



CRAILSHEIM

Bericht des stellvertretenden Ressortleiters Bildung & Wirtschaft

Stadtverwaltung Crailsheim, 3. Mai 2021

Strategische Projekte und Schwerpunkte

1. Große Herausforderungen: Change, Transformation, Digitalisierung

2. Besondere Situation des Handels

- 2.1. Der Handel im Spannungsfeld der Online- und der Offline-Welt
- 2.2. Online-Sichtbarkeit als Meta-Thema
- 2.3. Der Handel und die Innenstadt in Crailsheim
- 2.4. Vitalisierung der Crailsheimer Innenstadt

3. Strategische Vernetzung und Innovationsmanagement

- 3.1. Chiffre Zukunft
- 3.2. Popup Labor BW
- 3.3. Ausbildungsstammtisch
- 3.4. Handwerksvesper
- 3.5. Berufsinformationstag
- 3.6. Frauenwirtschaftstag
- 3.7. Städtetag BW, AG Wirtschaftsförderung
- 3.8. Beirat der Wirtschaftsförderung des Landkreises Schwäbisch Hall (WFG)
- 3.9. Fachbeirat der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF)
- 3.10. Digital Hub

4. Dialog Politik & Wirtschaft

- 4.1. Bildung eines Wirtschaftskreises
- 4.2. Wirtschaftspreis
- 4.3. Politik@Verein

5. Verein Stadtmarketing

6. Zusammenarbeit in der Verwaltung

7. Fazit und Ausblick

Anhang



CRAILSHEIM

Vorwort und Einleitung

2017 legte der damalige Wirtschaftsförderer, heute stellvertretender Ressortleiter Digitales & Kommunikation und Leiter des Sachgebiets Stadtmarketing, einen umfassenden Tätigkeitsbericht vor. Zum klassischen Aufgabengebiet gehörten damals Themen wie Bestandsbetreuung und Ansiedlungsunterstützung oder Stadt- und Standortmarketing. Zusätzlich kümmerte sich die Wirtschaftsförderung unter anderem um den Bereich Tourismus und Tourismusmarketing, verwaltungsinterne Dienstleistungen im Bereich Marketing sowie Aufgaben aus Öffentlichkeitsarbeit und Beratungstätigkeiten.

Das Sachgebiet Wirtschaftsförderung gehörte zum Fachbereich Stadtgesellschaft Kultur Wirtschaft und war bis 2017 mit 1,7 Stellen und dann mit 2 Vollzeitstellen ausgestattet. Eine Wirtschaftsförderung mit dieser Bezeichnung gibt es heute in der Verwaltung nicht mehr. Seit Januar 2019 ist der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft auch Leiter des Sachgebiets Gewerbe & Handwerk. Rund 70 % der Arbeitszeit entfallen auf den Bereich Wirtschaft, etwa 30 % auf Bildungsthemen und den Betrieb von städtischen Hallen.

Der Arbeitsbereich beim Aufgabenfeld Wirtschaft erhielt einen anderen Zuschnitt. Geblieben und dabei teilweise neu justiert wurden zum Beispiel die strategische und langfristige Verbesserung der Standortfaktoren, Bestandsbetreuung, Ansiedlungsunterstützung, die Organisation von Veranstaltungen und Events, Unterstützung der Unternehmen bei der Fachkräftegewinnung, Unterstützung des Einzelhandels sowie das Schnittstellenmanagement zwischen Wirtschaft, Politik und Verwaltung. Gleichzeitig kommt dem Bereich Wirtschaft nach wie vor eine wichtige Funktion in der Außenwahrnehmung der Stadt und der Verwaltung zu.

Die enge und erfolgreiche Zusammenarbeit des Sachgebiets Stadtmarketing und des Sachgebiets Gewerbe & Handwerk ist die Grundlage für ein aktives und zügiges Vorkommen bei gemeinsamen Projekten. Viele Tätigkeitsfelder knüpfen aneinander an oder sind verwoben. Dazu gehört unter anderem die Arbeit im Vorstand des Vereins Stadtmarketing und in mehreren zugehörigen Arbeitskreisen oder Kooperationen mit der Wirtschaftsförderung des Landkreises. Mit dem Leitmotiv „Gestalten statt nur Verwalten“ steht das Innovationsmanagement im Vordergrund. Darunter versteht man nicht nur die Entwicklung von Ideen, sondern vor allem auch die Verwertung und Umsetzung derselben.

Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft trat seine Stelle am 1. Januar 2019 an. Dieses Jahr war geprägt von einer kurzen Einarbeitungszeit, ehe im Sommer die Leitung des Ressorts Bildung & Wirtschaft für mehrere Monate kommissarisch übernommen wurde. 2020 stand im Zeichen der Corona-Pandemie. Trotzdem gelang es, im Bereich Wirtschaft neue Akzente und Impulse zu setzen. 2019 wurden rund 500 Termine wahrgenommen, im Durchschnitt mehr als 40 Termine im Monat. Dazu gehören unter anderem interne und externe Besprechungen, Mitarbeitergespräche, Firmenbesuche, Jours Fixes, Ratssitzungen, Sitzungen und Termine des Vereins Stadtmarketing sowie Abend- und Wochenendveranstaltungen.



CRAILSHEIM

Strategische Projekte und Schwerpunkte

1. Große Herausforderungen: Change, Transformation, Digitalisierung

Wir sind längst in einer digitalisierten Welt angekommen. Neue oder veränderte Geschäftsmodelle sind entstanden: Autos werden beim Carsharing per App geteilt, Sprachen werden im Web gelernt, Banküberweisungen online per App abgesichert und Musik wird gestreamt. Auch die Industrie wandelt sich: 3D-Drucker stellen Maschinenteile her, Roboter bauen diese zusammen, und ganze Fabriken sind intelligent miteinander vernetzt.

An der Digitalisierung kommt niemand vorbei. Sie betrifft nicht mehr nur klassische IT-Unternehmen, sondern Unternehmen quer durch sämtliche Branchen und Sektoren. Egal, ob Handwerk, Gastronomie, Dienstleistung, Einzelhandel oder Produktion. Sie alle müssen sich seit geraumer Zeit mit disruptiven, das heißt umwälzenden Prozessen auseinandersetzen. Das Wesen solcher tiefgreifenden Veränderungen in der Marktwirtschaft besteht darin, dass sie mit ihren Neuerungen das Gewohnte und Bekannte obsolet oder vergessen machen.

Bestehende Produkte, bekannte Vertriebswege oder komplette Unternehmen verschwinden, das Verbraucher- und Einkaufsverhalten ändert sich. Bestehendes wird verdrängt, so wie das Auto das Pferd verdrängt hat. Kalender, Kataloge, Diktiergeräte, Kassetten oder Fotoapparate sind heute kaum noch oder wenig gefragt. Firmen von Weltruf wie Kodak oder Agfa mussten bittere Verluste hinnehmen und sich neu ausrichten, Kataloghändler wie Quelle oder Weltbild gingen in die Insolvenz. Selbst digitale Waren, die noch gar nicht so alt sind, wie die CD oder die DVD stehen schon wieder auf dem Abstellgleis. Und digitale Pioniere sind ebenso wenig davor gefeit. Inzwischen spricht man bei Facebook von einer Überalterung in der Zielgruppe. Der Grund: Junge Menschen möchten nicht mit ihren Eltern die gleichen sozialen Medien nutzen.

Bei solchen disruptiven Prozessen spricht man von Transformation (fundamentaler und dauerhafter Wandel) oder auch Change (Wechsel, Veränderung).

Viele Industrieunternehmen haben die Herausforderung der Digitalisierung längst angenommen. Intelligente Produktionsverfahren und neue Geschäftsmodelle sind entstanden. Diese Transformation wird unter dem Begriff Industrie 4.0 zusammengefasst. Industrie 4.0 bestimmt dabei die gesamte Lebensphase eines Produktes: Von der Idee über die Entwicklung, Fertigung, Nutzung und Wartung bis hin zum Recycling. 83 % der deutschen Unternehmen sehen heute einen hohen Digitalisierungsgrad ihrer Wertschöpfungsketten.

Einige Beispiele aus Crailsheim, die das belegen, heißen Elabo, Schubert Gruppe, Syntegon Technology und HF Solutions. Elabo bezeichnet sich selbst als Vorzeigeunternehmen in Bezug auf Digitalisierung. Seit rund 40 Jahren wirkt das Unternehmen als innovative Kraft in der Elektrotechnik mit Hardware- und Software-Lösungen. Das Unternehmen baut intelligente und individuelle Arbeitsplätze sowie Montage- und Prüfanlagen in der industriellen Serienfertigung. Darüber hinaus bietet Elabo die Digitalisierung und Optimierung von Arbeitsprozessen an.



CRAILSHEIM

Gemeinsam mit dem Fraunhofer IAO, dem Future Work Lab (Innovationslabor für Arbeit, Mensch und Technik an der Universität Stuttgart) und weiteren Partnern forscht Elabo an der Arbeitswelt von Morgen. So ist gemeinsam auch der „Molekulare Arbeitsplatz“ entstanden – der Arbeitsplatz, der Produktions- und Wissensarbeit verbindet. Ziele sind verantwortungsvolle und sinnstiftende Arbeit, Gestaltungsmöglichkeiten bezüglich der Arbeitsaufgaben und -inhalte sowie Individualisierungsmöglichkeiten für die Arbeitsumgebung. 2018 erhielt Elabo für den E-Case, die digitale Fabrik im Koffer, den Innovationspreis der Allianz Industrie 4.0 in Baden-Württemberg. Diese Allianz ist ein vom Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg initiiertes und gefördertes Netzwerk, das vom VDMA (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer) betrieben und koordiniert wird. Für die Smart Factory Lernfabrik wurde Elabo im Jahr 2015 ausgezeichnet. Seit 2019 betreibt das Unternehmen ein eigenes Innovationszentrum in Crailsheim.

Die Schubert Additive Solutions GmbH gehört zur Schubert Gruppe. Sie entwickelte die Part-Streaming-Plattform Partbox. Diese erlaubt den 3D-Druck von Format-, Ersatz- und Verschleißteilen auf Knopfdruck direkt beim Kunden vor Ort. Das Unternehmen definiert Industrie 4.0 oder genauer Logistik 4.0 auf eigene Weise. Ersatzteile müssen nicht am Lager vorgehalten oder bestellt werden. Kunden aus der ganzen Welt brauchen lediglich einen handelsüblichen 3D-Drucker und die Partbox. Formateile, Ersatz- und Verschleißteile lassen sich von jedem in jeder gewünschten Menge per „Click & Print“ selbst produzieren. Für die Kunden bedeutet diese Lösung sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile. Die Logistik wird quasi von Verkehrsmitteln wie LKW, Schiff oder Flugzeug auf einen Drucker und die Partbox verlegt. Anstelle von Bauteilen werden Daten an Kunden versendet. Im Rahmen der Frankfurter Fachmesse Exchange 2020 gewann die Firma den Smart-Solutions-Award.

Syntegon Technology ging 2020 einen großen Schritt in der Inspektionstechnologie. Das Unternehmen hat das erste vollständig validierte visuelle Inspektionssystem mit Künstlicher Intelligenz installiert. Zudem werden neue Technologien entwickelt, die neben dem Kampf gegen die Pandemie vor allem die personalisierte Medizin als großen Trend in der Pharma-Branche umfassen.

HF Solutions ist ein waschechter Start-up aus Crailsheim. Das junge Unternehmen ist Partner von SAP und kümmert sich um die ERP-Systeme* von morgen. Das Geschäft von HF Solutions ist rein digital und befasst sich mit Datenströmen, die ermöglichen sollen, dass im Kundenunternehmen alles mit allem digital interagieren kann. Durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz, Machine Learning und Anwendungsmodellen lässt HF Solutions Datenmodelle miteinander kommunizieren.

**Enterprise Resource Planning (ERP) bezeichnet die Aufgabe, Ressourcen wie Kapital, Personal, Betriebsmittel, Material und Informations- und Kommunikationstechnik rechtzeitig und bedarfsgerecht zu planen, steuern und verwalten.*

Schauen wir auf Crailsheim, schauen wir auf Gastronomie und Handel. Günthers Plattenladen, Cafe Knauer, Bücher Baier, Modehaus Burkardt, Sport Wolf oder das Modehaus Oechsle, das mehr als 100 Jahre alt war, sind nur ein paar Beispiele, die einst Institutionen zu sein schienen. Sie alle gibt es nicht mehr. Manche sind inzwischen vergessen, jüngere Crailsheimerinnen und Crailsheimer lernten sie nie kennen. Marktentwicklungen wurden falsch eingeschätzt oder konnten nicht mitgegangen werden,



CRAILSHEIM

Produkte wurden am Markt ersetzt durch andere, manchmal gab es auch keinen Nachfolger. Auch vor Jahren und Jahrzehnten gab es Verschiebungen, wie eben beschrieben, denen Unternehmen lokal, regional und weltweit zum Opfer fielen. Veränderungsprozesse sind für die Wirtschaft nichts Unbekanntes. Von Change Management oder Transformation sprach man damals noch nicht.

Die Digitalisierung ist ein disruptiver Megatrend und zugleich zentraler Innovationstreiber. Aber Digitalisierung bedeutet für jedes einzelne Unternehmen etwas anderes. Manche haben große Angst davor, andere gehen voran. Eigentlich gibt es „die Digitalisierung“ per se nicht. Sie dient lediglich als Oberbegriff und Kennzeichnung. Für jedes Unternehmen bedeutet sie etwas Anderes. Es gilt für alle, die Herausforderungen anzunehmen, einen eigenen Fahrplan zu erstellen, zu erkennen, was getan werden muss. Vernetzung von Daten, Verschlinkung von Prozessen und Schaffung neuer Wertschöpfung sind Schlüsselfaktoren in diesem Zusammenhang. Künstliche Intelligenz (KI) ist die Zukunftstechnologie, welche die Digitalisierung in den nächsten Jahren und Jahrzehnten am meisten beeinflussen wird.

Große und herausfordernde Aufgabe für die Kommunen ist es, diese Transformationsprozesse zu begleiten. Dazu braucht es Kooperationspartner, neue Wege der Kommunikation und starke Netzwerke. Hier sind wir in Crailsheim und im Landkreis Schwäbisch Hall auf einem guten Weg. Das Sachgebiet Gewerbe & Handwerk begleitet die Crailsheimer Unternehmen bei diesen Prozessen, stellt Kontakte her, vernetzt die Unternehmen und treibt damit die Digitalisierung weiter voran.

2. Besondere Situation des Handels

2.1. Der Handel im Spannungsfeld der Online- und der Offline-Welt

Die Realität im Einzelhandel sieht inzwischen so aus: Kunden nutzen alle verfügbaren Einkaufswege je nach Situation, Produkt und Preis. Dabei sind sie weniger loyal dem jeweiligen Händler gegenüber als früher. Den sogenannten Stammkunden gibt es kaum noch. Man spricht von einem „Relevant Set“ des Kunden. Dabei geht es um die Auswahl an Marken und Produkten, die sich im Bewusstsein des Konsumenten befindet und dort festgesetzt haben. Der Selektionsprozess im Rahmen des Kaufvorgangs erfolgt dabei mehrstufig. Ziel des Händlers muss es folglich sein, im Relevant Set so vieler Konsumenten wie möglich zu sein. Vor allem die jungen Zielgruppen zeigen ein Kaufverhalten, das oftmals sehr produkt- und markengetrieben ist. Man gibt sich dabei nicht mit einem Ersatzprodukt zufrieden, sondern sucht in den verfügbaren Einkaufskanälen, bis man das Wunschprodukt gefunden hat. Auch aus diesem Grund ist es ungeheuer wichtig, dass der klassisch stationäre Handel online sichtbar ist.

Laut dem Handelsverband Deutschland HDE verändert die Digitalisierung den Einzelhandel nachhaltig und tiefgreifend. Die Veränderungsprozesse vollziehen sich dabei mit hoher Geschwindigkeit und stellen Unternehmen aller Branchen und Größen vor große Herausforderungen. Bereits knapp drei Viertel der Händler beklagen einen spürbaren Rückgang an Kunden in ihrem Laden. Der Trend der Verlagerung weiterer



CRAILSHEIM

Kundenströme in die Online-Welt scheint ungebrochen. Große Einzelhandelsketten wie Media Markt, H&M, Esprit, Edeka, Rewe, Tchibo oder Douglas, die in vielen deutschen Innenstädten vertreten sind, haben gleichzeitig Online-Shops, mobile Webseiten, mobile Apps und zahlreiche Facebook-Fans.

Aber die Online-Händler müssen ebenso für die Zukunft gewappnet sein. Sie sehen die Verknüpfung von der Online- und der Offline-Welt als zunehmend wichtiger an, um im Handel erfolgreich zu bleiben. Dies führt dazu, dass Online-Händler in die Innenstädte streben. Große E-Commerce-Unternehmen wie Amazon, Zalando oder Mytoys.de haben bereits eigene Läden aufgemacht. Das EHI Retail Institute e. V., renommiertes Forschungs- und Bildungsinstitut für den Handel, hat veröffentlicht, dass Online-Händler, die auch Ladenlokale betreiben, im Schnitt knapp 20 % pro Jahr zulegen, während reine Webshops dagegen nur noch einseitig wachsen. Die Verzahnung der Vertriebswege bei gleichzeitiger Kundenfixierung nennt sich Cross-Channel. Beim Cross-Channel-Marketing erhält die Zielgruppe Botschaften im Zusammenspiel unterschiedlicher Kanäle. Diese sind auf das jeweilige Medium abgestimmt. Dabei werden die Vorteile der verschiedenen Kanäle genutzt, mit dem Ziel, beim Kunden ein Kaufbedürfnis auszulösen.

In einem integrierten Cross-Channel-Geschäftsmodell bleibt das Einzelhandelsgeschäft, aber es bleibt nicht, wie es ist. Cross-Channel-Handel ist die Weiterentwicklung des Multi-Channel-Ansatzes. Wie auch beim Multi-Channel-Handel verfügt ein Unternehmen über unterschiedliche Vertriebswege. Der Unterschied liegt jedoch darin, dass diese Kanäle miteinander verknüpft werden. Der Kunde kann sich online informieren und offline einkaufen oder umgekehrt. Mit Angeboten wie Click & Collect holt der Kunde beispielsweise seine Onlinebestellung in einer Filiale ab. Die Integration der verschiedenen Kanäle setzt vor allem eine zentrale Datenbasis der Produkte, Kundendaten sowie der Bestellabwicklung und Auslieferung voraus. Mit Click & Collect reift eine Vertriebsform, die deutsche Konsumenten zunehmend attraktiv finden. Hier greifen Vorteile, die digital nicht geboten werden können: persönliche und umfassende Fachberatung vor Ort, unmittelbarer Warentest vor Kauf, flexible Abholung, Versandkostenersparnis.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Bitkom) gibt folgende Zahlen heraus: Mittlerweile kaufen 51 Millionen Deutsche im Internet ein. Jeder vierte Verbraucher in Deutschland hat bereits Click & Collect genutzt. Das wird einer Studie von Ebay zufolge für Händler zunehmend zu einem Wettbewerbsvorteil. Bereits jeder dritte Smartphone-Nutzer kann sich vorstellen nur noch mit dem Handy zu bezahlen. Die Verzahnung von mehreren Marketing-, Verkaufs- und After-Sales-Kanälen zu einem integrierten und nahtlosen Einkaufserlebnis für Kunden ist auf dem Vormarsch.

Treiber dieses Cross-Channel-Commerce sind die Konsumenten, denen durch Technologie und Vernetzung eine nie da gewesene Preistransparenz, Informationsvielfalt und Annehmlichkeiten zur Verfügung stehen. Die Chance des Handels liegt nun darin, diesen neuen Ansprüchen und Wünschen seiner Zielgruppen mit innovativen Angeboten und Lösungen zu begegnen.



CRAILSHEIM

2.2. Online-Sichtbarkeit als Meta-Thema

90 % der Deutschen sind Internetnutzer, 182 Minuten sind sie durchschnittlich online. Zahlen, die die Ergebnisse und Aussagen des Bitkom untermauern. Das IHF Köln (Institut für Handelsforschung) ist Partner der Industrie- und Handelskammern deutschlandweit und bietet Schulungen, aktuell in Form von Webinaren, um den Handel fit für die Zukunft zu machen. Zentrales Thema ist der Aufbau und die Pflege von Cross-Channel-Aktivitäten. Das IHF wurde vom Bundeswirtschaftsministerium beauftragt und betreibt das „Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Handel“.

Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft nahm an mehreren Webinaren und Online-Schulungen zum Thema Online-Sichtbarkeit teil. Hier eine Übersicht mit grundlegenden Botschaften daraus:

- Allgemein: größerer Aufwand nötig, Händler müssen sich umstellen, ohne Umdenken schwierige Zukunft
- Eigene Website mit zumindest rudimentären Daten ist die Pflicht, die Kür wäre ein eigener Onlineshop sowie die durchdachte und intensive Nutzung von Social Media
- Auf jeden Fall Google My Business nutzen
- Zweck und Ziele: Kundenkontakt ermöglichen, neue Kunden gewinnen, Kundenbindung, Imagepflege
- Händlern wird empfohlen, Shops bei Amazon und Ebay zu führen, denn Kunden informieren sich im Web und kaufen vermehrt regional oder lokal
- Amazon hat Google als Infoquelle überholt für Preisvergleiche und Kundenbewertungen
- Bedeutung von Youtube für den Handel wächst
- Lokale Online-Marktplätze kommen nur schwer in Tritt, sehr aufwändig für den Händler, Beispiele sind Atalanda (aktuell 24 Städte deutschlandweit dabei) oder Locamo

Das Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Handel bzw. die IHF schulen zum Beispiel auch konkret zu Google My Business. Das IHF dazu: „Die meistgenutzte Suchmaschine im Netz ist nach wie vor Google. Konsumenten informieren sich hier über alles, was sie interessiert – Produkte, Öffnungszeiten von Geschäften, Kontaktmöglichkeiten und vieles mehr. Händler, die an oberster Stelle in den Suchergebnissen angezeigt werden, schaffen wichtige Berührungspunkte zu potentiellen Kunden. Sichtbarkeit in der Google-Suche ist deshalb neben der Präsenz in diversen Branchenverzeichnissen, auf Social Media oder anderen Plattformen und einer Unternehmenswebsite besonders für kleine Händler wertvoll, die mit weiteren stationären Händlern, aber vor allem auch mit dem Online-Handel im direkten Wettbewerb stehen. Die Händler erfahren, warum sie bei Google My Business aktiv werden sollten, wie man den eigenen Eintrag hinterlegt und welche Kniffe es zu beachten gibt, um das bestmögliche Ergebnis mit dem Eintrag zu erzielen.“

Auf kommunaler Ebene regt sich Interesse an der Einrichtung von regionalen Web-Shops bzw. lokalen Marktplätzen. Der durchschnittliche Online-Shopper kauft jedoch bei weniger als zehn Webshops ein. Es ist unglaublich schwer, neue lokale Online-Marktplätze zu etablieren, erst recht in Gemeinden mit weniger als 100.000 Einwohnern. Die Initiative



CRAILSHEIM

„Zukunft des Einkaufens“ ist Partner von „Shop! D-A-CH“, ein mehr als 2.000 Händler umfassendes Kompetenzzentrum und Kommunikationsplattform für Handelsmarketing. Ihre Stellungnahme zu lokalen Online-Marktplätzen: „Man kann dieses Phänomen mit dem Werfen von Nebelkerzen vergleichen. Sie lenken von den eigentlichen Problemen ab: Sinkende Attraktivität von Innenstädten, nicht mehr zeitgemäße Retail-Formate, fehlende Nachfolgeregelung und digitale Unerfahrenheit. Das sind die primären Handlungsfelder.“ Und weiter: „Man hat nicht die Shopper Journey* der Menschen in den Mittelpunkt gestellt, sondern ein IT-Produkt eingeführt. Die Lösungen sind rein anbieterorientiert. Sie sollen den Händler glücklich machen, nicht den Shopper. Es gibt kein Geschäftsmodell für lokale Online-Marktplätze, das sich selbst trägt.“

**Der Weg vom ersten Kontakt bis zur finalen Kaufentscheidung und im besten Fall sogar bis zur Loyalität zum Produkt oder Unternehmen. Beweggründe und Bedürfnisse des Kunden sollen im Mittelpunkt stehen, ebenso gilt es, die Vielschichtigkeit seines Handels zu verstehen.*

Seit kurzer Zeit verfolgt Ebay einen neuen Ansatz für lokale Marktplätze. Die Ebay City-Initiative „Lokal & Digital“ soll gezielt den Einzelhandel in ganz Deutschland bei der Digitalisierung unterstützen. Städte erhalten eine eigene Web-Präsenz für ihren lokalen Handel unter der Domain www.ebay-city.de/Stadtname. Die Händler erhalten Zugang zur Reichweite des Online-Marktplatzes mit 17 Millionen aktiven Käufern in Deutschland und 169 Millionen weltweit. Den Einzelhändlern soll ein leichter Einstieg in den E-Commerce ermöglicht werden. Im Landkreis wird dieses Angebot von Ebay aktuell diskutiert.

In Crailsheim beweisen einige Händlerinnen und Händler, dass sie die Zeichen der Zeit längst erkannten. Dazu zählt das Modehaus TC Buckenmaier, das immer wieder mit Neuerungen überrascht. In den 1990er Jahren wurde „Der Stall“ aus der Taufe gehoben. Erstmals konnte junge Menschen Kleidung kaufen, die es sonst nur in Großstädten gab. Bei der Entwicklung einer eigenen Kundenkarte war das Modehaus ebenfalls Trendsetter. Modeschauen, die Eröffnung eines Cafés und kreative Wortschöpfungen wie Frauenreich für verschiedene Sortimentsbereiche zeugen ebenfalls von Einfallsreichtum. Heute verkauft das Unternehmen über einen eigenen Online-Shop und hat eine eigene App. In Zeiten der Pandemie wurden Überraschungsboxen gepackt und verschickt, die für den Kunden finanzielle Vorteile brachten und es dem Unternehmen auf sympathische Weise ermöglichte, Warenbestände abzubauen. Die Geschäftsführung brachte zum Teil selbst die Boxen zu den Kunden, was die Kundenbeziehungen auf eine neue und andere Stufe hob. Die Idee mit den Überraschungsboxen wurde anschließend von Händlern bundesweit kopiert.

Aber nicht nur größere Handelsunternehmen beherrschen den Umgang mit Innovationen und stehen über digitale Medien im engen Kontakt mit der Kundschaft. Susanne Fischer mit ihrer Boutique „Findling“ beweist: Es geht auch als Alleinunternehmerin. Den zugegebenermaßen hohen Aufwand zur permanenten Bespielung der Sozialen Medien wie Instagram und Facebook nimmt sie in Kauf, denn dieser ist die Grundlage ihres Erfolgs.



CRAILSHEIM

2.3. Der Handel und die Innenstadt in Crailsheim

Früher galt die Maxime „Frequenz (für die Stadt) durch den Handel“, heute heißt es dagegen „Frequenz für den Handel“. Der Handel hat seine Ankerfunktion ein Stück weit verloren, während hochwertige Gastronomie immer interessanter wird als Grund, warum Menschen Innenstädte aufsuchen. Das Erleben im Handel wird zunehmend wichtiger und soll Kunden für Orte begeistern, wo sie sehen, riechen, schmecken, fühlen und sich inspirieren lassen können. Ähnliches gilt für die Gastronomie, die durch genussvolle Angebote Frequenz und Verweildauer generieren kann.

Eine Gefahr für Innenstädte ist der sogenannte Trading-Down-Effekt. Ein Überhandnehmen von Wettbüros, Billig-Shops, Imbissbuden und von Leerständen sorgt für eine Verkürzung der Verweildauer der einkaufenden Menschen. Die Bürgerinnen und Bürger vermissen das Einkaufsflair und meiden die Innenstadt. Der Standort wird dadurch weniger attraktiv, die Frequenz geht weiter nach unten. Ein Prozess der Wertminderung setzt ein. Hier sind auch die Immobilieneigentümer gefragt. Wer an bestimmte Nutzer vermietet, entwertet den Standort und damit ebenso seine eigene Immobilie.

Die Gebäudesubstanz der Immobilien in der Crailsheimer Innenstadt ist oft nicht zeitgemäß und weist teilweise hohen Sanierungsbedarf auf. Diese wird von den Händlern, die Trading-Down-Effekte auslösen, eher akzeptiert als von Filialisten oder Händlern mit hochwertigen Sortimenten. Nicht mehr zeitgemäß bedeutet zum Beispiel fehlende Barrierefreiheit, zu kleine Ladenflächen, unvorteilhafte Aufteilung der Immobilien oder schlechte Anliefermöglichkeiten.

Sobald Leerstand eingetreten ist, wird es schwierig, neu zu vermieten. Filialisten präsentieren einen Anforderungskatalog, der anspruchsvoll und detailliert ist und meist nicht zu dem beschriebenen Immobilienangebot in Crailsheim passt. Können Kernforderungen wie Flächenvorgaben und auch Einwohnerzahl nicht erfüllt werden, winken die Großunternehmen sofort ab. Die Verwaltung wird nur selten in Vermietungsvorgänge seitens der Immobilienbesitzer einbezogen. Aktiv versucht sie dort zu helfen, wo es Leerstand gibt.

Ein Beispiel aus jüngster Vergangenheit: Eine Immobilie in einer zentralen Crailsheimer Einkaufsstraße wechselt den Eigentümer. Im Erdgeschoss des Hauses befindet sich eine gut gehende Filiale eines Handelsunternehmens. Der neue Eigentümer möchte die Miete erhöhen, der Filialist winkt ab, es kommt zu keiner Einigung. Der Mietvertrag läuft aus, die Ladenfläche steht leer. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft nimmt mit beiden Parteien Kontakt auf und versucht, zu vermitteln. Die Gespräche laufen nochmals an, mehrwöchige Vermittlungsversuche bleiben allerdings ergebnislos. Das Handelsunternehmen macht klar, dass die Immobilie nicht dem Standard entspricht, den es sonst voraussetzt. Es signalisiert jedoch, der Kontakt könne wiederaufgenommen werden, insofern neue und moderne Immobilien zur Verfügung stünden. Eine Rückkehr nach Crailsheim wird grundsätzlich bejaht. Dem neuen Hauseigentümer steht der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft beratend zur Seite und vermittelte unter anderem den Kontakt zu einem Makler, der auf die Vermietung von Handelsflächen spezialisiert ist.

Ergänzung: Kurz vor Abschluss dieses Berichts erhielt der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft die Nachricht, dass das Handelsunternehmen seinen Entschluss nochmals überdenken will.



CRAILSHEIM

2.4. Vitalisierung der Crailsheimer Innenstadt

„Innenstädte und Zentren sind seit jeher Orte des urbanen Lebens, das geprägt ist durch Handel, Wohnen, Arbeit, Kultur, Tourismus und das Aufeinandertreffen und Zusammenkommen von Menschen. Ebendiese Lebendigkeit und Nutzungsmischung bringt es mit sich, dass Innenstädte und Zentren sich in einem dauerhaften Prozess des Wandels befinden.“ So lauten die Eingangssätze des Diskussionspapiers „Zukunft der Innenstadt“ des Deutschen Städtetags, das im Anhang der Sitzungsvorlage zu diesem Bericht zu finden ist.

Der Mehrwert der Innenstädte und Zentren soll identifiziert werden, sie sollen als Platz für Ideen und Experimente dienen und multifunktional weiterentwickelt werden. Leerstand soll dabei nicht nur als Bedrohung betrachtet, sondern auch als Chance zur Gestaltung genutzt werden. Veränderungen brauchen Durchhaltevermögen und konsequentes Handeln, so der Deutsche Städtetag. Auch andere Akteure machen sich Sorgen um die deutschen Innenstädte und haben Ideen- und Maßnahmenpapiere erarbeitet, wie zum Beispiel die Stiftung „Lebendige Stadt“ des Unternehmers Alexander Otto. Die Stiftung schreibt, dass politische Entscheider, Unternehmer, Architekten, Kulturschaffende, Sportexperten und viele Interessengruppen in der Stiftung vertreten sind, um ein gemeinsames Handeln zu signalisieren.

Attraktive und lebendige Ortskerne sind ein entscheidender Standortfaktor. Gemeinderat, Verwaltung, Handel sowie Bürgerinnen und Bürger – letztendlich braucht es gemeinsame Kraftanstrengungen und Konzepte, um die Crailsheimer City nachhaltig zu beleben. Der Verein Stadtmarketing befasst sich mit der Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt und der Stadt als solches. In mehreren Arbeitskreisen wird an Themen wie Beleuchtung, Parken, Fußgängerleitsystemen, Veranstaltungen oder Stadtmöblierung gearbeitet. Sehr konkret werden Möglichkeiten diskutiert, wie sich Jagst und Jagstaue gestalten lassen, um von den Bürgerinnen und Bürgern anders wahrgenommen zu werden und um verstärkt zur Erholung und der Entspannung zu dienen. Verweildauer erhöhen, Anlaufpunkte schaffen, von denen Handel und Gastronomie profitieren, das sind zentrale Punkte beim Austausch im Verein und in den Arbeitskreisen. Was man dabei nie vergessen sollte: Eine vitale Innenstadt und eine attraktive Gesamtstadt beeinflussen die Wertigkeit von Standortfaktoren immens.

Neben den zahlreichen hochwertigen Ideen aus der Bewerbung zur Landesgartenschau, die weiterverfolgt werden sollen, steht 2021 ein Projekt im Vordergrund: Crailsheims Bewerbung als eine von zwanzig Modellkommunen in Baden-Württemberg für „Ortsmitten – gemeinsam barrierefrei und lebenswert gestalten“ war erfolgreich. Ziel des Projekts ist es, Zentren als Orte des gesellschaftlichen Zusammenhaltes und der Begegnung sowie als soziale, kulturelle, öffentliche und vielfältig nutzbare Räume zu stärken. Mit der Unterstützung eines Fachbüros werden Verwaltung, Politik, Vereine und Verbände sowie Bürgerschaft einbezogen, um gemeinsam Vorschläge für eine lebenswerte und barrierefreie Gestaltung der Ortsmitte zu diskutieren. Zum Ortsmitten-Check gehört eine Stärken-Schwächen-Analyse. Bis Ende 2021 soll ein Planungsleitbild mit konkreten Handlungsempfehlungen und priorisierten Maßnahmenvorschlägen entwickelt werden. Die Verwaltung gründete ein Projektteam, zu dem auch der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft gehört.



CRAILSHEIM

2.5. Handel, Gastronomie und Pandemie

Die Auswirkungen der Pandemie durch die Lockdowns auf Handel, Dienstleister, Hotellerie und Gastronomie sind immens. Um den Crailsheimer Unternehmen zu helfen, arbeiten die beiden stellvertretenden Ressortleiter Digitales & Kommunikation und Bildung & Wirtschaft eng mit dem Verein Stadtmarketing Crailsheim und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreises Schwäbisch Hall (WFG) zusammen. Bereits im Frühjahr 2020 während des ersten Lockdowns etablierte die Stadtverwaltung gemeinsam mit der WFG ein digitales Format mit der Bezeichnung Digi-Lunch (Näheres dazu unter 3.1.). Bei dieser Webinar-Reihe berieten von Mai an Expertinnen und Experten von Gesundheitsamt, Hochschulen und der IHK die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu Auswirkungen des Virus, zur Organisation im Krisenfall oder zu Finanzhilfen von Bund und Land. Stadtverwaltung und WFG informierten in zahlreichen Digi-Lunches über digitale Lösungsansätze und digitale Geschäftsmodelle, wodurch Kunden in Krisenzeiten abseits der gewohnten Kommunikationswege angesprochen werden können.

Informationen zu Wirtschaftshilfen und Überbrückungsgeldern wurden über die Medien, die Kontakte der Verwaltung über den Verteiler des Vereins Stadtmarketing kommuniziert und weitergegeben. Der Verein, dessen erweiterter Vorstand mit drei Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeitern der Stadtverwaltung Crailsheim besetzt ist, steht seinen Mitgliedern mit Rat und Tat zur Seite, unter anderem zu komplexen Themen und Aufgabenstellungen wie die mehrfach wechselnden Einschränkungen der Verkaufsmöglichkeiten. Dabei findet ein enger Austausch zwischen dem Verein und der Verwaltung statt. Zudem setzt sich der Verein für die Aktion CrailSchein ein. Über das zugehörige Crailsheimer Web-Portal können Kunden Gutscheine erwerben für Handel, Dienstleistung und Gastronomie.

Anfang 2021 entwarfen die beiden stellvertretenden Ressortleiter Digitales & Kommunikation und Bildung & Wirtschaft ein Konzept mit dem Arbeitstitel „Handelsretter“. Gemeinsam mit dem Verein Stadtmarketing wurde daraus die Aktion „Stadtretter“ entwickelt. Anfang Februar fiel der Startschuss, mit einem großen Gewinnspiel wurde für den Einkauf per Click & Collect und den Kauf von CrailScheinen geworben, um Handel und Gastronomie zu unterstützen.

Ein kurzer Blick in die Zukunft: Vom Geschäftsführer des Vereins Stadtmarketing stammt die Idee, einen „Tag des Handels“ in Crailsheim zu etablieren. Dabei geht es nicht um eine kundenorientierte Veranstaltung wie die Shopping Nächte, sondern um eine Art Branchentreffen mit Rahmenprogrammen, Impulsvorträgen, Workshops und Diskussionsforen. Die Verwaltung unterstützt den Verein auch dabei äußerst aktiv. Der Tag des Handels soll in den folgenden Jahren als Branchen-Event mit überregionaler Strahlkraft aufgebaut werden.



CRAILSHEIM

3. Strategische Netzwerke und Veranstaltungen

3.1. Chiffre Zukunft

Neue Wege in der Kommunikation gehen, Plattformen schaffen und Netzwerke spinnen. So lauten einige der wichtigsten Zielsetzungen einer zukunftsorientierten Wirtschaftsförderung. Dem stellvertretenden Ressortleiter Digitales & Kommunikation und dem stellvertretenden Ressortleiter Bildung & Wirtschaft ist es gelungen, gemeinsam mit der WFG Schwäbisch Hall und einem zweiköpfigen externen Innovationsteam die Plattform „Chiffre Zukunft“ (www.chiffrezukunft.de) zu entwickeln. Diese Art von Zusammenarbeit dürfte bundesweit ziemlich einzigartig sein. Das Fraunhofer Institut lobte Chiffre Zukunft als progressives und leider noch sehr seltenes Modell. Die AG Wirtschaftsförderung des baden-württembergischen Städtetags möchte Chiffre Zukunft auf einer ihrer Tagungen vorstellen. Daran nehmen Kommunen bzw. deren Wirtschaftsförderungen aus dem ganzen Bundesland teil. Der baden-württembergische Städtetag sieht die klare Notwendigkeit, die Konzentration auf Aufgaben im Change Management und in der Transformation zu richten.

Die Zusammenarbeit begann 2019. Als erste Veranstaltung der drei Innovationspartner war eine „Unkonferenz“ geplant. Eine Unkonferenz ist unkonventionell und stellt das klassische Konferenzrezept auf den Kopf. Aus passiven Teilnehmern werden aktive Teilgeber. Statt einem starr vorgesetzten Programm entsteht der Ablauf vor Ort gemeinsam durch alle Anwesenden. Es werden keine vorbereiteten Präsentationen gehalten, stattdessen erwartet die Teilnehmer ein agiles Format mit einem Dialog auf Augenhöhe. Anstelle einer Unkonferenz-Premiere in Crailsheim, die nun 2022 in Präsenz stattfinden soll, musste auf die Auswirkungen der Pandemie reagiert und ein alternatives Format gefunden werden. Gemeinsam haben die Partner unter dem Leitmotiv Chiffre Zukunft den Digi-Lunch (siehe auch 2.5.) entwickelt und erfolgreich in Crailsheim und der Umgebung etabliert.

Vom Geschäftsführer eines großen Maschinenbauers über Handwerker bis hin zum Ein-Mann- oder Ein-Frau-Betrieb reicht die Bandbreite der Teilnehmenden aus ganz unterschiedlichen Branchen. Das Format kommt einer digitalen Mittagspause gleich. Es soll zur Vernetzung dienen und den Austausch der Teilnehmenden untereinander fördern. Behandelt werden ganz konkrete Themen und Fragestellungen. Die Bandbreite reichte hier von Finanzierungstipps, einem Gespräch mit dem Gesundheitsamt über Hygieneschutz in Unternehmen, der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle in der Krisenzeit bis zu alternativen Ideen für Weihnachtsfeiern ohne persönliche Kontakte. Unternehmen wie Syntegon, die Würth-Eventagentur Marbet, Leonhard Weiss oder Hero Textil gewährten Einblicke in ihr Innenleben. Immer wieder kommen weitere Teilnehmer hinzu und bringen damit neue Facetten und Denkansätze ein. Das Veranstaltungsformat soll über die Pandemie hinaus fortgeführt werden. Die Resonanz ist sehr positiv, das Netzwerken, die Einblicke und die Tipps werden als hilfreich bewertet.

Dass die Übertragung dieses digitalen Netzwerks in die physische Welt funktioniert, zeigte sich bei zwei „Walk & Talk“ Veranstaltungen im September 2020. Bei guten Ge(h)sprächen besuchten Unternehmerinnen und Unternehmer zu Fuß innovative Betriebe in Crailsheim und in Schwäbisch Hall. Diese realen Treffen sollen ebenfalls fortgeführt werden.



CRAILSHEIM

3.2. Popup Labor

Vom 8. bis zum 15. Juni 2021 kommt das Popup Labor BW als achte Station nach Crailsheim – nach sechs Laboren in der Zeit vor der Corona-Pandemie in Ostwürttemberg, Ortenau, Zollernalb, Allgäu-Oberschwaben, der Region Bruchsal und dem Main-Tauber-Kreis sowie dem siebten Labor in Schramberg im Schwarzwald während der Pandemie. Das Popup Labor ist die Innovationswerkstatt Baden-Württemberg für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) und als Netzwerkveranstaltung aufgesetzt. Es wird vom Wirtschaftsministerium gefördert und vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO betrieben (www.popuplabor-bw.de).

Das Popup Labor ist eine Werkstatt auf Zeit, in der kleine und mittlere Unternehmen innovative Technologien, neue Geschäftsmodelle und agile Organisationsformen kennen und einsetzen lernen. KMU können Wirtschaft und Digitalisierung über das Tagesgeschäft hinaus neu denken und gestalten. Zielgruppen sind Unternehmen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Auszubildende, Studierende, Start-ups etc. und die Schnittstellen zu Politik, Wissenschaft und Gesellschaft.

Die Stadt Crailsheim bewarb sich gemeinsam mit der WFG Schwäbisch Hall um die Ausrichtung. Das geplante Labor konnte in 2020 nicht durchgeführt werden. Im Juni 2021 wird es aber nun soweit sein. Die einzelnen Veranstaltungen werden hybrid und digital geplant, mögliche Präsenzelemente werden geprüft. Hybrid bedeutet, Programminhalte wie Workshops oder Impulsvorträge werden in einem Studio mit den Teilnehmern unter den geltenden Hygienemaßnahmen produziert und im Web gezeigt. Andere dafür geeignete Inhalte werden direkt als digitale Veranstaltung angeboten.

Das Programm stand im März 2021, als dieser Bericht verfasst wurde, noch nicht fest. Im Wesentlichen geht es um konkrete Chancen und Risiken der digitalen Transformation. Wie können KMU Schritt halten, Tempo aufnehmen und Taktgeber werden – lokal, regional und international? Die Mitmach-Angebote sind kostenfrei, niedrigschwellig und ortsnah. Angesichts der Pandemie zielt das Popup Labor darauf ab, einen Beitrag zur Gestaltung der vielzitierten „Neuen Normalität“ zu leisten.

Das achte Popup Labor BW wird in Crailsheim unter dem Motto „Chiffre Zukunft“ stehen. Das Projektteam des Fraunhofer-Instituts steht seit Februar 2021 zur Planung der Veranstaltungen und des Rahmenprogramms im Austausch mit dem Projektteam Chiffre Zukunft, das, wie bereits beschrieben, aus der WFG, dem externen Innovationsteam sowie dem stellvertretenden Ressortleiter Digitales & Kommunikation und dem stellvertretenden Ressortleiter Bildung & Wirtschaft besteht.

3.3. Ausbildungsstammtisch

Sich regelmäßig abends in einem gastronomischen Betrieb treffen und in entspannter Atmosphäre darüber sprechen, was Unternehmen in Sachen Personalnachwuchs umtreibt – dafür dient der Ausbildungsstammtisch der Crailsheimer Firmen. Das Treffen wird von der Personalabteilung der Firma Vion betreut. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft nutzt diese Gelegenheiten zum Austausch, auch um zu erfahren, wo die Unternehmen die Unterstützung der Stadt brauchen. Der Mangel an Bewerbungen ist ein wiederkehrendes Thema. Die Sicherung des eigenen Fachkräftenachwuchses wird zunehmend problematischer, Schulabgänger werden zur kostbaren Ressource. Der Stammtisch bietet ein Forum zur Erörterung von Erfahrungen und der Diskussion von



CRAILSHEIM

brauchbaren Lösungen. Zunehmend wichtig wird die Frage, wie jungen Menschen auf die veränderte Arbeits- und Ausbildungswelt vorbereitet werden können. Seit dem Frühjahr 2020 fand kein Stammtisch mehr statt. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft regte Anfang 2021 an, einen digitalen Stammtisch einzuberufen, um das wertvolle Format nicht zu verlieren. Themen dafür wurden zum Zeitpunkt der Berichterstellung gesammelt.

3.4. Handwerksvesper

Das Handwerksvesper ist mittlerweile eine Institution im wirtschaftlichen Leben der Stadt. 2014 fiel der Startschuss für die erste Veranstaltung. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft organisierte zusammen mit einer Kollegin aus dem Ressort die sechste und siebte Auflage 2019 und 2020. Präsentationspartner sind die Handwerkskammer Heilbronn-Franken, die Agentur für Arbeit Schwäbisch Hall-Tauberbischofsheim und die WFG. Im März 2019 trafen sich im Hangar rund 70 Personen aus den Handwerksbetrieben, örtlichen Schulen und der Stadtverwaltung, um Erfahrungen auszutauschen und den Vorträgen zuzuhören. Die Vorträge drehten sich um Möglichkeiten der beruflichen Weiterbildung, neue Chancen für Langzeitarbeitslose, Digitalisierung als Chance und Künstliche Intelligenz im Handwerk. Im Schlussvortrag stellte der Digitalisierungsbeauftragte eines Handwerksunternehmens vor, wie man im Zusammenschluss und im Aufbau von Netzwerken Herausforderungen meistern kann. Handwerker lernen voneinander und miteinander. Er betonte zudem die Bedeutung der externen Hilfe, die notwendig sei, um sich bei der Umsetzung von Prozessen und Projekten fachkundig beraten zu lassen. Am Ende eines jeden Handwerksvespers bleibt Zeit, um die Expertinnen und Experten zu befragen.

Im März 2020, kurz vor dem ersten Lockdown, stand das Handwerksvesper ganz im Zeichen des Themas Personal mit all seinen Facetten, wie Mitarbeitergewinnung und -führung, Weiterbildung, Arbeitgebermarketing und Unternehmenskultur. Die Handwerkskammer stellte die „Personaloffensive Handwerk 2025“ vor. Der abschließende Vortrag eines Unternehmers im Garten- und Landschaftsbau drehte sich um Mitarbeiterorientierung und individuelle Zeitmodelle, um gute Kräfte zu gewinnen und zu halten.

Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft vertritt die Stadtverwaltung auch bei der Handwerkskammerehrung der Ersten, Zweiten und Dritten Kammersieger, zuletzt 2019 in Flein. Erfolgreiche Junghandwerker aus Crailsheim erhalten ein Schreiben von Oberbürgermeister Dr. Grimmer. 2020 fuhr der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft in die jeweiligen Betriebe, um die Schreiben den Auszubildenden zu überreichen.

3.5. Berufsinformationstag

Seit 2017 findet der Berufsinformationstag jährlich in der Großsporthalle statt. Ausbildungsbetriebe aus Crailsheim und der Region präsentieren dabei ihre Ausbildungs- und Studienplätze. Mit rund 90 Ausstellern ist die Messe die größte Ausbildungsmesse in Crailsheim und dem Umland. Die Großsporthalle ist stets ausgebucht. Der Berufsinformationstag hat sich zu einem wichtigen Termin für Schülerinnen und Schüler,



CRAILSHEIM

ihre Eltern und alle an einer Ausbildung Interessierten entwickelt. Die große Bandbreite der Aussteller deckt nahezu alle Branchen und Ausbildungsberufe ab. Handwerk, Industrie, Dienstleistung, Handel, Verwaltung und der soziale Bereich sind ebenso vertreten wie Organisationen und Institutionen.

Präsentationspartner der Veranstaltung sind die Agentur für Arbeit Schwäbisch Hall-Tauberbischofsheim, die IHK Heilbronn-Franken und die Handwerkskammer Heilbronn-Franken. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft organisierte zusammen mit einer Kollegin aus dem Ressort den Berufsinformationstag 2019, 2020 und dieses Jahr musste er pandemiebedingt ausfallen.

3.6. Frauenwirtschaftstage

Die Landesregierung von Baden-Württemberg will durch eine aktive Gleichstellungspolitik die gleichberechtigte Beteiligung von Frauen am Erwerbsleben und in der Wirtschaft unterstützen. Aus diesem Grund organisiert das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau jedes Jahr die Frauenwirtschaftstage. Mit den Frauenwirtschaftstagen soll vor allem die große Bedeutung der Frauen für das Wirtschaftsleben Baden-Württembergs aufgezeigt werden. Als Unternehmerinnen, Fach- und Führungskräfte, Wissenschaftlerinnen oder Forscherinnen gestalten sie aktiv Wirtschaft und Gesellschaft mit.

Meist im September findet die Auftaktveranstaltung des Ministeriums statt. Landesweit werden danach im Oktober regionale Workshops, Kongresse, Vorträge und Beratungen angeboten. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft gehört zum Arbeitskreis des Landkreises, der das regionale Angebot gestaltet und organisiert. In diesem Kreis arbeiten unter anderem die Agentur für Arbeit Schwäbisch Hall-Tauberbischofsheim, das Jobcenter im Landkreis Schwäbisch Hall, die WFG, die Stadt Schwäbisch Hall und die Kontaktstelle Frau und Beruf Heilbronn-Franken zusammen.

2019 war die Bausparkasse Schwäbisch Hall Gastgeber. Bibiana Steinhaus, Polizeibeamtin und zu dieser Zeit Fußball-Schiedsrichterin in der Ersten Fußball-Bundesliga, hielt den Impulsvortrag. In einer anschließenden Podiumsrunde diskutierte sie mit weiblichen Führungskräften vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt, von den Firmen Bürger und Carl Zeiss und einer Bürgermeisterin.

2020 wurde die Präsenzveranstaltung ins Web verlegt. Die Veranstalter luden Prof. Dr. Jutta Allmendinger ein, die über die Mehrfachbelastungen von Müttern in der Pandemie und die kurzfristigen Folgen sowie die mittel- und langfristigen Konsequenzen sprach. Die Organisation für 2021 läuft aktuell.

3.7. Städtetag BW, AG Wirtschaftsförderung

Im Frühjahr und im Herbst eines jeden Jahres trifft sich die AG Wirtschaftsförderung des Städtetags Baden-Württemberg. Im Durchschnitt nehmen 60 bis 70 Kommunen unterschiedlichster Größe aus Baden-Württemberg teil, von Oberkirch über Herrenberg nach Karlsruhe und Freiburg. Auf der Tagesordnung bei Präsenztreffen stehen neben Diskussionspunkten und Impulsvorträgen auch Firmenbesuche. Die Zusammenkünfte 2019 und 2020 konzentrierten sich auf das Thema Wirtschaftsflächen. Die Nachfrage an Gewerbeflächen wird auch durch die Pandemie nicht sinken, vielmehr wird der Flächenbedarf noch größer werden als das bestehende Angebot. Flächen können oft nicht



CRAILSHEIM

entwickelt werden, da zu große Hürden von Seite des Landes im Weg stehen. Das Land sollte laut der AG Wirtschaftsförderung den Städten die Möglichkeit geben, etwas zu bewegen. Außerdem wird betont, dass die Rahmenbedingungen von Ansiedlungsvorhaben nicht mehr zeitgemäß sind.

Man ist sich in der AG einig, dass die Funktion der Wirtschaftsförderer als Krisenmanager durch die Pandemie noch bedeutender wurde, auch im Hinblick auf Digitalisierung im Einzelhandel und die Lage der Innenstädte. Die Fragestellung „Was brauchen Wirtschaftsförderungen in der Zukunft?“ wird 2021 und 2022 verstärkt in den Fokus rücken.

3.8. Beirat der Wirtschaftsförderung des Landkreises Schwäbisch Hall (WFG)

Die Arbeit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft unseres Landkreises wird von einem Beirat unter dem Vorsitz von Landrat Gerhard Bauer begleitet und gelenkt. Ihm gehören regionale Banken, Vertreterinnen und Vertreter aus Politik und Kommunen, von Verbänden und Institutionen, Unternehmen und der Landwirtschaft an. Sie stehen der WFG beratend zur Seite. Gesellschafter der WFG ist der Landkreis Schwäbisch Hall, die Geschäftsführung hat seit Oktober 2017 David Schneider inne. Der Beirat besteht aus 22 Mitgliedern. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft vertritt die Stadt Crailsheim.

3.9. Fachbeirat der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF)

Die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF) hat einen Fachbeirat, der Themen wie Standortmarketing, Fachkräftesicherung oder Standortentwicklung diskutiert. Bei dieser Austauschrunde treffen sich kommunale und regionale Wirtschaftsförderungen aus der Region Heilbronn-Franken. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft vertritt die Stadt Crailsheim.

3.10. Digital Hub

Die Digitales Innovationszentrum GmbH (DIZ) wurde vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg beauftragt, ein schlagkräftiges Digital Hub-Netzwerk aufzubauen. Zehn Digital Hubs* stehen für digitale Innovationen in den Regionen Baden-Württembergs. Ergänzt werden diese durch drei themenspezifische Digital Hubs, die in den Feldern Future Industries (Stuttgart), Künstliche Intelligenz (Karlsruhe) und Digitale Chemie und Gesundheit (Mannheim/Ludwigshafen) fungieren werden.

**Digital Hub = digitales Zentrum, digitaler Mittelpunkt*

Unter dem Namen Heilbronn-Franken: Connected (hfcon) hat im August 2019 der Digital Hub Heilbronn-Franken am Hochschulcampus in Künzelsau seine Arbeit aufgenommen. Der Hub soll zur Förderung Technologietransfers in der Region dienen und regionale Unternehmen beim Prozess der digitalen Transformation unterstützen. Ein wichtiger Teil der Arbeit von hfcon besteht darin, zu verstehen, welches Know-how bereits in der Region



CRAILSHEIM

vorhanden ist und wie es wertschöpfend für alle Beteiligten durch Wissenstransfer und Kollaboration genutzt werden kann.

Neben der Förderung durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg in Höhe von rund einer Million Euro stellen die Unternehmen ebmpapst Mulfingen, Optima Packaging Group, Würth Industrie Service und die Adolf Würth GmbH & Co. KG als Kommanditisten des Hubs bis 2022 insgesamt eine Million Euro für die Arbeit zur Verfügung.

Die Städte Crailsheim und Schwäbisch Hall sowie die WFG planten zusammen mit der hfcon eine große Auftaktveranstaltung in Crailsheim. Dort sollte das Digital Hub umfassend den Unternehmen präsentiert werden. Bedingt durch die Pandemie fiel der Event aus.

4. Dialog Politik & Wirtschaft

4.1. Bildung eines Wirtschaftskreises

Die Politik spricht über die Wirtschaft, die Wirtschaft spricht über die Politik. Nicht immer spricht man miteinander. Das gegenseitige Verständnis scheint ausbaufähig. Oftmals fehlen die Plattformen zum Austausch auf Augenhöhe. Manche Politikerin und mancher Politiker kann unternehmerische Handlungen, Wünsche oder Forderungen nicht nachvollziehen. Mancher Unternehmerin und manchem Unternehmer fehlt umgekehrt das Verständnis für die Entscheidungsprozeduren einer Demokratie, da sie diese Prozesse aus ihren Firmen nicht kennen. Diese Problematik zeigt sich auf Bundes-, Landes- und auf kommunaler Ebene. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft möchte als Schnittstellenmanager zwischen Wirtschaft, Politik und Verwaltung unter dem Leitgedanken „Dialog Politik & Wirtschaft“ gegensteuern.

In 2021 soll ein Wirtschaftskreis gebildet werden, der sich aus Personen aus dem Gemeinderat, der Verwaltung und des Vereins Stadtmarketing zusammensetzt. Geplant sind regelmäßige Treffen, die auch mit Unternehmensbesuchen verknüpft sein können.

4.2. Wirtschaftspreis

Der Wirtschaftspreis, der heuer erstmalig für Leistungen in 2020 vergeben wird, gehört zu einer der konkreten Maßnahmen des Dialogs Politik & Wirtschaft. Die Idee stammt vom stellvertretenden Ressortleiter Bildung & Wirtschaft und vom stellvertretenden Ressortleiter Digitales & Kommunikation. Als Partner wurde der Verein Stadtmarketing ins Boot geholt.

In der Jury sitzen neben den beiden Genannten der Oberbürgermeister, die Vertreter der Fraktionen des Gemeinderats, der Vorsitzende des Jugendgemeinderats sowie der Geschäftsführer und der Vorstand des Vereins Stadtmarketing. Ab der Preisvergabe im Jahr 2022 werden die jeweiligen Vorjahressiegerinnen und Vorjahressieger ebenfalls Teil der Jury sein. Der Gemeinderat bekommt vertiefte Einsichten in zahlreiche Unternehmen, diese wiederum lernen die Gemeinderäte und deren Motivationen und Sichtweisen kennen.



CRAILSHEIM

Die Auszeichnung wird in den Kategorien Unternehmen des Jahres, Handwerker/in des Jahres und Sonderpreis des Jahres vorgenommen. Passend zum Claim der Stadtverwaltung „Innovation im Kopf“ soll gezeigt werden, welcher Entwicklergeist in Crailsheim steckt und was hier für die Region und darüber hinaus entsteht. Oftmals bleibt dies der Öffentlichkeit und damit auch der Politik verborgen. Dies soll der Wirtschaftspreis ändern, indem er jährlich eine Bühne für Crailsheims Betriebe schafft.

4.3. Politik@Verein

Um das gegenseitige Verständnis weiter zu verbessern, regte der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft an, Gemeinderätinnen und Gemeinderäte zu Sitzungen des Vereins Stadtmarketing einzuladen. Das können lockere Gesprächsrunden, aber auch Diskussionen zu vorher vereinbarten Themen sein. Mit dem Arbeitstitel „Politik@Verein“ stehen Dialog und Austausch im Vordergrund. Starttermin gibt es noch keinen, der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft stimmt sich dazu mit dem Verein ab.

5. Stadtmarketing Crailsheim e.V.

Der Verein Stadtmarketing präsentierte sich im Hauptausschuss am 1. März 2021 mit seinem jährlichen Bericht. Drei Personen aus der Verwaltung mit der Ressortleiterin Soziales & Kultur, dem stellvertretenden Ressortleiter Digitales & Kommunikation und dem stellvertretenden Ressortleiter Bildung & Wirtschaft agieren im engeren und im erweiterten Vorstand des Vereins sowie in mehreren Arbeitskreisen.

Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft engagiert sich dabei in den drei Arbeitskreisen Einzelhandel & Dienstleistung, Adventscarré & Weihnachtsbeleuchtung und Quo vadis Stadtmarketing Crailsheim. Der Arbeitskreis Einzelhandel & Dienstleistung kümmert sich zum Beispiel um verkaufsoffene Sonntage, Shopping-Nächte, verkaufsfördernde Maßnahmen oder das Konzept zum Einzelhandelstag. Auch Digitalisierung und Belebung der Innenstadt gehören zu diesem Arbeitskreis. Der Arbeitskreis Adventscarré & Weihnachtsbeleuchtung steht für die Themen, die er in seinem Namen trägt. Quo vadis Stadtmarketing Crailsheim heißt der Arbeitskreis, der mit der Entwicklung des Büros am Schweinemarktplatz, der Außendarstellung, der Mitgliederakquise und der weiteren konzeptionellen Ausrichtung beschäftigt ist.

Der stellvertretende Ressortleiter Digitales & Kommunikation und der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft beziehen den Verein partnerschaftlich in die Verwaltungsaktivitäten ein, die dafür geeignet oder eigens dafür ausgerichtet sind. Dazu gehören der Wirtschaftspreis, der noch zu bildende Wirtschaftskreis oder das Podium Politik@Verein.

Die beiden stellvertretenden Ressortleiter unterstützen den Verein zudem in vielen anderen Belangen. Ein Beispiel: Idee und Konzept zur Aktion Stadtreter wurde der Geschäftsführung des Vereins vorgestellt und gemeinsam mit diesem und dem Arbeitskreis Einzelhandel verfeinert. Auch gewonnenes Know-how und Wissenszuwachs, zum Beispiel durch die Aktivitäten von Chiffre Zukunft, wird mit Geschäftsführung, Vorstand und Arbeitskreisen geteilt.

Ein sehr gutes Exempel für die Kooperation zwischen Verwaltung, Verein und Landkreis ist die geplante Einführung eines landkreisweiten Gutscheinsystems im Herbst 2021. Für



CRAILSHEIM

alle eine echte Win-Win-Situation: Die Unternehmen können die Gutscheine als steuerfreies Anreiz- und Bonussystem nutzen, die Kommunen als städtischen Gutschein und der Einzelhandel profitiert als sogenannte Akzeptanzstelle. Denn dort werden die Gutscheine eingelöst, was die Geschäfte als Frequenzbringer beleben wird und für mehr Umsatz sorgen soll, der sonst möglicherweise ins Internet geflossen wäre. Ein weiterer Vorteil: Bestehende Zahlungsterminals bei den Händlern können verwendet werden, die regionalen Banken, also Sparkasse und Volks- und Raiffeisenbank, sind an Bord.

6. Zusammenarbeit in der Verwaltung

Die interne Zusammenarbeit zwischen dem stellvertretenden Ressortleiter Bildung & Wirtschaft und den verschiedenen Ressorts im Rathaus entwickelte sich sehr positiv. Sehr eng wird dem Ressort Recht & Revision gearbeitet im Hinblick auf Vertragsgestaltungen, dem Ressort Stadtentwicklung und dem Sachgebiet Liegenschaften zum Beispiel bei Konzepten für das neue Gewerbegebiet Härtle und bei Expansions- und Ansiedlungswünschen von Unternehmen oder dem Sachgebiet Hochbau bei der Wahrnehmung der Bauherrenfunktion. Gemeinsam mit dem Ressort Sicherheit & Bürgerservice wurden Lockdown-Krisengespräche mit Gastronomen und Einzelhändlern geführt. Der stellvertretende Ressortleiter Bildung & Wirtschaft moderierte auch corona-bedingte Anfragen von Industrieunternehmen in Abstimmung mit dem Ressort Sicherheit & Bürgerservice. Die sehr erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Ressort Digitales & Kommunikation wurde eingangs bereits erwähnt.

7. Fazit und Ausblick

Das dynamische und zielorientierte Vorgehen der Verwaltungsspitze aktiviert nicht nur das Rathaus, sondern auch die Bürgerinnen und Bürger. Viele positive Entwicklungen zeigen sich, zahlreiche Projekte wie östliche Innenstadt, Personenunterführung am Bahnhof, ZOB-Areal, Ortsmitten, Stadtstrand oder Hangar wurden initiiert. Freilich ist es schade, dass wir vorerst keine Landesgartenschau nach Crailsheim bekommen. Aber die Art der Bürgerbeteiligung und die Vielzahl der gewonnenen Ideen stimmen optimistisch. Dazu gesellen sich unternehmerische Vorhaben wie das Open Air Kino „Jagstflimmern“ oder verschiedene Konzepte für Coworking Spaces und Experimentierräume. Kann Crailsheim Hochschulstandort werden? Auch hier wird an Konzepten gearbeitet und erste Gespräche werden geführt.

All diese Prozesse und Vorgänge können zur Verbesserung der Standortfaktoren der Stadt Crailsheim beitragen. Zu den harten Standortfaktoren gehören unter anderem Verkehrsanbindung, Infrastruktur und Kostenaspekte. Für Unternehmen sind ebenso die weichen Faktoren wichtig wie das Wirtschaftsklima einer Stadt oder Region und das Image des Standortes. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen weiche Faktoren die entscheidenden Kriterien dar, ob sie sich häuslich niederlassen oder nicht. Neben Schulen, Ausbildungseinrichtungen und Kindertagesstätten und der medizinischen Versorgung geht es vor allem um Angebote in Sachen Einkaufen, Gastronomie, Kultur und Freizeit.



CRAILSHEIM

Der Verein Hohenlohe Plus, an dem die Kommunen Bad Mergentheim, Crailsheim, Künzelsau, Öhringen und Schwäbisch Hall und mehrere große Unternehmen beteiligt sind, kümmert sich um die Vermarktung der positiven Standortfaktoren und die Bekanntheit unserer Region. Dass dabei die Schnittmenge von harten und weichen Faktoren im Mittelpunkt stehen, zeigt auch dieser Satz, mit dem Hohenlohe Plus wirbt: „Der Verstand bringt einen nach Hohenlohe. Das Herz sorgt dafür, dass man hierbleibt.“

Wie Hohenlohe Plus zeigt, ist es zielführend und sehr sinnvoll, wenn es ein Zusammenspiel von Politik, Wirtschaft und Verwaltung gibt. Standortfaktoren können strategisch gemeinsam Stück für Stück optimiert werden.

Standortmarketing und Standortfaktoren sind auch abhängig davon, wie die Herausforderungen der Digitalisierung angenommen werden. Über Chiffre Zukunft und über den Verein Stadtmarketing werden dazu Unterstützungsleistungen sowie Netzwerk- und Austauschformate an Unternehmen jeglicher Branche angeboten, zudem organisiert und intensiviert.



CRAILSHEIM

Anhang: Auszüge aus Aufgaben im Bereich Bildung und Hallenbetrieb

Schulverwaltung / Bauherrenfunktion

- Betreuung der Generalsanierung der Käthe-Kollwitz-Schule (Mitte 2019 bis Mitte 2020)
- Betreuung der Generalsanierung des Albert-Schweitzer-Gymnasiums (seit Anfang 2019, Teilnahme an weit über 100 Bau Jour Fixes SG mit Architekt, Schulleitung, Fachingenieuren und SG Hochbau, Organisation von Umzügen etc.)

Kindertagesstätten

- Neubau Kita Parkstraße, Schaffung einer Interimslösung zusammen mit der evangelischen Kirche
- Vertragsverhandlungen mit der evangelischen Kirche und der katholischen Kirche

Betrieb städtischer Hallen

- Erarbeitung einer neuen Hallensatzung bzw. Nutzungsordnung (Überführung ins öffentliche Recht, Erhöhung der Besuchersicherheit, Klärung von Haftungsfragen, Anpassung der Formulare etc.)
- Gefährdungsbeurteilung von Veranstaltungen
- Zusammenarbeit mit Förderverein Jagstauenhalle
- Zusammenarbeit und Austausch mit den verantwortlichen Hausmeistern

Hochschule und Ausbildung

- Ansiedlung einer Hochschule (Konzepterarbeitung, erste Gespräche)
- Zusammenarbeit mit der Gewerblichen Schule