

PROTOKOLL MARKENWERKSTATT 2

STADT ALPIRSBACH

Alpirsbach, 12. September 2018

Moderation und Begleitung:
Kohl & Partner Stuttgart, Alexander Seiz
Auf der Höhe 42
73529 Schwäbisch Gmünd
Tel. 07171 / 9 47 70 11
Fax 07171 / 9 47 70 14
E-Mail: alexander.seiz@kohl-int.com
www.kohl.at

Auftraggeber:
Stadt Alpirsbach
Herr Bürgermeister Michael Pfaff
Marktplatz 2
72275 Alpirsbach
Tel. 07444 9516-200
E-Mail: michael.pfaff@alpirsbach.de
www.stadt-alpirsbach.de

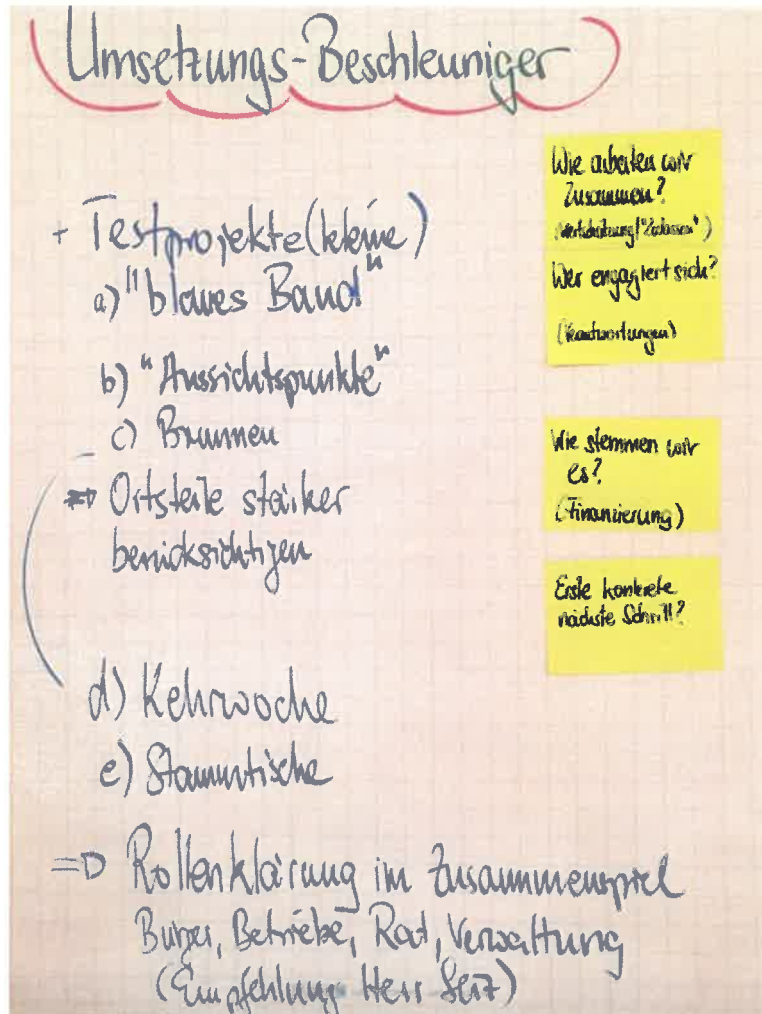
Projektleitung:
Dipl.-Bw (FH) Alexander Seiz

Datum:
12. September 2018


KOHL & PARTNER
HOTEL UND TOURISMUS CONSULTING

6. ZUSAMMENFASSUNG, ABSCHLUSS UND AUSBLICK

Zum Abschluss der Werkstattarbeiten bittet Herr Seiz die Teilnehmer im Plenum zu diskutieren, welche Rahmenbedingungen und Partner die erfolgreiche Umsetzung der erarbeiteten Projektideen unterstützen können.



Herr Seiz fasst nochmals seine Eindrücke aus der den beiden Markenwerkstätten zusammen und erörtert Möglichkeiten zur weiteren Vorgehensweise.

- Kleine Testprojekte wie zum Beispiel „Das blaue Band“, „Aussichtspunkte“, „Brunnen & Wasserqualität“, „Kehrwoche“ und „Stammtische“, welche einen geringen Kostenaufwand mit sich bringen, sollten schnell angegangen werden, um erste umgesetzte Projekte und Erfolge zu erzielen.
- Zusätzlich ist für ihn wichtig, nochmals die Rollen im Zusammenspiel von Bürgern, Betrieben, Gemeinderat und Verwaltung zu klären, ev. auch unter Hilfe eines externen Moderators/in.

Herr Seiz bedankt sich bei den Teilnehmern für das engagierte Mitwirken, freut sich über die sehr guten Projektideen und die aktive Mitarbeit der Teilnehmer. Er bedankt sich außerdem bei Frau Rauter für die sehr gute Organisation der Veranstaltung und übergibt das Schlusswort an Herrn Bürgermeister Pfaff.

Herr Bürgermeister Pfaff bedankt sich ebenfalls für das Interesse und Engagement der Teilnehmer. Er animiert die Teilnehmer an den entstandenen Ideen gemeinsam weiter zu arbeiten und sich auch weiterhin aktiv an der Stadtentwicklung Alpirsbachs zu beteiligen. Herr Pfaff freut sich auf eine konstruktive Zusammenarbeit bei der Umsetzung, unterstreicht aber gleichzeitig, wie wichtig ihm der Blick auf die strategische Basis bei der Umsetzung der ausgewählten Maßnahmen ist.

Termin: 12.09.2018, 18.00 - 21.30 Uhr

Ort: Haus des Gastes, Alpirsbach

Teilnehmer: knapp 30 Teilnehmer, siehe Teilnehmerliste

Moderation, Begleitung, Protokoll: Hr. Seiz, Fr. Wehling und Hr. Meyer Kohl & Partner Stuttgart

1. BEGRÜSSUNG

Herr Seiz begrüßt die Teilnehmer und weist darauf hin, dass zwar weniger Teilnehmer als bei der letzten Werkstatt dabei sind, das Interesse aber wieder groß ist und übergibt für weitere Grußworte an Frau Rauter. Sie begrüßt die Teilnehmer herzlich und entschuldigt Herrn Bürgermeister Pfaff, der aufgrund eines weiteren Termins, erst später zur Gruppe stößt. Sie freut sich auf gute Ideen und einen erfolgreichen Verlauf des Abends. Anschließend stellt Herr Seiz sich und seine beiden neuen Kollegen im Projekt, Frau Wehling und Herrn Meyer vor und geht näher auf den Tagesablauf ein.

2. VORSTELLUNG MARKE UND STRATEGIE

Herr Seiz gibt einen kurzen Rückblick zur Markenwerkstatt 1. Anschließend präsentiert er den Teilnehmern die Ideen zur neuen Marke und zur touristischen Positionierung, welche zwischenzeitlich durch Kohl & Partner ausgearbeitet wurden. Zunächst geht Herr Seiz dabei auf die Positionierung aus dem Leitbild der Stadt Alpirsbach von 2003 ein und betont die gute Ausgangslage. Weiter präsentiert er die erarbeiteten Inhalte zur neuen touristischen Positionierung und daraus resultierende zu bearbeitende Themen- und Handlungsfelder. Den Markenkern leitet er anhand des von Kohl & Partner entwickelten MarkenCompass ab. (Präsentation siehe Anhang)

3. WERKSTATTARBEIT 1: MARKE, POSITIONIERUNG, MARKENUMSETZUNG

Die Teilnehmer werden in fünf Gruppen eingeteilt und erhalten an den einzelnen Tischgruppen die Aufgabe, die vorgestellten Ideen zur Marke und Positionierung zu prüfen, zu ergänzen und in der Gruppe gemeinsam zu klären. Des Weiteren werden erste Ideen gesammelt, wie sich die neue Marke umsetzen lässt und damit für Besucher spürbar wird. Die Ergebnisse werden anschließend im Plenum präsentiert. Insgesamt bewerten die Teilnehmer den Vorschlag als sehr passend und gelungen. Viele Teilnehmer äußern jedoch den Wunsch, dem Thema „Lebensqualität für Bürger und Einheimische“ im Rahmen der Positionierung einen noch höheren Stellenwert zuzuordnen. Entsprechend dieser Anregung der Teilnehmer wird in der nachfolgenden Werkstattarbeit 2 auch das Thema „Attraktiver Lebensraum“ fokussiert als eigenes Handlungsfeld bearbeitet.

Marke und Positionierung

Böhr

Touristische Positionierung

Leitgedanken zur Positionierung

Der Kohl & Partner MarkenCompass Alpbach

Top-Potential → Bräutling "Ulkraut"
 Alpbach-Tradition - Kultur - Genuss

Frage an KP: Wo genau ist die Altstadt mit Flau?

Marken-Umsetzung

- Basics: "Kehrwache" → Ulkraut Weg
- Premium-Wanderweg "Bettelmische"
- Roter Faden - grüner Weg → Partiarische Genossenschaft
- Kurgarten kann jetzt tun + umsetzen

Marke und Positionierung

Touristische Positionierung

Leitgedanken zur Positionierung

Der Kohl & Partner MarkenCompass Alpbach

Die Balance soll auf beiden Bereichen liegen bei
 Tourismus und Bevölkerung
 einzig zugänglich + Wasser stärker (Kinzigsstrand)

Marken-Umsetzung

Verkehrskorridor, Bereich
 Schaffen (Parteilichsystem)


Verbindung schaffen zwischen Kinzgerseite u Altstadt
 + Muggelbrunn + Säggarse

Wasser durch die Stadt Alpbachbäche / Quellen


Marke und Positionierung

Gaudebrunn / Pfaff Bürger-Dorf + Gaudebrunn


Touristische Positionierung



Leitgedanken zur Positionierung



Der Kohl & Partner MarkenCompass Alpirsbach



- Tourismus → Aktivität
- Bier of a UE/Stein
- Klosterbräu
- Kurgarten
- Gaudebrunn
- Trübe-Bier
- Rodel-Bahn

DEMOGRAPHIE

- KADERSCHULTZ
- SEEBACH
- ZWISCHEN-TRIEDT
- Stadtbau
- Kirchhof
- Grotte
- Felsen

GREEN VILLAGE

- Grünhof
- GSA
- ...


Marken-Umsetzung

Bürger-Dorf + Gaudebrunn + Pfaff

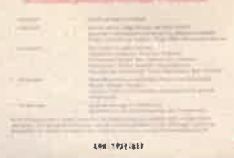
HGV → stärken durch Umgestaltung

Marke und Positionierung


Touristische Positionierung



Leitgedanken zur Positionierung



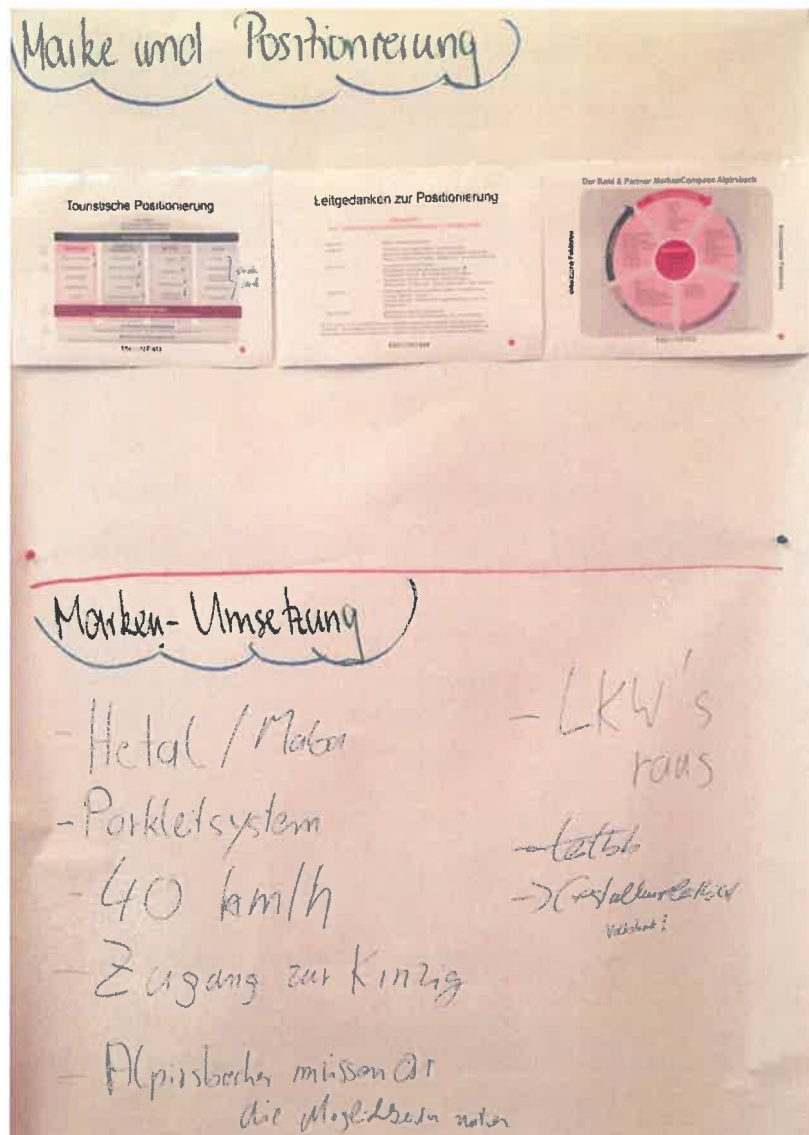
Der Kohl & Partner MarkenCompass Alpirsbach



Attraktiver Lebensraum als 5 Säule für den Bürger
 Kloster + Brauerei ausklammern, um Kraft/Potential in übrigen Potentialen zu stecken

Marken-Umsetzung

Marke für Bürger wahrnehmbar machen



4. WERKSTATTARBEIT 2: ZIELE UND PROJEKTE

Nach einer kurzen Pause startet, aufbauend auf den bisherigen Ergebnissen, die zweite Werkstattarbeit. Zunächst werden die Teilnehmer aufgefordert, sich in Gruppen je nach Interesse einem der sechs Themenfelder anzunehmen. Die Themenfelder „Attraktiver Lebensraum“, „Stadtgestaltung, Innenstadt & Verkehr“, „Genuss & Regionalität“, „Kultur“, „Natur“ sowie „Marketing & Organisation“ werden in dieser Werkstattarbeit ausgehend von den Rückmeldungen zur Positionierung verstärkt beleuchtet. Die Gruppen sammeln in ihrem Handlungsfeld Themen und Aspekte sowie Ziele und zur Erreichung notwendige Projektideen. Die bereits bisher im Prozess aufgekommenen Projektideen wurden den einzelnen Themen zugeordnet und bereits vorab durch Kohl & Partner an der Pinnwand angebracht. Die Ergebnisse werden anschließend im Plenum diskutiert, wobei eine Priorisierung der TOP 3 Projektideen vorgenommen wird.

Attraktiver Lebensraum

Inhalte/Aspekte

- andere Stadtteile berücksichtigen

get more density
Kinder
Bauweise
Verkehr

Ziele

Familien
+
Firmen
= Arbeitsplätze

Sicherung des Schulstandortes

attraktives Wohnen

Projektideen

Freiwilligen
Sorge

(Markt-) lokale Initiativen

Frei
Lied

Parkkonzept

**Stadtkonzepte
interaktiv & kreativ**

Inhalte/Aspekte

- Verkehrsverbund B 2941
B 162

Ziele

Hotel kaufen
(Klosterplatzsicherung)

1/ Marktstraße als Fußgängerzone

2/ Parkleitsystem

Ortsatzung

3/ Kurgarten

Stadtverschönerung

4/ Beleuchtungskonzept

Projektideen

Parkplätze Mo-Stellplätze

Wochenmarkt

Aufwertung der Altstadt

Weniger Verkehr / Freizeitspielplätze

Baumerschneppen für alle

Bäume / Fassaden
Frischen an lässigen Plätzen

Aufwertung

Stadtkonzeption

Verkehrskonzept / Besucherlenkung

Lebendlandschaftsplanung / (Ordnung) von Grün

Stadtverschönerung / Blumenschmuck

Klosterplatz
sanftes Speeren & Beleben

Wochenmarkt
Aufwertung
Nachmittag

Genuss & Regionalität

Inhalte/Aspekte

- Genuss mit allen Sinnen
- unkomplizierte Umsetzung von Projekten/Vernetzung
- Einbindung der lokalen Firmen
- Vernetzung mit den Nachbar-gemeinden

Ziele	Projektideen
<ul style="list-style-type: none"> → mehr regionale Produkte • → Offenhaltung der Landschaft → Steigerung bzw. attraktiver Wohnort für Touristen → gemeinsame Plätze / Straßen → Ortsansässige Firmen & Handwerker halten & unterstützen → leer stehende Unternehmen beleben 	<ul style="list-style-type: none"> 1) blaues Band (Stadtplan) Marktscheune / modernes Caféhaus 2) Genuss-wandern → Genuss-Päckchen Silberbergwerk / Glaswald → slow-food-Market Naturpark-markt 3) Kunden-lobal-Börse - Wochenmarkt attraktiver gestalten

Kultur

Inhalte/Aspekte

- Musik
- Bildung - stark + privat → städtische Kultur & Zentren
- 3) - Kloster - Fachhochschule
- Veranstaltungen ... (Theater, etc. Kulturraum)
- 2) - Brunnen → Friedensbrunnen
- ökumenisch

Ziele	Projektideen
<ul style="list-style-type: none"> - Sanierung des Platzes - Kloster International vernetzen - spirituell 	<ul style="list-style-type: none"> - Wandern verbuchen 1) Klanggarten im Kurgarten → Stadtteil & Theater + Brunnen B+ER

Marketing Organisation

Inhalte/Aspekte

- ① Website benutzerfreundlich und marketing orientierter Aufbau
- ② Auskopplung von Tourismusinfo durch Fremdfirmen
- ③ Online marketing Konzept

Ziele

klares Budget über (Inhalte)
 Tourismus und Stadtmaking
 Touristische Auskunfts am
 Wochenende zu sichern

② Kooperationsstufen klären
 + starten

Projektideen

Riadmarathon
 als Stadtränge ein-
 beziehen,

~~ermittelt~~ Bewertung von
 Attraktivitäten in der Stadt

Hochwertige Berichterstattung
 in der Zeitung über kommende
 Veranstaltungen, Veranstaltung
 Online marketing

Webseite /
 Webpräsenz
 Personal Stadt-
 marketing / City-
 management (Leitung)
 Aufwertung
 Tourist-Information
 Kooperation
 Kinzigtal oder
 Nationalparkregion

Natur

Inhalte/Aspekte

Ziele

- ① Stadt soll bis 20 —
 nochmal gestaltet sein
- Energieverbrauch ist
 bis 20 — um 50% gesamt

Projektideen

- Wanderroute erfassen
 + gestalten
- Natur barrierefrei
- Förderhöfe abgrenzen
- Wasser i. d. Stadt.
 (auch im Kurgarten
 mehr erneuerbare Energien
 dezentral
- ① Anschneiden bestehende Wg
 überdecken / Trauumw ersetzen
 (auf 20 Jahre)
- ② Wasser durch Inspektions-
 Gräben / Kanäle / Bäche

Auszeichnung /
 Spezialisierung
 Gastgeber
 Bettelmann-
 Weg
 Verspielplatz / Wasser-
 Spielplatz an der
 Kinzig / Zuger

5. PLENUMARBEIT: PROJEK-PRIORITÄTEN UND UMSETZUNGSBESCHLEUNIGER

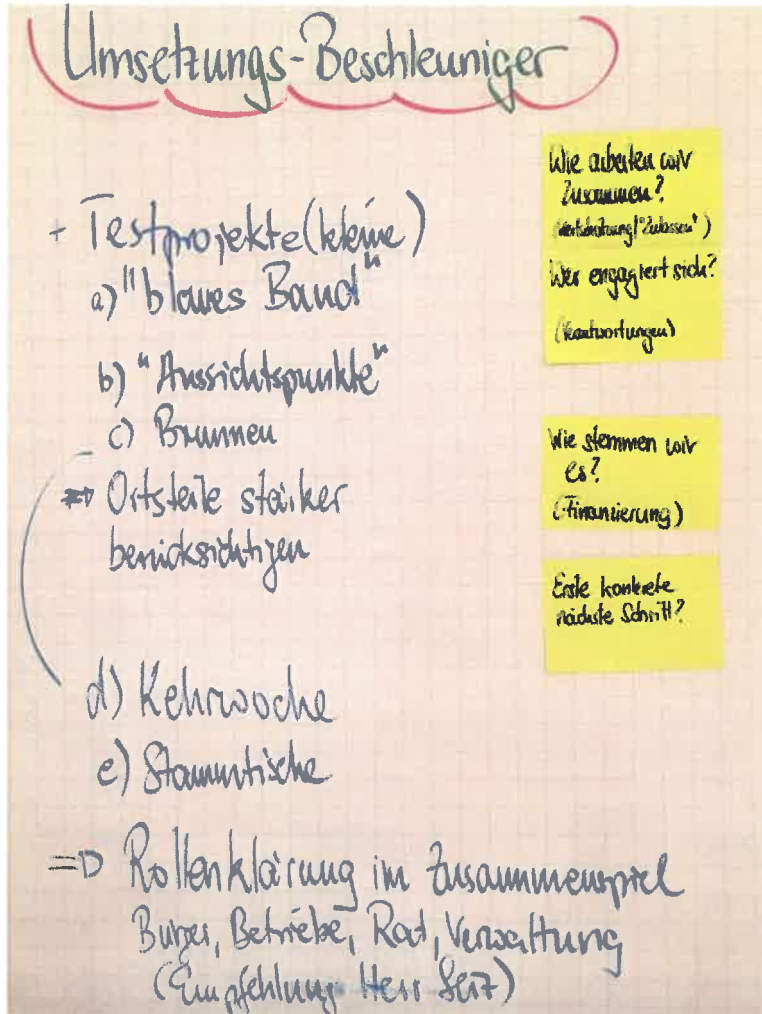
Aus der Werkstattarbeit 2 ergaben sich 19 Projektideen in den sechs Handlungsfeldern. Im nächsten Schritt werden jeweils die TOP 3 Projektideen je Handlungsfeld zur weiteren Priorisierung von Herrn Seiz zusammengetragen. Jeder Teilnehmer erhält acht Punkte, welche den Projekten mit der höchsten Relevanz zugeordnet werden sollen. Nach Abstimmung jedes Teilnehmers ergibt sich aus der Zuordnung der Punkte zu den wichtigsten Projektideen ein Stimmungsbild, welches die Prioritäten der Werkstattteilnehmer übersichtlich abbildet.

Projekt	Priorität	Pkt	Rang	Zeit	Kosten	Info
Laden-Lokal-Börse		1				
Genuss-Wandern Premium-Wandern		15	⑧			
"Blaues Band" Stadtrundgang Stadtfarben		23	①			
Kluster vernetzen		4				
Brunnen		11	⑫			
Stammtisch "rüttel"		3				
Kinzig erlebbar Nassel nassieren		18	④			
Themen/ Premiumwege		1				
Pflege von Wegern & Anlaufpunkte		19	②			

Projekt	Priorität	Pkt	Rang	Zeit	Kosten	Info
Verkehrsberuhigung		14	9			
Hotel kaufen Klosterplatz- sanierung		16	7			
Kurgarten		17	6			
Stadt- verschönerung		11	12			
Freibad		14	9			
Spid- plätze		18	4			
Schul- standort halten		19	2			
Freiwilligen- Börse		3				
tour Kooperation		3				
Webseite/ Online-Marketing		12	11			
Auskopplung Tourist-Info		4				

6. ZUSAMMENFASSUNG, ABSCHLUSS UND AUSBLICK

Zum Abschluss der Werkstattarbeiten bittet Herr Seiz die Teilnehmer im Plenum zu diskutieren, welche Rahmenbedingungen und Partner die erfolgreiche Umsetzung der erarbeiteten Projektideen unterstützen können.



Herr Seiz fasst nochmals seine Eindrücke aus der den beiden Markenwerkstätten zusammen und erörtert Möglichkeiten zur weiteren Vorgehensweise.

- Kleine Testprojekte wie zum Beispiel „Das blaue Band“, „Aussichtspunkte“, „Brunnen & Wasserqualität“, „Kehrwoche“ und „Stammtische“, welche einen geringen Kostenaufwand mit sich bringen, sollten schnell angegangen werden, um erste umgesetzte Projekte und Erfolge zu erzielen.
- Zusätzlich ist für ihn wichtig, nochmals die Rollen im Zusammenspiel von Bürgern, Betrieben, Gemeinderat und Verwaltung zu klären, ev. auch unter Hilfe eines externen Moderators/in.

Herr Seiz bedankt sich bei den Teilnehmern für das engagierte Mitwirken, freut sich über die sehr guten Projektideen und die aktive Mitarbeit der Teilnehmer. Er bedankt sich außerdem bei Frau Rauter für die sehr gute Organisation der Veranstaltung und übergibt das Schlusswort an Herrn Bürgermeister Pfaff.

Herr Bürgermeister Pfaff bedankt sich ebenfalls für das Interesse und Engagement der Teilnehmer. Er animiert die Teilnehmer an den entstandenen Ideen gemeinsam weiter zu arbeiten und sich auch weiterhin aktiv an der Stadtentwicklung Alpirsbachs zu beteiligen. Herr Pfaff freut sich auf eine konstruktive Zusammenarbeit bei der Umsetzung, unterstreicht aber gleichzeitig, wie wichtig ihm der Blick auf die strategische Basis bei der Umsetzung der ausgewählten Maßnahmen ist.