beitrag zur Sicherung der Daseinsvorsorge und für den Zusammenhalt der Gesellschaft zu leisten. Dies wird auch in Zukunft von steigender Bedeutung sein – vor allem dann, wenn es um Teilhabe und Versorgung für alle Menschen besonders in ländlichen Räumen geht. Dabei muss es jedoch durch eine sensible Steuerung und Motivation gelingen, in Zusammenarbeit mit der kommunalen Verwaltung eine gute und fruchtbare Basis für dieses Engagement zu bieten.

Wichtig für einen erfolgreichen Ablauf und stetigen Ausbau des bürgerschaftliches Engagements ist es, die meist vorhandene kleine Gruppe der Aktiven stetig zu motivieren – denn sie sind bestens vernetzt und können weitere ehrenamtliche Helfer aktivieren. Dies bedeutet für die Kommune, dass ein flexibler und unbürokratischer Kontakt zur Verwaltung von besonderer Bedeutung sind.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5.4 Ausblick

Wie sollte sich das weitere Vorgehen gestalten, um die Umsetzung Stadtleitbild Ellwangen zu beginnen?

- Das Konzept (Band 1 „Analyse und Strategie“; nicht Band 2 „Maßnahmen“) sollte durch den Gemeinderat als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Parallel zu diesem Prozess sollten erste Gespräche mit relevanten Akteuren zur Umsetzung von Maßnahmen stattfinden.

- In einer öffentlichen Veranstaltung für alle Bürgerinnen und Bürger sollte dann das Konzept erläutert und der offizielle „Startschuss“ zur Umsetzung gegeben werden. Bewusst soll diese Veranstaltung stattfinden, nachdem bereits erste Maßnahmen zur Umsetzung definiert wurden, damit tatsächlich zeitnah, idealerweise sogar an der öffentlichen Veranstaltung mit der Umsetzung auch begonnen werden kann!

- Der Gemeinderat baut eine Prüfroutine für sämtliche Anträge ein, die vorab die Konformität der Anträge mit den beschlossenen Zielen überprüft.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

6 Anhang

6.1 Details zu den Befragungen

a) Bürgerbefragung Teil 1 (Ellwangen aus Sicht seiner Bürgerinnen und Bürger):

Anforderungen an repräsentative Befragungsergebnisse:

Ziel der Bürgerbefragung ist es, belastbare Aussagen für die weiteren strategischen Überlegungen im Rahmen des Stadtmarketing- und Fortschreibung des Stadtleitbildes Ellwangen ableiten zu können. Aus den Ergebnissen der Befragung sollen somit Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit der Ellwanger Bürgerschaft gezogen werden (**Repräsentationsschluss**). Dies ist jedoch nur dann möglich, wenn die Befragung keine Probanden systematisch ausschließt und die Befragten in ausreichender Anzahl an der Befragung teilnehmen. Als Methode wurden hier die reine Zufallsauswahl und die geschichtete Zufallsauswahl gewählt. Die Repräsentativität der Befragung ist dann gegeben, wenn

(1) die Erhebung den hierfür notwendigen Umfang des Rücklaufes aufweist und

(2) die Erhebung in den Strukturmerkmalen wie zum Beispiel Altersgruppen, Geschlecht und Anteile deutscher und nicht-deutscher Bevölkerungsgruppen der Grundgesamtheit entspricht (Strukturgleichheit bzw. zumindest Strukturähnlichkeit).

Zu (1):

Für die Bestimmung des notwendigen Rücklaufes werden folgende Parameter gewählt:

- **Vertrauensintervall** der Erhebungsergebnisse: 99 %,
- Irrtumswahrscheinlichkeit (zulässiger Fehler) der Aussagen: +/-4 %,
- Als Grundgesamtheit dienen alle Einwohner Ellwangens.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Die Befragungsergebnisse sind **in hohem Maße repräsentativ**, denn:

(a) Die Auswahlverfahren entsprechen den dafür notwendigen Anforderungen.

(b) Bei einem Vertrauensintervall von 99% und einer Irrtumswahrscheinlichkeit (= Standardfehler) von +/- 4 % (= hohe Anforderung an die Stichprobe) und der vorhandenen Grundgesamtheit wäre ein Stichprobenumfang von 994 Personen notwendig, dieser wurde mehr als erreicht! Der übliche Stichprobenumfang bei einem Standardfehler von +/-5 % hätte bei der Ellwanger Grundgesamtheit nur 379 Fragebögen umfasst, er wurde also bei weitem übertroffen.

(c) Durch Befragungen über einen Zeitraum von mehreren Wochen, persönliche Interviews an unterschiedlichen Tagen und durch Pretests wurden Störvariablen weitestgehend ausgeschlossen. Es liegt eine hohe Validität der Ergebnisse vor. (4) Durch einen Vergleich der Ergebnisse aus Online- und persönlicher Befragung kann auch von einer Reliabilität der Befragungsergebnisse ausgegangen werden.

Zu (2):

Notwendig ist zudem – neben der Einhaltung der quantitativen Vorgaben des Rücklaufes – auch die Einhaltung weiterer qualitativer Kriterien. Die Strukturähnlichkeit oder -gleichheit kann durch die Betrachtung soziodemographischer Merkmale untersucht werden, sodass bei der vorliegenden Erhebung eine **Strukturähnlichkeit** konstatiert werden kann. Damit können aus der Befragung Meinungen, Trends und Verbesserungsvorschläge abgeleitet werden. Die Strukturähnlichkeit ist bei der Befragung in Ellwangen erfüllt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

b) Bürgerbefragung Teil 2: Abfrage und Priorisierung von Maßnahmen

Nach der Bürgerbefragung Teil 1 wurden unter Beteiligung der Leitbildkommission Maßnahmen erarbeitet. In einer zweiten Bürgerbefragung konnten die Bürgerinnen und Bürger diese Maßnahmen ergänzen, bewerten und priorisieren. Diese Abfrage war sowohl schriftlich als auch online möglich. Bewusst wurden hier keine soziodemografischen Merkmale der Teilnehmer abgefragt und es wurde somit auf eine repräsentative Auswahl verzichtet.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

6.2 Anmerkungen zur Empirie und zu Begrifflichkeiten

Anmerkungen zur Empirie:

- Bei der Auswertung von Befragungen werden neben vollständig ausgefüllten Fragebögen auch teilausgefüllte Fragebögen berücksichtigt. Bei diesen müssen jedoch mindestens 50 % der Fragen beantwortet sein, damit sie in die Auswertung Eingang finden. Darüber hinaus gilt: Die Befragungen wurden auf Mehrfachausfüller hin überprüft und diese aus den Datensätzen herausgefiltert.

- Differenzierte Auswertungen nach Altersgruppen, Geschlecht oder Wohnort finden sich in der Regel nur bei jenen Fragen, bei denen auch auffallende Unterschiede bei unterschiedlichen Gruppen auftreten. In allen anderen Fällen wird auf eine differenzierte Darstellung verzichtet.

- Dargestellt sind gerundete Werte. Abweichungen zu 100 % sind auf Rundungsungenauigkeit zurückzuführen.

- Vereinzelt finden sich bei statistischen Angaben „-“-Zeichen. Dies wird verwendet, wenn keine offiziellen amtlichen statistischen Daten vorliegen bzw. wenn aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Angaben möglich sind.

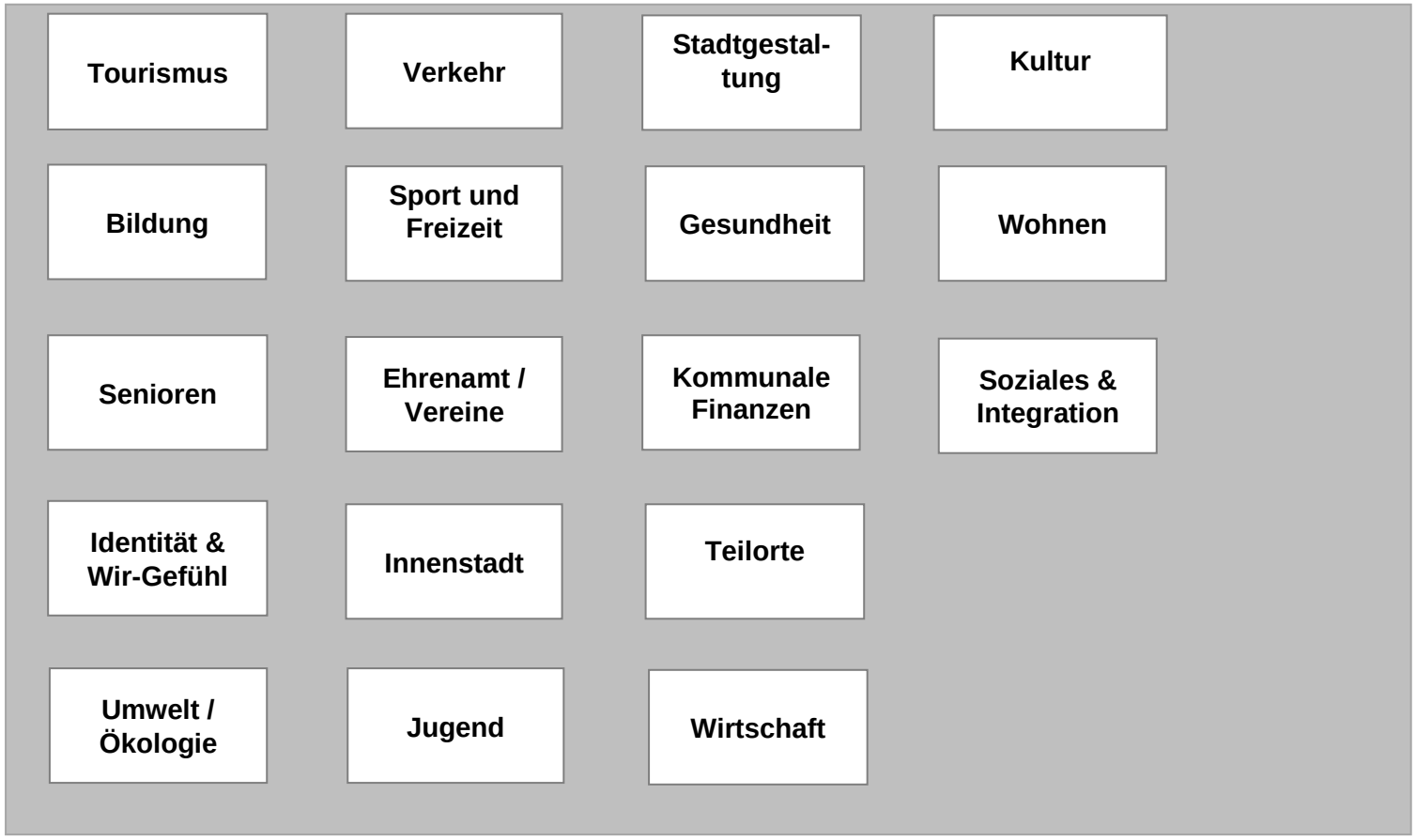
Anmerkungen zu Begrifflichkeiten:

- Es wird bewusst eine maskuline Begriffsabgrenzung der Einfachheit halber angewendet (beispielsweise Bürger/Einwohner), diese steht aber selbstverständlich für Frauen und Männer gleichermaßen und gleichberechtigt.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

6.3 Analyse der „Lebensbereiche“ Ellwangen

Grafik: Die „Lebensbereiche“ in Ellwangen



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2014.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Übersicht zu den Stärken und Schwächen der Lebensbereich in Ellwangen:

1_18 Tourismus	
Stärken	– Attraktive historische Bausubstanz, Flair Altstadt [1, 2] – Klare Wegeführung (Schilder, gestalterische Elemente) [1] – Kreßbachsee mit Strandbad, Campingplatz, Flugplatz [1] – Teilweise Gasthöfe auf Fahrradtourismus eingestellt [1] – Erreichbarkeit (A 7) [1] – Limes [1] – Kalter Markt [2] – Tour. Angebot Note 2,4 [2] – Kocher-Jagst-Radweg [4] – Basilika, Schloss, Limes, Römerkastell [4]
Schwächen	– Potenzial Fahrradtourismus nicht durchgehend erschlossen [1] – Limes nur in Pfahlheim [1] – Potenziale nicht ausgeschöpft (Übernachtungen Geschäftskunden) [5] – Aufenthaltsdauer (2 Tage) und Bettenauslastung (27,8%) nur durchschnittlich [5]
Trends	- Trend zum regionalen Tourismus - Über regionale Kooperation Steigerung möglich - Umnutzung Kaserne für Freizeit [2] - Trend zur Multi-Optionalität und wachsende Ansprüche - Neue Zielgruppen durch demographischen Wandel (reisewillige Betagte)

2_18 Verkehr	
Stärken	- Erreichbarkeit (ÖPNV, IR-Anschluss, Individualverkehr, A 7) [1, 4] - Fahrradwege [1] - Umgehungsstraßen = Verkehrsberuhigung [4]
Schwächen	- ÖPNV (Anbindung, Taktung) [2] - Überregionale Verbindung (Eisenbahn, Flughafen) [4]
Trends	- Intelligente Nutzung verschiedener, moderner Verkehrsmittel (Car-Sharing, E-Mobilität)

Quellen: [1]: Städtebau-Check 2013; [2]: Bürgerbefragung 2013; [3]: Statistische Daten, beispielsweise www.wegweiser-kommune.de, www.statistik-bw.de usw.; [4]: Konzepte / Unterlagen der Stadtverwaltung, usw.; [5]: Expertenrunde 2013.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

3_18 Stadtgestaltung	
Stärken	- historische Bausubstanz, Flair Altstadt [1, 2, 4] - Klar strukturierte Wegeführung [1, 4] - Sicherheit (beispielsweise Beleuchtung Innenstadt) beste Note Frage 3 (2,2) [2] - Beleuchtungskonzept [4] - Straßenraumgestaltung (Brunnen, Skulpturen) und öffentlicher Raum [4] - Kreuzung der drei Einkaufsstraßen als zentraler Platz [4] - Gestaltung der Schaufenster und Außengastronomie auf histor. Ambiente/Fassaden abgestimmt [4] - Klarer Eingang Fußgängerzone [4]
Schwächen	- Platzlagen ohne Funktion > Aufenthaltsqualität [1] - Schilderwald [1] - Stadtmobiliar und Abfallbehälter Qualitätsunterschiede [1] - Teilweise nicht mehr zeitgemäße Außendarstellung von Läden [1] - Zu kleine Fußgängerzone, fehlender zentraler Platz [2] - Unbelebter Marktplatz, da nicht an Haupteinkaufsstraßen [4] - Übriger Altstadtbereich sanierungsbedürftig [4]
Trends	- Kinder- und familienfreundliche Gestaltung - Illuminierung

4_18 Kultur	
Stärken	– Klare Vermarktung von Aktionen (Sommer in der Stadt) [1] – Vereine i.V.m. Jugendarbeit [5] – Basilika, Schloss, Limes, Römerkastell [4] – Traditionelle Veranstaltungen (Kalter Markt, Pennäler Schnitzelbank) [4]
Schwächen	-
Trends	– z.T. mit ein Standortfaktor für Entscheidungsgrundlage Wohnstandort- und Arbeitsplatzentscheidung

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

5_18 Bildung

Stärken	- Schulen in allen Teilorten [1, 5] - Angebot an Schulen Frage 3 mit bester Note (1,9) [2] - Kindergarten in fast jedem Teilort [1]
Schwächen	- Hochschulangebot > Außenstelle FH meiste Nennung bei Nachnutzung Kaserne [2] - Bildungsangebote zu flexiblen/neuen Formen von Aus-, Weiterbildungsmöglichkeiten/Studiengängen ausbaufähig [5] - Hohe negative Bildungswanderung (-24,3 Pers / 1.000 Ew.) [3]
Trends	- Trend zu höheren Bildungsabschlüssen - Demographischer Wandel: Rückgang der Schülerzahlen

6_18 Sport & Freizeit

Stärken	- Sportanlagen in allen Teilorten [1] - Kreßbachsee, Freibad [1] - Flugplatz [1] - Angebot an Sportanlagen zweitbester Wert Frage 3 (Note 2,4) [2]
Schwächen	-
Trends	- Senioren als neue Generation von Sportlern - Zunehmende Ausdifferenzierung von Sportarten / Angebotsvielfalt - Rückgang der Beteiligung in Vereinen

7_18 Gesundheit

Stärken	- Behinderten- und Pflegeheim [1] - medizinische Versorgung bester Wert Frage 3 (Note 2,2) [2] - St. Anna Virngrundklinik [4]
Schwächen	- Nachfolge Ärzte unsicher [5]
Trends	- Trendthema „Gesundheit“ - Hohe Kosten im Gesundheitssystem durch „alternde Gesellschaft“ - Steigende Pflegeintensität - Flächendeckende (Ortschaften) Versorgung schwierig

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

8_18 Wohnen	
Stärken	- Schrezheim attraktiv für Familien [1] - Ortsbild der Stadt allgemein bester Wert Frage 2 (Note 2,1) [2] - Gemütliche, kleine Stadt [1, 4] - Lebensqualität [4, 5]
Schwächen	- Angebot an Mietwohnungen/Eigentumsimmobilien schlechteste Werte Frage 3 (Noten 3,3/3,2) [2] - Innenstadtnaher Wohnraum für junge Familien zur besseren Integration [5] - Kaum betreutes Wohnen / Mehrgenerationenwohnen [5]
Trends	- Trend zur Nachfrage nach neuen Wohnformen (Bsp. Mehrgenerationen Wohnen) [5] - Negative Bevölkerungsentwicklung (ca. - 3,6 % bis 2030) [3] - Tendenz führt zur höheren Wohnungsnachfrage bei kleiner werdenden Belegungsdichte - Trend zum „innerstädtischen Wohnen“ - Abhängigkeit von privaten Investoren - Abhängigkeit von demografischen Wandel

9_18 Senioren	
Stärken	- Angebote für Senioren (Note 2,5) [2] - „Essen auf Rädern“ funktioniert ehrenamtlich [5]
Schwächen	- Angebot an seniorengerechten Wohnkonzepten zweitschlechtester Wert Frage 3 (Note 3,2) [2] - Kaum betreutes Wohnen / Mehrgenerationenwohnen [5]
Trends	- Anteil der über 65-jährigen: 14,3% (gering) [3] - Durchschnittsalter 2030: 48,0 (hoch) [3] - Hoher Altenquotient 2030 (55,3) [3] - Alterswanderung positiv (+2,9) [3] - Senioren als neue Generation von Sportlern

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

10_18 Ehrenamt	
Stärken	- Fast 50 % der Bürger möchten sich ehrenamtlich engagieren [2] - Hohe Beteiligung v.a. der älteren Generation (beispielsweise Essen auf Rädern) [5] - Vereine und ihre Jugendarbeit [5]
Schwächen	- Ca. 38 % engagieren sich ehrenamtlich [2] - Fast einem Drittel (ca. 32 %) sind Beteiligungsmöglichkeiten unbekannt [2]
Trends	- weg von langfristigem Engagement hin zu eher „punktueller ehrenamtlicher Beteiligung“

11_18 Kommunale Finanzen	
Stärken	- Relativ geringe Pro-Kopf-Verschuldung (627 € / Land BaWü: 949 €) [3]
Schwächen	-
Trends	- Allgemein unklare Weiterentwicklung des Steuersystems und damit auch von Einnahmequellen für die Kommunen

12_18 Identität & Wir-Gefühl	
Stärken	- Historische Altstadt, Kalter Markt, gemütliche und kleine Stadt, Historie und Tradition sind die Top-5-Nennungen Frage 1 (zus. 76 %) [2] - Erhalt der Landschaft sehr wichtig bester Wert (Note 1,5) Frage 10 [2] - Ortsbild bester Wert Frage 3 (Note 2,1) [2] - Sitz Landgericht [4]
Schwächen	- Teilweise negatives Image Ellwangens [5] - In überregionaler Presse zu wenig präsent [4]
Trends	- Jahrzehntelang gepflegte Kulturelemente (beispielsweise „kalter Markt“ können „emotionaler Kitt“ für die Bevölkerung sein - Demografische Entwicklung kann zu Bedeutungsverlust einzelner Kulturelemente und auch zum Identitätsverlust von Stadtteilen führen

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

13_18 Innenstadt	
Stärken	- Historische Altstadt zentralste Stärke und wird zuerst assoziiert [2] - Frage 4 Besuch der Innenstadt bester Wert (2,4) [2] - Einzelhandelsausstattung Innenstadt [5]
Schwächen	- Fehlende Einkaufsmöglichkeiten, fehlendes EH-Angebot allgemein zentralste Schwäche (ca. 41 %) und am meisten vermisst (ca. 47,2 %) [2] - Einkaufsmöglichkeiten in der Innenstadt zweitschlechtester Wert Frage 3 (Note 3,1) [2] - Einkaufsmöglichkeiten, Angebot Innenstadt meistgenannte konkrete Verbesserungsmaßnahme (ca. 36 %) Frage 12 [2] - Wichtigste Themenfelder Frage 11: Unter Top 5: Angebot Innenstadt, Attraktivität/Ausbau Innenstadt, Belebung Innenstadt (insgesamt 38 %) [2] - Leerstände [1] - Stadtmobiliar und Abfallbehälter Qualitätsunterschiede [1] - Teilweise nicht mehr zeitgemäße Außendarstellung von Läden [1]
Trends	- Trend „zurück in die Innenstadt“ bundesweit feststellbar, macht auch Ellwanger Innenstadt als Wohn-, Erlebnis- und Arbeitsplatzstandort generell attraktiver

14_18 Teilorte	
Stärken	- Nahversorgung größtenteils gut (oder Kernstadtnähe) [1] – jedoch nicht flächendeckend
Schwächen	- Nutzung der Einkaufsmöglichkeiten in den Teilorten schlechtester Wert Frage 4 (Wert 2,7) [2]
Trends	- Entwicklung der Mobilität und Versorgung (Ärzte / Nahrungsmittel) vor dem Hintergrund des demographischen Wandels

15_18 Umwelt / Ökologie	
Stärken	- Sauberkeit zweitbester Wert Frage 3 (Note 2,3) [2] - Erhalt der Landschaft sehr wichtig, bester Wert Frage 10 (Wert 1,5) [2] - Natur/Erholung in der Stadt [5]
Schwächen	- Grünflächen / Gemeindebegrünung zweitschlechtester Wert Frage 3 (Note 3,0)

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH

Trends	-

16_18 Jugend	
Stärken	- Angebote für Kinder (Kindergärten, Kinderdorf mit Tagesstätte) [4]
Schwächen	- Fehlende Ausgeh-/Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche nur von ca. 4 % als schlecht bewertet Frage 2 [2]
Trends	- Demographischer Wandel

17_18 Wirtschaft	
Stärken	- Geringe Arbeitslosenquote [5] - Branchenmix [5] - Einzelhandelsausstattung Innenstadt [5] - Attraktive Arbeitsplätze [5] - Positives Pendlersaldo (+ ca. 2130) [3] - Anbindung Gewerbegebiet an Autobahn [4]
Schwächen	- Einzelhandel [5] - Grundversorgung in den Teilorten [5] - Geringe Erwerbstätigenquote (ca. 54,8 %), v.a. wenig SV-pflichtig beschäftigte Frauen [3] - In überregionalen Printmedien mit Wirtschaftsthemen wenig präsent, trotzdem kein negatives Image [4]
Trends	- Erhalt der Infrastruktur aufgrund demographischem Wandel schwierig [5] - Fachkräftemangel, v.a. Nachwuchs im Handwerk [5]

18_18 Soziales & Integration	
Stärken	- Bewertungen von Hilfsangeboten, Integrationsangeboten sowie Angeboten für Menschen mit Behinderung nur durchschnittlich (2,9; 2,7; 2,6) [2]
Schwächen	-
Trends	- Allein schon angesichts der Demografie künftig Zukunftsaufgaben der Gesellschaft und damit auch in den Kommunen - Zunahme der Kriminalität allgemein in der Gesellschaft - Hohe kostenintensive Projekte / nicht alle Einzel-Wünsche können erfüllt werden - Anspruchsdenken

Quellen: [1]: Städtebau-Check 2013; [2]: Bürgerbefragung 2013; [3]: Statistische Daten, beispielsweise www.wegweiser-kommune.de, www.statistik-bw.de usw.; [4]: Konzepte / Unterlagen / Informationen der Stadtverwaltung, usw.; [5]: Expertenrunde 2013.

© 2014 imakomm AKADEMIE GmbH