

Wenig Geld - viel Erfolg durch Innovationen

Dienstag, 20. Oktober 2026
10 bis 11.30 Uhr

Eine digitale Veranstaltung zur imakomm konkret-Ausgabe September 2026



imakomm

Take-away-Notes
zu jedem Vortrag

kompakt,
nur Praxis,
voller Inhalte

Good Practice,
ehrlicher
Erfahrungsaustausch

kostenlose
Teilnahme

digital

Herzliche Einladung zur imakomm NUTZBAR am 20. Oktober 2026 von 10 bis 11.30 Uhr – gewohnt digital, vollgepackt mit Praxisbeispielen und Einblicken in die Erfahrungen erfolgreicher Kommunen.

imakomm NUTZBAR

Dienstag, 20. Oktober 2026

imakomm

AKADEMIE

Wenig Geld - viel Erfolg durch Innovationen

Die Teilnahme ist
kostenlos, eine
Anmeldung jedoch
obligatorisch.



Hier gelangen Sie zur
Anmeldung. Alternativ
können Sie sich per Mail
über info@imakomm-akademie.de anmelden.

Eine Bestätigung erhalten
Sie nach erfolgter Anmeldung
per Mail.

Ca. zwei Tage vor der
Veranstaltung senden wir
Ihnen Ihre Zugangsdaten
(Log-in) zu.

**Wir freuen uns auf Ihre
Teilnahme!**

Lesestoff:



Hier geht's
zur aktuellen
konkret-Ausgabe.

09.30 Uhr **Ankommen/Log-in**

10.00 Uhr **Einführung und Überblick**
imakomm

10.10 Uhr **Marketing für Standorte**
Vom breit ausgerichteten Handel- und Gewerbeverein zum fokussierten Cityverein Tübingen
Dr. Christian Eckert, imakomm
Andrea Löffler, Handel- und Gewerbeverein Tübingen e.V.

10.30 Uhr **Moderne Innenstadt- und Einzelhandelsentwicklung**
Die Innenstadt lebt!
Kompakte Fortschreibung einer Erfolgsgeschichte in Mengen
ppa. Matthias Prüller, imakomm
Kerstin Keppler, Stadt Mengen

10.50 Uhr **Standort- und Entwicklungsstrategien**
Wirtschaft und Wohnen
Verflochtene Räume, vernetzte Verantwortung – wie Pendlerströme eine Region prägen
Julia Bubbel, imakomm
Marc Spiegelhalter, IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg

11.10 Uhr **Kommunalentwicklung und Partizipation**
Nutzen, was man hat.
Beispiel Aalen-Unterkochen – ein Werkstattbericht
Annika Dreßler, imakomm

11.30 Uhr **Ende der Veranstaltung**



Quelle: imakomm, 2026.



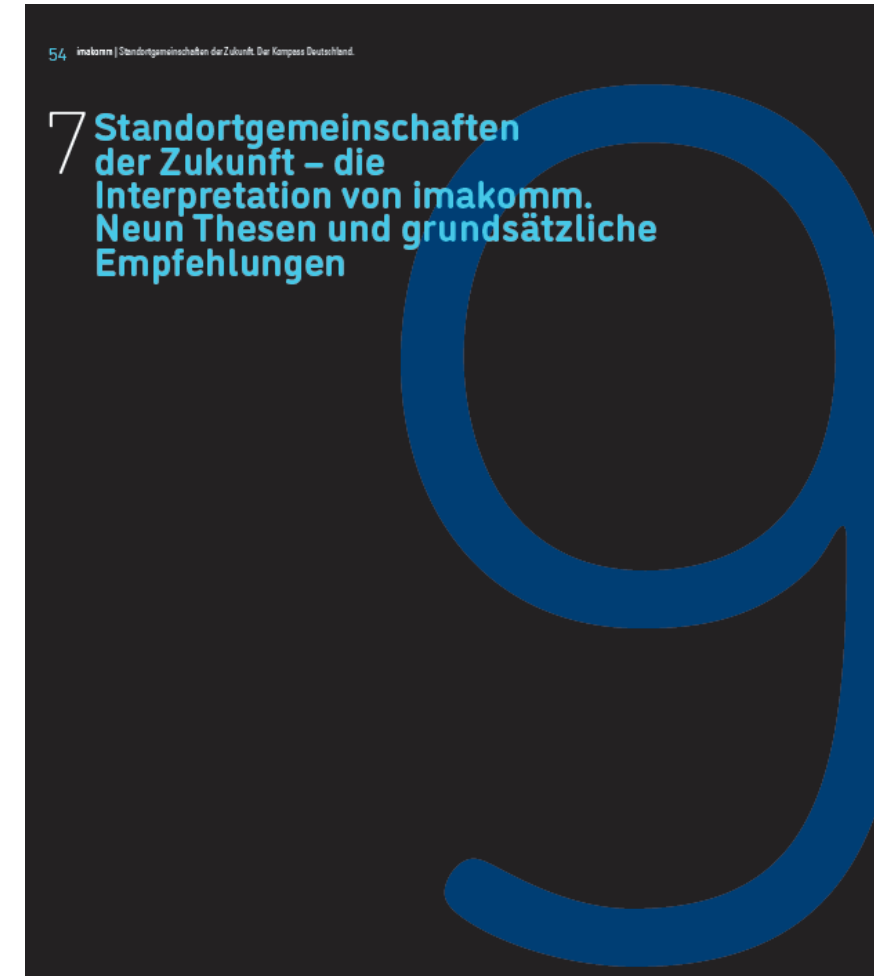
Quelle: www.tuebingen-info.de

Ein paar Gedanken zu Beginn

Grau ist alle Theorie. Wirklich?



Quelle: imakomm, 2026.



Quelle: imakomm, 2026.

Ein paar Gedanken zu Beginn

Unsere Thesen zur Zukunft von Gewerbevereinen



Quelle: imakomm, 2026.

Ein paar Gedanken zu Beginn

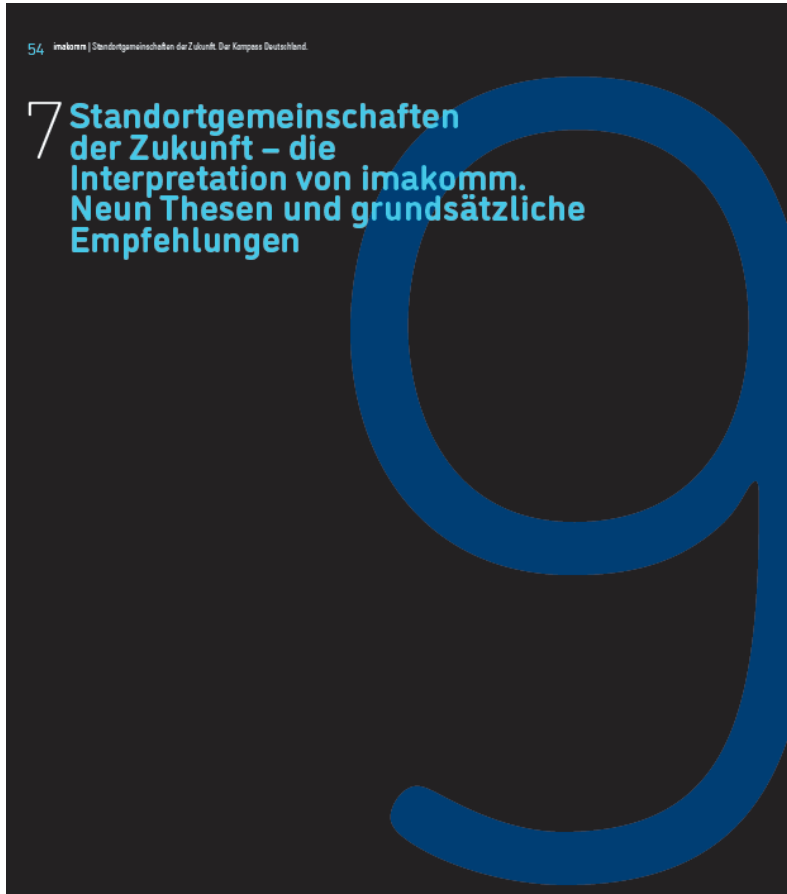
Nun auch noch Strategien für Handels- und Gewerbevereine?



Quelle: imakomm, 2026.

Ein paar Gedanken zu Beginn

Business Model Canvas: Tübingen zeigt, dass sich Studienergebnisse in schlanken Prozessen in die Praxis transferieren lassen!



Quelle: imakomm, 2026.



Quelle: www.tuebingen-info.de

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind nicht selbsterklärend, bedürfen weiterer Erläuterungen und sind daher nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht.

Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen wiederzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de

HGV

Handel- & Gewerbeverein
Tübingen

Neuausrichtung und Zielfokussierung

Strategie-Workshop mit der imakomm
und dessen Weiterentwicklung im HGV
Tübingen

Wir sind Tübingen

Was ist der HGV Tübingen

Aufgaben: Interessensvertretung der Gewerbetreibenden, City- und Stadtmarketing, Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Kommune und Öffentlichkeit, Vernetzen, Informieren

Vereinsstruktur

Vorstand und Geschäftsstelle

5 ehrenamtliche Vorstände und 1 Kassier

- decken unterschiedliche Bereiche ab (bzgl. Gewerbe und Lokalität)
 - Altstadt, südl. Stadtzentrum
 - Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung

Hauptamtliche Geschäftsstelle

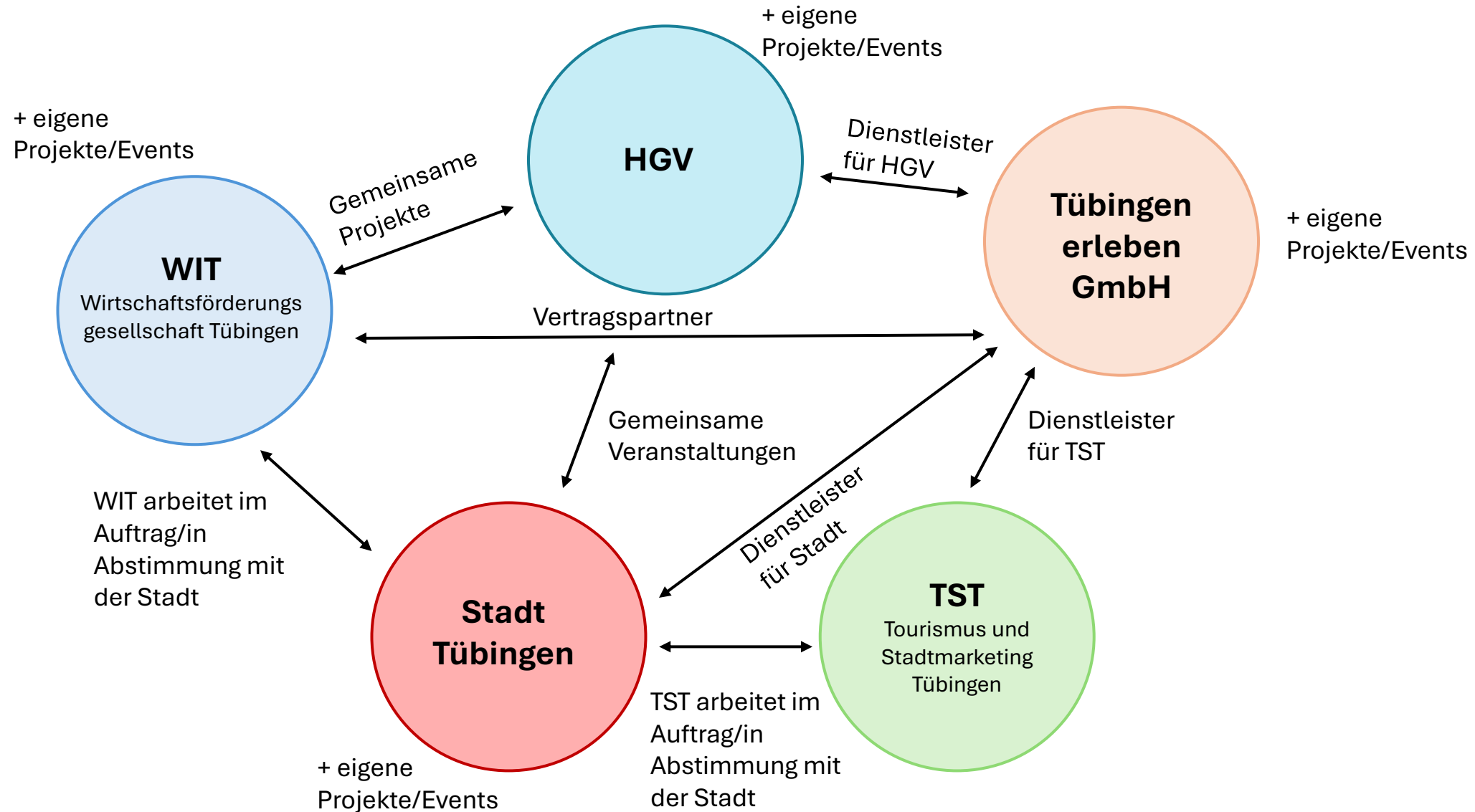
2x50%

Mitglieder

Aktuell 155 Mitglieder

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleister
 - fast 75 % kleine Betriebe mit max. 4 Angestellten
 - vorwiegend in der Altstadt angesiedelt

Akteure im Bereich Stadtmarketing/Citymanagement in Tübingen



Ausgangspunkt: Warum haben wir uns mit der Rolle des HGV beschäftigt?

Ist-Zustand

- Viele Akteure in der Stadt im Bereich Stadtmarketing/Citymanagement
- Neue Entwicklungen in der Stadtverwaltung: Gründung der Tourismus und Stadtmarketing GmbH
- Mitglieder sehen keinen Mehrwert in der Mitgliedschaft
- Finanzielle Basis abhängig von Mitgliederzahl (abnehmend)



4 Kernthemen

1. Mitgliedernutzen

- Geringes Interesse an kostenpflichtiger Mitgliedschaft
- Meist niedrige aktive Beteiligung

2. Sichtbarkeit des HGV

- Durch Überschneidung mit anderen Akteuren, v.a. Dienstleister erschwert
- Exklusive Aktionen oft nicht möglich
- Mehrwert der Mitgliedschaft oft schwer greifbar

3. Finanzsituation

- Mitgliedszahlen sinken durch Geschäftsaufgaben
- Bei Rückgriff auf fremde Gelder keine Exklusivität für Mitglieder mehr möglich

4. Abgrenzung

- Unklare Abgrenzung zu den Akteuren
- Aufgaben des Stadt- und Citymanagements bislang nicht klar definiert und aufgeteilt
- Unklare Rolle des HGV (Interessensvertretung, Stadtmarketing für alle, Abhängigkeit von Dienstleister)

Einbindung der imakomm: Strategie-Workshop am 10. Juni 2026

HGV Tübingen
Strategie-Workshop | 10. Juni 2026

imakomm

Ziele heute:

- Als Einführung: Eine grundsätzliche **Standortbestimmung zu den Problemen und Perspektiven von Gewerbevereinen** in Deutschland
(= *Kompass Standortgemeinschaften*)
- **Standortbestimmung, Status Quo und Perspektiven** für den HGV Tübingen
(= *Ergebnisse aus den vorgenommenen Analysen*)
- **Lösungsvorschläge** zu den Projektzielen **seitens imakomm**
(= *externe Expertise*)
- Gemeinsame **Evaluation und Verdichtung der Lösungsvorschläge**
(= *Erarbeitung Ihrer Strategie*)



Vorangehende Arbeiten und Analysen

- Übergabe sämtlicher relevanter Unterlagen zum HGV (Satzung, Tätigkeitsfelder, Mitgliederstruktur) und zu anderen Akteuren (Organigramme, übergeordnete Konzepte etc.) an die imakomm
- 5 „Expertengespräche“ (2 HGV-Mitglieder, 1 Nicht-Mitglied, Geschäftsführer WIT, Rechtsanwalt (zu mögl. Rechtl. Konsequenzen von Veränderungen im HGV und bei Einbindung in die TST))



Auswertung der Unterlagen und der Expertengespräche durch die imakomm

3. Bilanzierung der Vereinssituation

Die „brenzigen Fragen“ aus imakomm-Sicht

Sechs zentral zu lösende Fragen, die sich aus der Bilanzierung ergeben

1. Was ist der **inhaltliche Fokus** und damit **Schwerpunkt** der Arbeit des HGV?
2. Was ist die **Rolle des HGV** im Konzert der Tübinger Stadtmarketing-Akteure? Wodurch gelingt eine (stärkere) **Sichtbarmachung**?
3. Was sind die **derzeitigen und künftigen Mehrwerte** einer Mitgliedschaft?
4. Wie kann die **finanzielle Basis** sichergestellt, besser gar ausgebaut werden?
5. Welche **Mitmachstrukturen und Kommunikationskanäle** bestehen für die Mitglieder?
6. In welchen **Netzwerken** will sich der HGV bewegen?

Strategie-Workshop am 10. Juni 2026: Business Model Canvas

4. Lösungsansätze und Strukturierung

Gesamtübersicht

Rolle des HGV: Das ist unser inhaltlicher Fokus im Sinne von Schwerpunkten: – Interessenvertretung und Stärkung von innerstädtischem Einzelhandel, Gastronomie und lokalem Gewerbe – Innenstadtbezogene Marketing- und Frequenzmaßnahmen mit erkennbarem Nutzen für die Mitgliedsbetriebe – Vernetzung der Betriebe sowie Koordination der innenstadtrelevanten Akteure – Ansprechpartner für Verwaltung und Politik bei Themen wie Erreichbarkeit, Baustellen, öffentlichem Raum und Aufenthaltsqualität – Übernahme eines operativen Citymanagements für die Innenstadt		Das sind die Kernelemente unseres inhaltlichen Programms: – Weiterentwicklung des Tübinger Gutscheins als zentrales Instrument der Kaufkraftbindung – Bearbeitung konkreter innenstadtrelevanter Themen und Anliegen der Mitgliedsbetriebe – Reduziertes und priorisiertes Aktions- und Veranstaltungsportfolio mit klarer HGV-Absenderschaft – Sichtbarmachung und Vermarktung der Mitgliedsbetriebe über gemeinsame Kommunikations- sowie Netzwerkleistungen – Verbindliches Jahresprogramm mit Prioritäten, Zuständigkeiten und Nutzenlogik		
Der echte Mitglieder-Nutzen, den wir als HGV bieten (wollen): – Interessenvertretung bei konkreten Themen des Betriebsalltags in der Innenstadt – Zugang zum Tübinger Gutschein als greifbarer betrieblicher Mehrwert – Gemeinsame Sichtbarkeit und Vermarktung mit klarer HGV-Zuordnung – Zugang zu Informationen, Ansprechpartnern und relevanten Abstimmungsprozessen – Netzwerk der Innenstadtwirtschaft mit konkretem Nutzen für Austausch, Bündelung und Problemlösung	Das sind unsere Mitglieder (Ist und Soll): – Kern des Vereins bleiben Handel, Gastronomie, Handwerk sowie Dienstleistungen und freie Berufe – Ergänzung um Immobilieneigentümerschaft als wichtige Zielgruppe für Branchenmix und Standortqualität – Ergänzung um größere Arbeitgeber, insbesondere mit Blick auf Mitarbeitendengutscheine und Innenstadtbindung – Prüfung von Förder- oder Partnermitgliedschaften zur Verbreiterung der Basis (hierbei auch Möglichkeit der Fusion mit BVV nochmals prüfen) – Öffnung nur dort, wo ein klarer Bezug zur Funktionsfähigkeit und Entwicklung der Innenstadt besteht	Das sind unsere Mitmachstrukturen und internen Kommunikationswege: – Befristete Projektgruppen zu konkreten Themen und Maßnahmen statt breiter allgemeiner Beteiligungsaufrufe – Beteiligung dort, wo direkter Nutzen oder klare Betroffenheit besteht, etwa bei Gutschein, Baustellen oder Sichtbarkeitsmaßnahmen – Regelmäßige, knappe und handlungsorientierte interne Kommunikation – Kürzere Beteiligungsformate mit klaren Fristen und sichtbaren Ergebnissen – Mitwirkung als konkrete Mitarbeit mit überschaubarem Aufwand und klarer Aufgabe organisieren	Effizienz: So arbeiten wir im Vorstand: – Fokus des Vorstands auf Steuerung, Prioritäten, Netzwerke und Interessenvertretung statt auf operative Detailarbeit – Klare Ressorts und Zuständigkeiten, insbesondere für Mitglieder, Kommunikation, Citymanagement, Finanzen und Kooperationen – Verbindliche Sitzungslogik mit Agenda, Protokoll und Aufgabenverfolgung – Standardisierung und Digitalisierung wiederkehrender Verwaltungs- und Organisationsaufgaben – Punktuelle Einbindung zusätzlicher fachlicher oder praktischer Expertise	So sichern wir die finanzielle Basis: – Stabilisierung der Einnahmen über nachvollziehbar begründete Mitglieds- und Partnerbeiträge – Differenziertere Beitragsstruktur, insbesondere für größere Betriebe und weitere Mitgliedsformen – Weiterentwicklung des Tübinger Gutscheins auch als wirtschaftlich relevanter Ertragsbaustein – Ausbau von Sponsoring, Fördermitteln, Partnerschaften und projektbezogenen Kofinanzierungen – Aufbau einer kommunal abgesicherten Finanzierungslogik für Citymanagement-Aufgaben (ggf. auch für weitere Personalmittel vor dem Hintergrund der Übernahme eines operativen Citymanagements)
So kommunizieren wir den HGV nach außen: – Kommunikation der Rolle des HGV als Interessenvertreter, Innenstadtkoordinator und Nutzenstifter statt bloßer Einzelmaßnahmen – Konsequente Sichtbarkeit der HGV-Absenderschaft bei allen Maßnahmen, Formaten und Kooperationen – Kommunikation konkreter Wirkungen, etwa vertretene Anliegen, sichtbare Mitgliedsbetriebe oder neue Gutscheinpartner – Regelmäßige Darstellung der Mitgliedsbetriebe als Teil der Plattform Innenstadtwirtschaft – Verbindlicher Kommunikationsplan mit festen Formaten, Zuständigkeiten und digitalen Schwerpunkten		Das sind Netzwerke, die wir als HGV brauchen: – Belastbare Arbeitsbeziehungen zu Stadtverwaltung, Gemeinderat, WIT und weiteren relevanten Stadtmarketing- und Tourismusstrukturen – Starkes Netzwerk innerhalb der Innenstadtwirtschaft zwischen Handel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk und perspektivisch Eigentümerschaft – Präsenz in innenstadtrelevanten Entscheidungs- und Abstimmungsprozessen, etwa zu Mobilität, Baustellen, Veranstaltungen und öffentlichem Raum – Über den Standort hinausgehender Austausch mit anderen Gewerbevereinen, Citymanagements, IHK und fachlichen Netzwerken		

Das haben wir aus dem Workshop mitgenommen:

4 strategische Handlungsfelder

1. Rolle HGV & Aufgabe Citymanagement schärfen
2. Mitglieder-Nutzen stärken & -basis verbreitern
3. Finanzierung sichern
4. Kommunikation & Netzwerke stärken

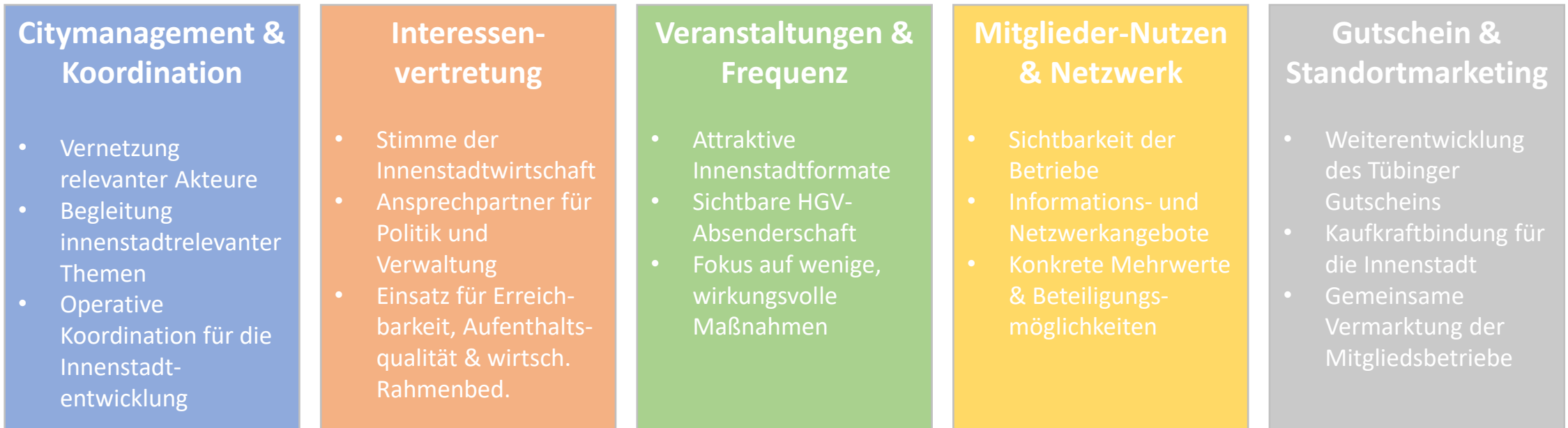


Konkretisierung der Citymanagement-Rolle des HGV

Aufgabenfeld	Das machen wir bereits	Mögliche Weiterentwicklung	Nicht unsere Aufgabe
Interessenvertretung & zentrale Ansprechperson	• Ansprechpartner für Mitglieder • Interessenvertretung gegenüber Politik & Verwaltung • Bündelung von Anliegen • Austausch mit Mitgliedern	• zentrale Anlaufstelle für alle Innenstadtakteure • Sichtbare Präsenz bei den Akteuren • Lotsenfunktion innerhalb der Verwaltung	-
Netzwerkmanagement & Moderation	• Mitgliederversammlungen/-treffen • Regelmäßiger Austausch mit der WIT, Tü erleben, teilweise Stadtverwaltung • Zusammenarbeit mit Innenstadtakteuren	• Netzwerk aller Innenstadtakteure koordinieren • Beteiligungsprozesse moderieren • Akteure vernetzen	-
Innenstadtmarketing & Attraktivitätssteigerung	• Newsletter, Social Media, Pressearbeit • Kampagnen (TÜ freut sich, Parken) • Veranstaltungen und Projekte • Tübinger Gutschein	• gemeinsame Innenstadtkampagnen koordinieren Marketingaktivitäten der Innenstadt stärker bündeln • Neue Formate zur Belebung der Innenstadt entwickeln	-
Strategische Innenstadtentwicklung	• Ideen einbringen • Mitarbeit bei Konzepten • Austausch mit Stadt/WIT	• Monitoring • Innenstadtstrategie mitgestalten • Begleitung Maßnahmen • Entwicklung Rahmenplan	-
Flächen- & Standort-marketing	Findet kaum statt	Evtl. Vermittlung (bei Gelegenheit / rein opportunistisch)	• Leerstandsmanagement • Ansiedlungsmanagement • Eigentümermanagement • Baustellenmanagement
Verwaltungscoordination & Ermöglicher-Funktion	Teilweise Vermittlung	Lotsenfunktion	• Genehmigungen erteilen • Sondernutzungen ermöglichen • Ordnungs-/Regelvollzug • Altstadtkümmerer

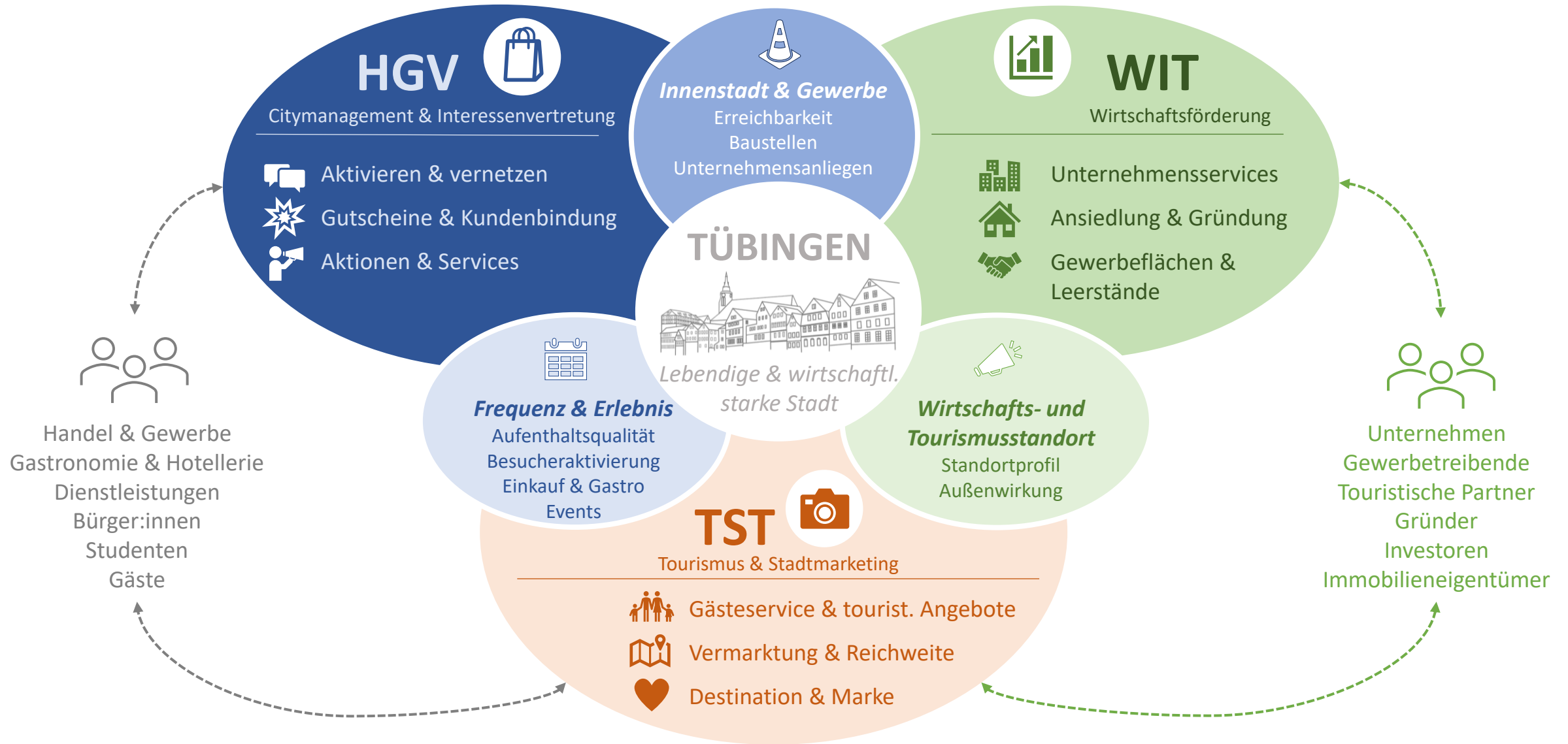
Zusammenfassung: HGV als Citymanager

Der HGV bleibt Veranstalter und Initiator attraktiver Formate. Gleichzeitig werden die Bereiche Interessenvertretung, Citymanagement, Mitglieder-Nutzen, Gutscheinmanagement, Kommunikation und Netzwerkarbeit deutlich gestärkt und sichtbarer gemacht.



- **Zielbild: Der HGV ist die zentrale Plattform und Interessenvertretung des Tübinger Handels & Gewerbes – sichtbar, wirksam und mit konkretem Nutzen für seine Mitglieder.**

Künftiges Zusammenspiel der Akteure



GEMEINSAME ZIELE



KLARE ROLLEN



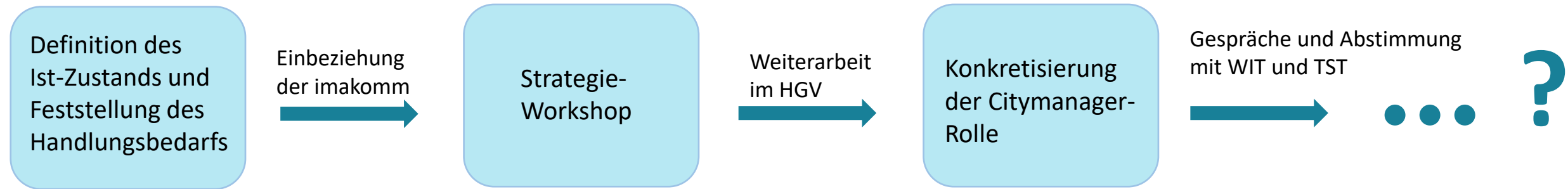
ABGESTIMMTE PROJEKTE



MEHRWERT FÜR ALLE

Fazit:

Der imakomm-Workshop war für uns nicht das Ende – er hat etwas angestoßen:



Moderne Innenstadt- und Einzelhandelsentwicklung
Marketing für Standorte
Kommunale Entwicklung und Partizipation
Standort- und Entwicklungsstrategien Wirtschaft und Wohnen

imakomm

**Kompetenz
Seriosität
Leidenschaft
Frischer Wind**

imakomm-akademie.de
xing.com/companies/imakommakademie
facebook.com/imakommakademie
linkedin.com/company/imakomm-akademie-gmbh



Quelle: imakomm, 2026 | Stadt Mengen, 2026..

Das Besondere!

Ein tatsächlich **sehr kompakter Prozess**:

- Analysen im Hintergrund als Basis für Auftakt im Rahmen des etablierten **Unternehmensdialogs** mit mehr als 100 Teilnehmern + **Online-Befragung Unternehmen**
- **Kleingruppen-Workshops**
 - Gemeinderat
 - Gewerbeverein Mengen
 - aktive Innenstadtakteure

Ziele:

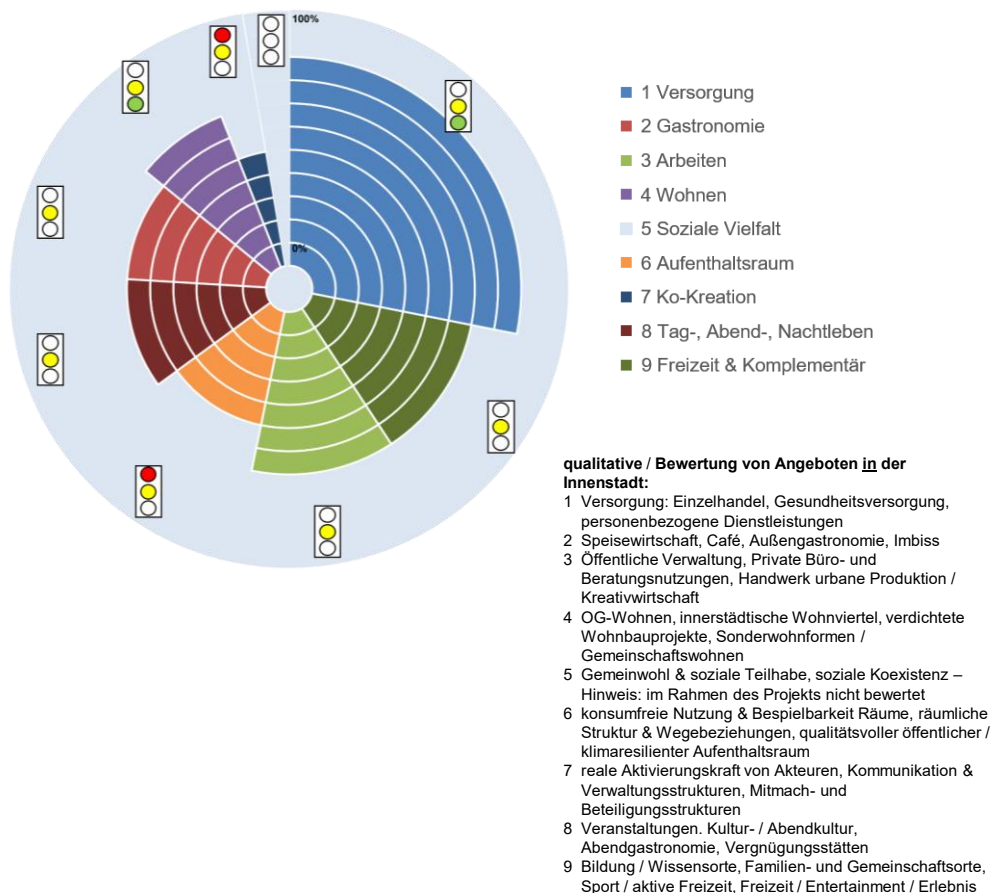
- **Evaluation** der Entwicklung seit 2011
- Erarbeitung **strategischer Leitfaden** und einzelne **Umsetzungsmaßnahmen** für die multifunktionale Entwicklung der Innenstadt



Ein neuer Ansatz!

Der Multifunktionale Erreichungsgrad (MEG) für eine Innenstadt

qualitative Bewertung



quantitative Messung durch den MEG



INNOVATION2
Multifunktionalität endlich messbar!

ANMELDUNG

Tool „Multifunktionaler Erreichungsgrad“ (MEG) für eine moderne Innenstadtentwicklung

4 INNOVATIONEN
12 MONATE

Mo, 16.11.2026, 15:00 - 16:00 Uhr
digital

Anmeldungslink:
<https://app.guestoo.de/public/event/95ba3908-e460-4c67-9ea1-3cdcd787081f?lang=de>

Quelle: imakomm, 2026.

Was wird in Mengen umgesetzt?

STADT
MENGEN



Imakomm NUTZBAR am 20. Oktober 2026

DIE INNENSTADT LEBT!

KOMPAKTE FORTSCHREIBUNG EINER
ERFOLGSGESCHICHTE IN MENGEN



Quelle: Stadt Mengen, 2026.



Kerstin Keppler
Wirtschaftsförderung
Stadt Mengen



imakomm AKADEMIE GmbH
www.imakomm-akademie.de
www.xing.com/companies/imakommakademie
www.facebook.com/imakommakademie
www.linkedin.com/company/imakomm-akademie-gmbh

Büro Aalen: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen
Büro Stuttgart: Löffelstr. 22-24 | 70597 Stuttgart
Postadresse: Ulmer Str. 130 | 73431 Aalen

imakomm AKADEMIE: Mitgliedschaften u.a.:
vhw | Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung e.V.
urbanicom | Deutscher Verein für Stadtentwicklung und Handel e.V.
bcsd | Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind nicht selbsterklärend, bedürfen weiterer Erläuterungen und sind daher nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht.

Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen wiederzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de



Imakomm NUTZBAR am 20. Oktober 2026

DIE INNENSTADT LEBT!

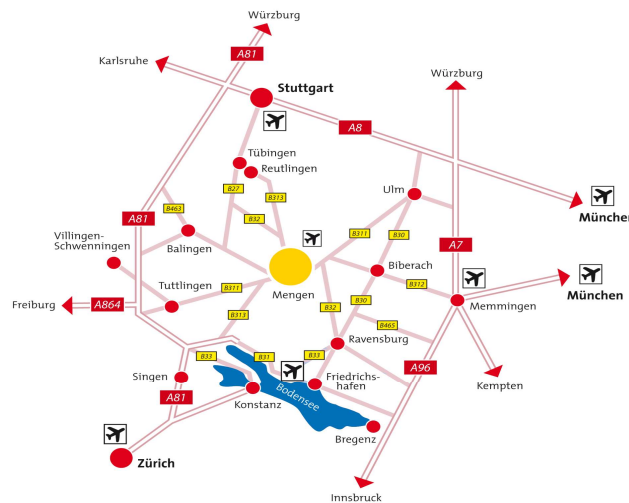
KOMPAKTE FORTSCHREIBUNG EINER ERFOLGSGESCHICHTE IN MENGEN



WIRTSCHAFTS- UND EINZELHANDELSSTANDORT MENGAN



- 13 Hektar Industrie- und Gewerbegebietsflächen
- Verkehrsgünstige Lage (direkt an B32/B311, Business Airport, Bahnhof) – „Fuhrmannstadt“
- Viertgrößte Stadt im Landkreis Sigmaringen
- Über 400 Unternehmen, darunter mehr als 100, meist inhabergeführte, Einzelhandelsgeschäfte und 40 Gastronomien
- herausragende Dienstleistungs- und Handwerkerdichte
- Vielzahl produzierendes und verarbeitendes Gewerbe, Schunk, Schlösser, Schneider Schirme u. a.



INNENSTADT-ENTWICKLUNG



- Überdurchschnittliche Infrastruktur für 10.000 Einwohner/34.000 Kunden
- Überdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung, alles fußläufig erreichbar
- Umfassender Branchenmix, wenige Besatzlücken
- Geringe Leerstandsquote mit 13 % (Schnitt BaWü 16 %)
- Äußerst aktives Leerstandmanagement – allein seit 2025 über 35 Nachbelegungen, weniger als 10 Leerstände



Kleine Stadt mit großem Einzugsgebiet

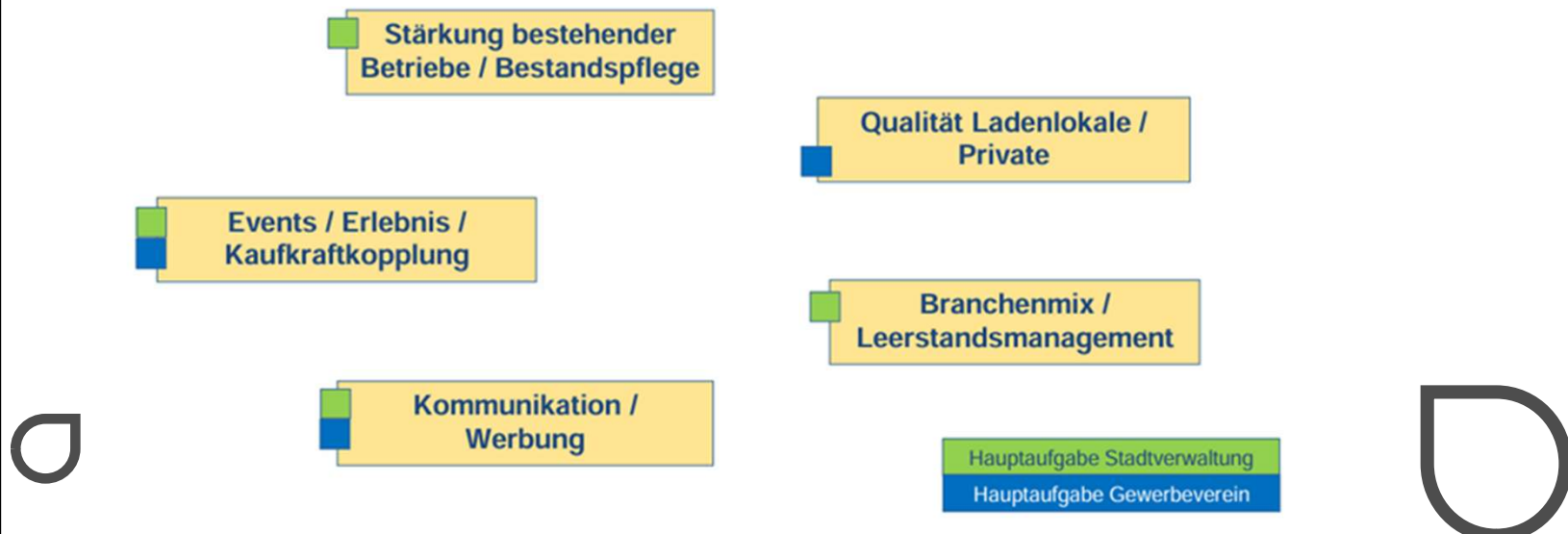


Mit der „Standortoffensive Innenstadt“ startete 2009 die städtebauliche Erneuerung der Stadt Mengen. Als Grundlage für die Konzepte Verkehr, Einzelhandel und Städtebau, wurden zunächst die Standortvorteile und Standortnachteile analysiert und anschließend Strategien entwickelt. Der Entwicklungsprozess wurde 2013 sogar mit dem Stadtmarketingpreis von Baden-Württemberg ausgezeichnet und diente seither vielen anderen Kommunen als Vorbild für ähnliche Stadtentwicklungsprozesse.

Im Jahr 2016 wurden die einstigen Konzepte und Maßnahmen evaluiert und auf den Prüfstand gestellt. Die Entwicklung der Innenstadt, besonders des Einzelhandels als Wirtschafts- und Standortfaktor, wurde ein weiteres Mal analysiert. In einem zweiten Schritt wurden die strategischen Ziele aus dem Jahre 2009 überprüft und den Gegebenheiten entsprechend angepasst.

Im Ergebnis konnte festgehalten werden, dass die Stadt Mengen zum Stichtag 30.06.2016, über **ein Marktgebiet von rund 33.000 Kunden** verfügt. Dies entspricht einer absoluten **Kaufkraft von 188,6 Mio €/Jahr**.

Strategische Ziele



UMSETZUNG STANDORTOFFENSIVE



- Neugestaltung Hauptstraße, barrierearm, Sharing Spaces
- Eröffnung Reiser-Center, bewusst nicht „auf der grünen Wiese“
- Neugestaltung Schillergarten



Quelle: Reiser Center, 2016, www.facebook.de, 2016



UMSETZUNG STANDORTOFFENSIVE



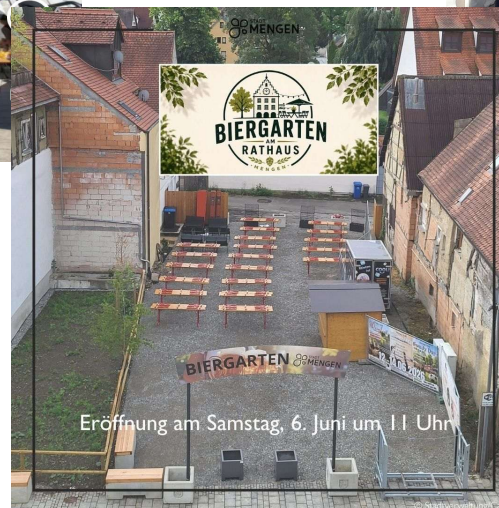
- Optimierung Stadtmobiliar und Bepflanzung, geordnete Innenstadtbeschilderung, mehr Sichtbarkeit für Einzelhändler, Entwicklung Stadtmarke



UMSETZUNG STANDORTOFFENSIVE



- Verlegung Wochenmarkt auf prominenten Platz in der Innenstadt
- Organisation der Krämermärkte wieder in städtischer Hand
- Eröffnung Biergarten am Rathaus



UMSETZUNG STANDORTOFFENSIVE



- FIRMENBESUCHE und UNTERNEHMERDIALOG (BISHER 14x)
- ✓ Anlassbezogen bei Eröffnung, Jubiläum usw.
- ✓ Wertschätzung, Austausch, Kennenlernen
- ✓ Vernetzung, Einblicke, Vorträge zu relevanten, aktuellen Themen wie 2026 „Innenstadt“



- Aktion Nette Toilette



- Teilnahme und Unterstützung div. Aktionen und Veranstaltungen
Gewerbeverein (Regio-Markt, Herbsttreff, Einführung digitaler Stadtgutscheine, ...)

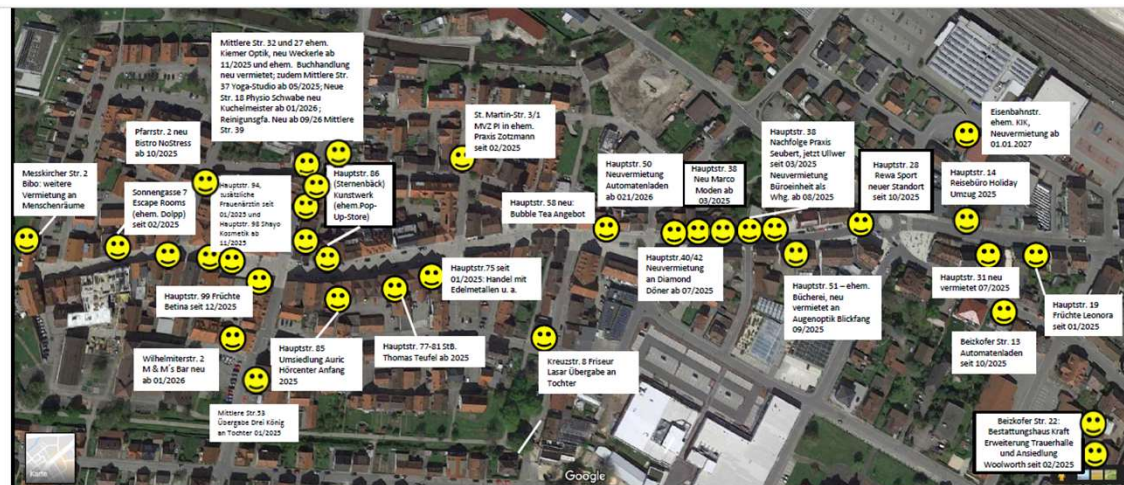


UMSETZUNG STANDORTOFFENSIVE PROAKTIVES LEERSTANDSMANAGEMENT



Entwicklungen Innenstadt 2015-2024:
→ über 60 positive Entwicklungen!

auf Innenstadt bezogen (keine Teilorte)
Darunter auch Nachfolger, die den
Fortbestand des Angebots sichern



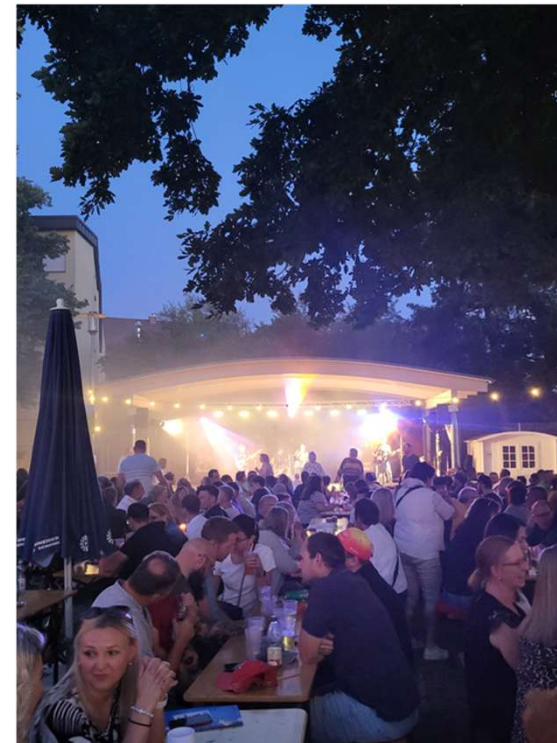
Entwicklungen Innenstadt 2025-

01/2025-08/2026: über 35 positive Entwicklungen!

FÖRDERPROJEKTE

POP-UP-STORE UND VERANSTALTUNGEN 2024-2026

zur Innenstadtbelebung / Stärkung, gefördert durch das Sofortprogramm
Einzelhandel / Innenstadt des Wirtschaftsministeriums



FÖRDERPROJEKT 2026

„SOFORTPROGRAMM INNENSTADT / EINZELHANDEL, FÖRDERLINIE
STADTMARKETING“ WIRTSCHAFTSMINISTERIUM BAWÜ



- Evaluation der Standortoffensive 2009/2016
- Maßnahmenumsetzung zur Steigerung der Aufenthaltsqualität / Stadtmarketing
- Entwicklung von Leuchtturmprojekten



Welche Elemente für eine multifunktionale Innenstadt sollten in der Innenstadt von Mengen ausgebaut werden? - bitte Angabe als Stichwort

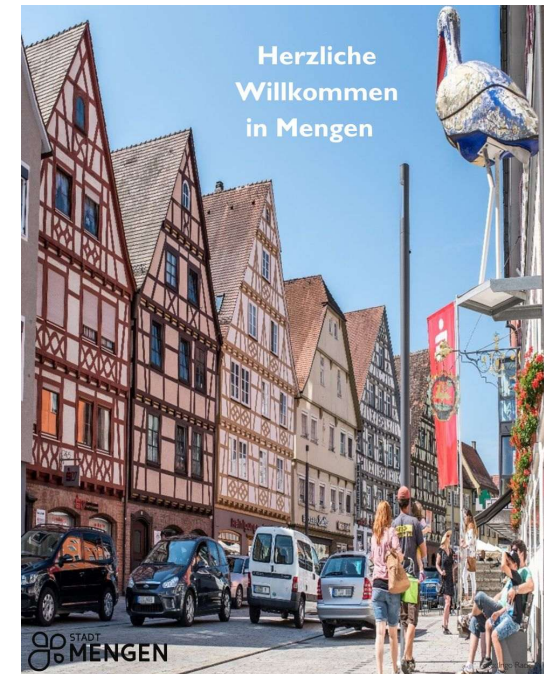
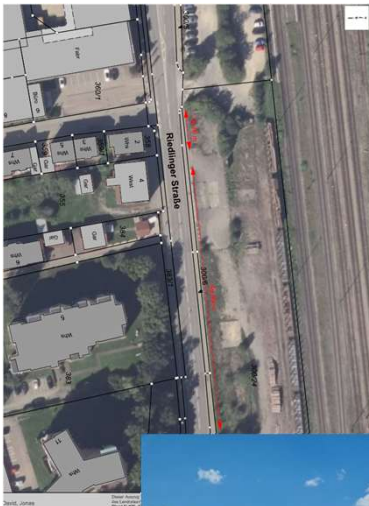


FÖRDERPROJEKT 2026

WERBEBESCHILDERUNG INNENSTADT UND STADTEINGÄNGE



- Mesh-Banner an Bauzäunen Bahnhofsgelände (Stadteingang)
- Willkommensschilder an Stadteingängen

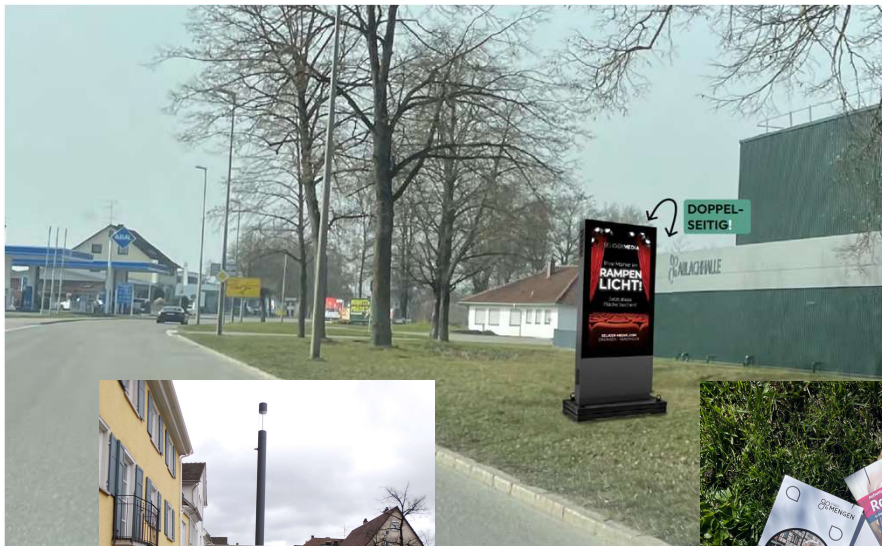


AKTUELLE MAßNAHMEN

VERBESSERUNG INFOMÖGLICHKEIT UND SICHTBARKEIT



- Planung neue, zusätzliche digitale Werbe-Leinwand an Stadteingang
- Infomaterial und Marketingartikel in Bäckerei und ehem. Pop-Up-Store



GEPLANTE MAßNAHMEN



- Werbeplakatierung & Marketing freie Objekte
- Verstärkte Unterstützung bei Ansiedlung von (Tages)Gastronomie
- Wiedereinführung Stadtputzede
- Fortschreibung Gestaltungssatzung
- Öffentliche Toilette
- Fortschreibung Einzelhandelskonzept
- ... 😊





Pendleratlas für die Region Schwarzwald- Baar-Heuberg

Eine Zusammenarbeit von imakomm und IHK



Schwarzwald
Baar
Heuberg

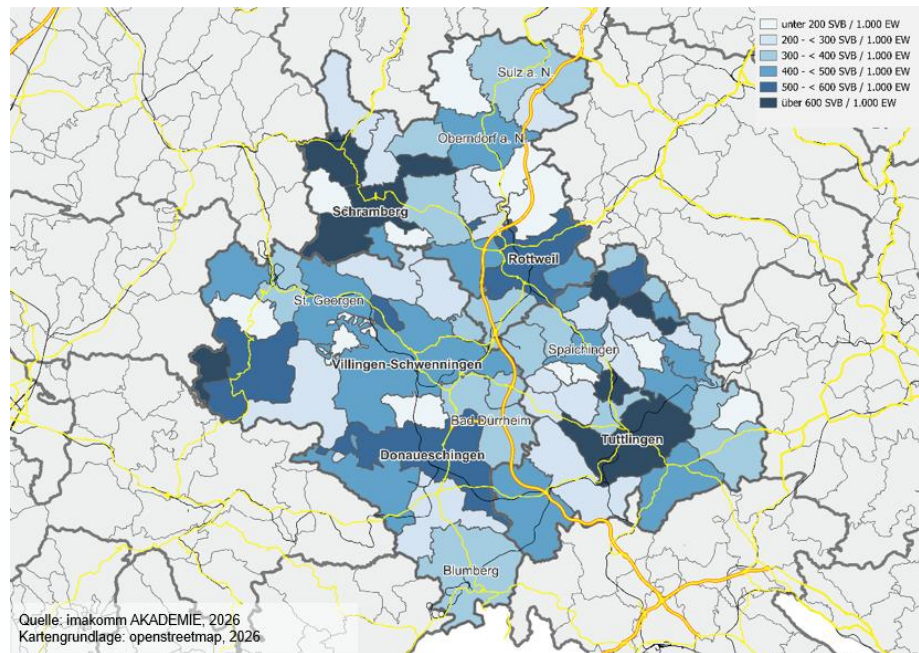


Ziele & Inhalte

- **Pendlerströme** haben **zentrale Bedeutung für den gesamten Verkehr**, sind dominierende **Treiber des Berufsverkehrs**, bestimmen **alltäglichen, räumlich stark gebündelten Mobilitätsbedarf**
- Rückschlüsse auf die **räumliche Organisation von Beschäftigung**, auf wesentliche **Hotspots** des regionalen Arbeitsmarktes sowie auf die **Bedarfe für Wohn- und Arbeitsstandorte**.
- **Argumentationsbasis** für Entwicklung von Straße und Schiene, Infrastrukturplanung, Standortentwicklung, Mobilitätskonzepte sowie **für strategische Entscheidungen** von Verwaltung, Wirtschaft und Mobilitätsanbietern.
- Grundlage für:
 - **Reduktion der Verkehrsbelastung** aus umwelttechnischer Sicht
 - **Ausbauentcheidung für den ÖPNV**
 - **strategische Siedlungs- und Verkehrsplanung**
 - Förderung weiterer **Maßnahmen**, wie Parkraummanagement und alternativer Mobilitätskonzepte

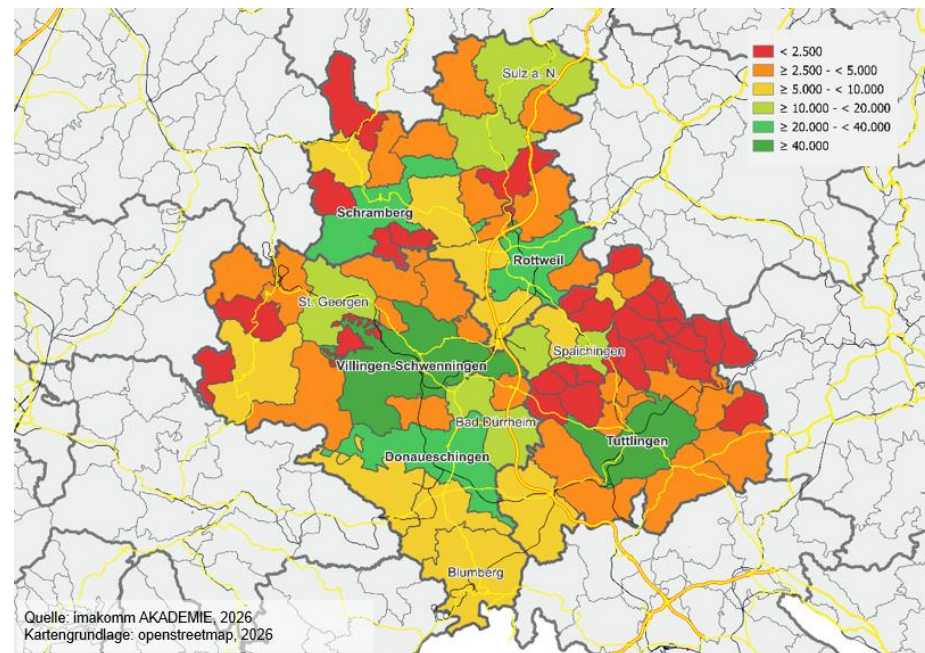
Ausgewählte Ergebnisse

Arbeitsplatzdichte pro 1.000 EW / Tagesbevölkerung



Arbeitsplatzdichte pro 1.000 EW: Verhältnis der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten je 1.000 EW

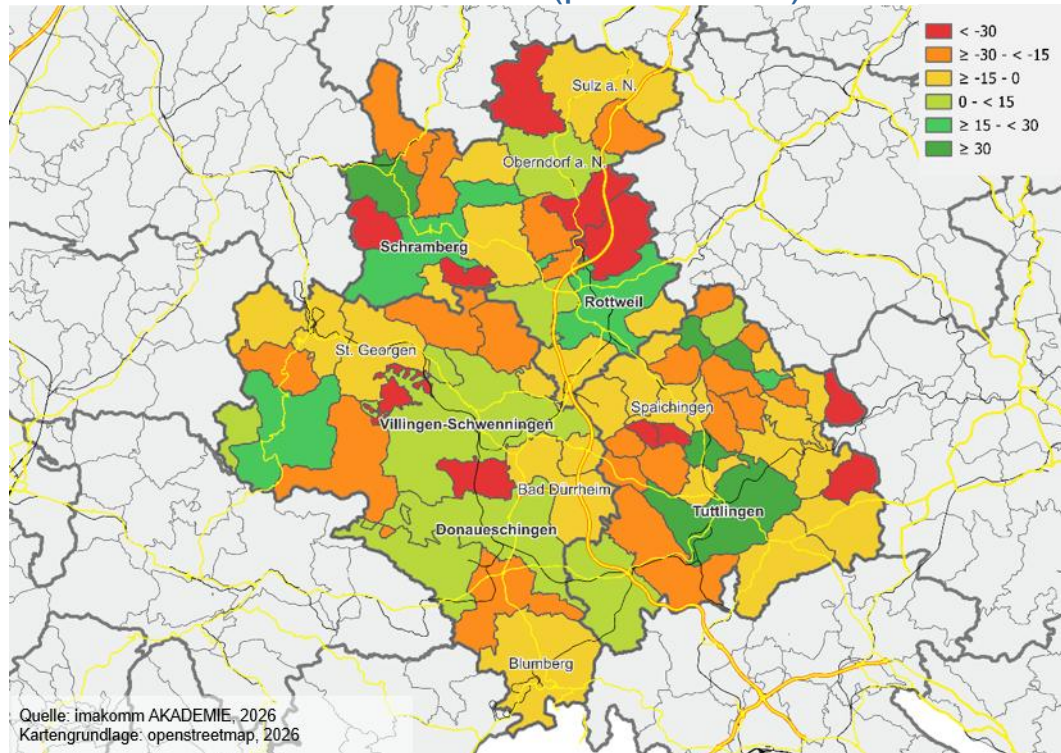
Quelle Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Daten zum Stichtag 30.6.2024



Tagesbevölkerung: Zahl der Personen, die sich tagsüber in einer Kommune aufhalten = Wohnbevölkerung zuzüglich Einpendler und abzüglich Auspendler.

Ausgewählte Ergebnisse

Pendlersaldo Kommunen (pro 100 EW)

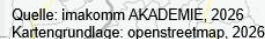
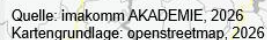


Quelle Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder, Daten zum Stichtag 30.6.2024

- **Zentrale Orte höherer Stufe** weisen überwiegend **positive Pendlersalden** - regionale Beschäftigungsschwerpunkte.
- Umland mehrheitlich durch **negative Salden** geprägt - vorrangig **Wohnfunktion**
- **Landkreis Tuttlingen** auch in kleineren Kommunen **vermehrt Wohn- als auch Arbeitsstandort** mit ausgeglichenem Pendlersaldo
- **Starke Übereinstimmung hohe Arbeitsplatzdichte** und positiven Pendlersalden.

Pendlersaldo: Differenz zwischen Einpendlern und Auspendlern einer Kommune. Einpendlerüberschuss (positiver Wert, mehr Jobs als Wohnbevölkerung) oder Auspendlerüberschuss (negativer Wert, mehr Einwohner als Arbeitsplatz).

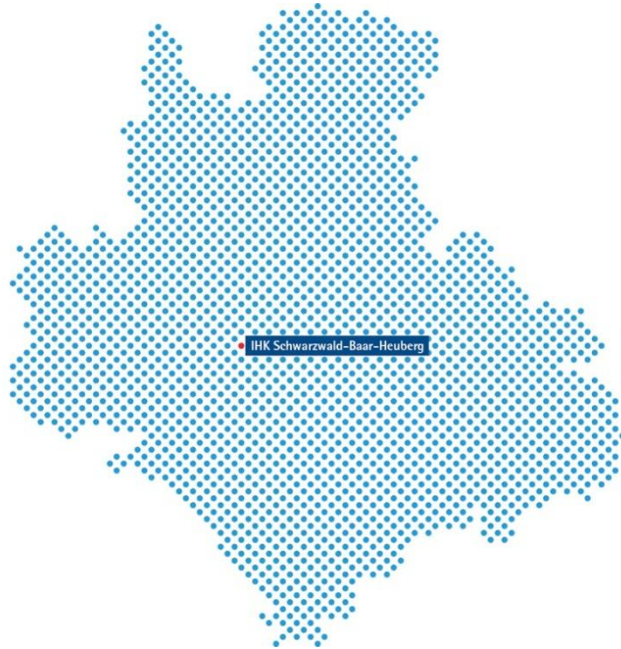
Pendlerverflechtungen / Kommunale Einzelbewertung



© imakomm

Wesentliche Erkenntnisse

- Kein einheitliches Muster der Pendlerstruktur, sondern **unterschiedlich funktional ausgerichtete Kommunen**
- Pendlerströme mit **Auswirkungen** auf deutlich größere Räume → auch **Wohnraumplanungen, soziale Infrastruktur** und **Standortattraktivität** einzubinden.
- Industriell **spezialisierte kleinere Standorte** erreichen **hohe Einpendlerzahlen** – **Bedarfe an Infrastruktur**
- **Pkw** stellt das **dominante Verkehrsmittel** dar, wobei Fahrrad (kurze Wege) und ÖPNV an Bedeutung gewonnen hat. **Wahl des Verkehrsmittels** auch klar **vom Angebot abhängig** – geringer ausgebaut ÖPNV-Netz führt zu höheren Anteilen des motorisierten Individualverkehrs (MIV).
- Wandelnde Nachfrage nach den angebotenen Verkehrsmitteln – bspw. wachsende Pendlerzahlen bei den **Auszubildenden**
- **Angebot an Wohnraum & Preisstrukturen** des haben große Auswirkung auf Pendlerverflechtungen – weiterhin **zunehmende Pendeldistanzen** zu erwarten.



- Strukturverständnis der Region fördern
 - Pendlerströme sichtbar und verständlich machen
 - Tagesbevölkerungen erforschen
- Handlungsaufträge bei der Verkehrsinfrastruktur ableitbar machen



© SilasStein

Landkreis Rottweil



Schwarzwald-Baar-Kreis

Landkreis Tuttlingen



Beschäftigte:
216.000



Beschäftigten in der Produktion
51,6 %

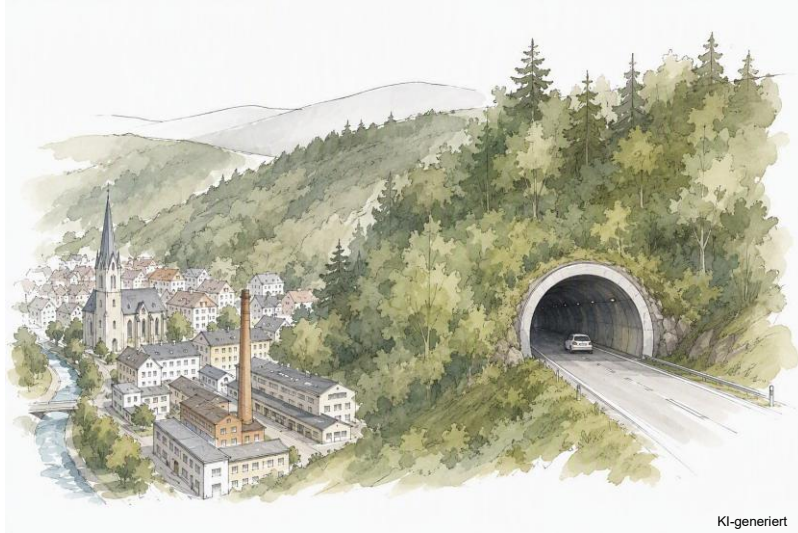


Exportquote der Industrie
45,9%

Schwerpunkte: Medizintechnik,
Automobilzulieferer, Anlagen- und
Maschinenbau, Metallverarbeitung,
Elektrotechnik

Warum hat die IHK Interesse an Pendlerströmen?

- Zentrale Verkehrsachsen mit Ausbaupotenzial
- Projekte im vordringlichen Bedarf des BVWP 2030
- Lange Projektlaufzeiten



Pendlerzahlen als Argumentation für Ausbau

- Imakomm mit der Recherche, Datenanalyse und Aufbereitung
- IHK entwickelt hieraus ein Infrastrukturpapier

4 | PENDLERZAHLEN 2024

Ein Überblick

Die Verkehrsinfrastruktur in der Region

Ausgangslage

Die Region Schwarzwald-Baar-Heuberg ist ein industriestarker Wirtschaftsraum mit hoher Pendlerintensität und wachsendem Verkehrsaufkommen. Täglich pendeln innerhalb der Region rund 170.000 Erwerbstätige zwischen den Kommunen. Die Ergebnisse des IHK-Standortbarometers zeigen den einheitlichen Investitionsbedarf in die lokalen Infrastrukturen.

Wie Pendlerströme die Region mit dem Umland vernetzen



Kurz gefasst

- Intensive Austauschbeziehungen über Regionsgrenzen hinweg
- Ein- und Auspendler konzentrieren sich auf zentrale Standorte
- Rundlagen zeigen besonders enge Verflechtungen mit dem Umland
- Leistungsfähige Infrastruktur bleibt zentral für die regionale Entwicklung

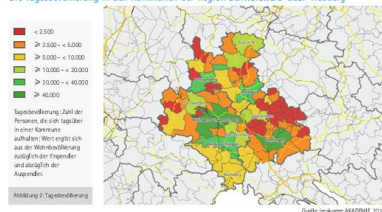
Straßenbauprojekte dümpeln

Trotz jahrelanger Planung warten in der Region acht Straßenbauprojekte des Bundes auf ihre Umsetzung. Für alle ist der gesamtgesellschaftliche Nutzen im Bundesverkehrswegeplan 2030 erhöht. Sie sind dem vorläufigen Bedarf zugeordnet. Für die Endausfertigung der Region ist deren Bau von zentraler Bedeutung. Die geplanten Straßen sichern die Anbindung an die Autobahnen A 81 und A 5, ersetzen die Straßen innerorts und sind perspektivisch zentrale überregionale Verkehrsachsen.

Schiene wegen drohen Überlastung und Attraktivitätsverlust

Trotz einer guten Anbindung der Bevölkerung an Bahnhalte sind die Schienenwege strukturell überlastet. Die regionalen Hauptachsen benötigen eine Modernisierung und Kapazitätserweiterung. Die Glatbach ist die schieneninfrastrukturelle Wunderroute der Region. Sie sichert die Anbindung nach Stuttgart und Zürich. Sie muss leistungsfähiger und attraktiver werden – für den Transport von Personen und Gütern.

Die Tagesbevölkerung in den Kommunen der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg



Die Region bei Tag

Die Einwohnerzahl einer Kommune zeigt, wie viele Menschen dort ihren Wohnort gemeldet haben. Für die Anforderungen an Verkehrsinfrastruktur und öffentliche Einrichtungen ist jedoch entscheidend, wie viele Menschen sich tagtäglich tatsächlich vor Ort aufhalten. Die sogenannte Tagesbevölkerung berücksichtigt diese Dynamik. Sie ergibt sich aus der Wohnbevölkerung zuzüglich der Einpendler und abzüglich der Auspendler.

In der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg führen die Verflechtungen von Wohn- und Arbeitsorten dazu, dass sich die Bevölkerung vieler Kommunen während des Tages erhöht verändert. Insbesondere die wirtschaftlichen Zentren und Industriestandorte gewinnen täglich tausende zusätzliche Arbeitskräfte hinzu. Dadurch entstehen hohe Anforderungen an Straßen, Schienen, Parkraum und die kommunale Infrastruktur.

Die wirtschaftliche Stärke wird tagsüber sichtbar

Die Verteilung der Tagesbevölkerung folgt nicht allein der Einwohnerzahl. Neben den Ober- und Mittelzentren weisen auch mehrere kleinere Industriestandorte besonders hohe Werte auf. Dort übersteigt die Zahl der tagsüber anwesenden Menschen die Wohnbevölkerung teilweise deutlich. Dies unterstreicht die Bedeutung dieser Standorte für Beschäftigung, Weiterbildung und regionale Mobilität.

Infrastruktur orientiert sich an realen Verkehrsströmen

Prognosekennzahlen zeigen möglichst das tägliche Verkehrsaufkommen. Deshalb müssen Infrastrukturplanungen die tatsächlichen Bevölkerungs- und Verkehrsströme berücksichtigen. Die Tagesbevölkerung macht sichtbar, wo Straßen und Schienen besonders stark beansprucht werden und wo Investitionen die größte Wirkung für Unternehmen, Beschäftigte und Bürgerinnen und Bürger entfalten können.

Interessant

Setzt man die Werte in Relation zur Einwohnerzahl, so ergeben sich v.a. in Kommunen mit einer hohen Arbeitsplatzdichte hohe Tagesbevölkerungen. So ist in Schiltach eine Tagesbevölkerung gegeben, die fast 180 % der Wohnbevölkerung entspricht.

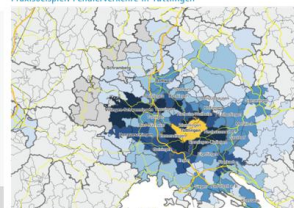
Auch Rietheim-Weilheim und Buhleheim erreichen hier Werte über 140 %. Gerade in den kleineren Kommunen hat die hohe Ausweisung auf die infrastrukturellen Bedarfe sowie die Verkehrsströme



Schiene

Bei der Schiene hat der Landkreis Tuttlingen großes Potenzial. Sowohl die Glotbach in Nord-Süd-Richtung als auch die Donautalbahn in Ost-West-Richtung schließen den Landkreis an das überregionale Schienennetz an. Der Ausbau dieser Strecken ist nicht nur für den Landkreis Tuttlingen und die Region Schwarzwald-Baar-Heuberg von Bedeutung, sondern für den gesamten Raum südlich von Stuttgart.

Praxisbeispiel: Pendlerverkehre in Tuttlingen



Die Straßenbauprojekte

B 311 – Ortsumfahrung Immendingen
Das Regierungspräsidium Freiburg beschließt die B 311 auf seiner Westseite als eine der wichtigsten Ost-West-Verbindungen im Sauer-Raben-Württemberg. Sie verbindet die Rheinstadt und Freiburg mit der Schwäbischen Alb und Ulm. Immendingen ist eine der letzten Gemeinden, in denen der Verkehr noch durch den Ort Hild. Überregionale Verbindungsachse Freiburg – Ulm stärkt. Ortsumfahrung umsetzen.

B 14 – Ortsumfahrung Rietheim-Weilheim
Die B 14 ist die zentrale Verbindungsachse der Stoeckle Stoeckle – Tuttlingen – Spaichingen – Rietheim-Weilheim und Tuttlingen als Kreisstädte und Verwaltungszentren der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg werden auf direktem Weg erreicht. Allerdings führt die Straße in Teilen direkt durch Ortschaften und teilt die Gemeinde Rietheim-Weilheim in zwei Teile. Der Durchgangspunkt in Rietheim und Weilheim erzeugt hohe Belastungen. Um die Verbindung zu stärken und die Anwohner zu entlasten, benötigt es die Ortsumfahrung. Planungen beschleunigen. Region vernetzen.

B 14 – Ortsumfahrung Spaichingen und Buhleheim
Wie auch in Rietheim-Weilheim führt die B 14 auch in den Orten Spaichingen und Buhleheim noch direkt durch die Ortschaften. Das Regierungspräsidium beschließt die beiden Ortsumfahrungen als eines der letzten. Nahe der Ortsumfahrung. Lärmschutzwand, verkehrliche Überlastung und Defizite in der Verkehrsachse sind die Folge. Straßenausbau. Finanzierung zücken.



Stimme aus der Wirtschaft

„Der Landkreis Tuttlingen ist weltweit bekannt für seine Industrie- und Medientechnik. Aus den kleinen Gemeinden aus dem Heuberg kommen Weltmarktführer und Hidden Champions. Um die Unternehmen in die WM zu vernetzen, braucht es leistungsfähige Bundes- und Landesstraßen. Die Umsetzung der Ortsumfahrungen entlastet Betriebe und Bürger gleichermaßen.“

Thomas Busch
IHK-Vizepräsident

Auspendler | Tuttlingen

Immendingen (7,3 km)	470
Rietheim-Weilheim (8,3 km)	370
Mühlheim a. d. (7,7 km)	350
Wumlingen (3,8 km)	350
Spaichingen (12 km)	320

Einpendler | Tuttlingen

Immendingen (7,3 km)	1.070
Immendingen (7,3 km)	950
Spaichingen (12 km)	900
Wumlingen (3,8 km)	750
Villingen-Schwenningen (28 km)	730

Abbildung 5: Pendlerverkehre in Tuttlingen

Die IHK-Sommertour

- Rathausgespräche mit den vom BVWP 2030 betroffenen Kommunen
- Teilnehmer: Stadt, IHK und Unternehmen
- Botschaft: „Jetzt ist Zeit für den Ausbau“





Schwarzwald
Baar
Heuberg

Marc Spiegelhalter
Referent für Raumentwicklung, Mobilität und
Infrastruktur



marc.spiegelhalter@vs.ihk.de



07721 922 203



www.ihk.de/sbh



info@vs.ihk.de



ihk.de/sbh/newsletter



Quelle: imakomm, 2026.

Die Fakten vorab

Unterkochen

- Stadtbezirk von Aalen
- Ca. 5.000 Einwohner
- Kernstadt Aalen mit 27.000 Einwohner angrenzend
- Stadt Aalen: ca. 68.000 Einwohner



Quelle: imakomm, 2026, nach Landratsamt Ostalbkreis, 2026

Die Fakten vorab

Die Situation vor Ort

- Ein großer Platz
- Besatz nimmt ab – Leerstände fallen ins Auge
- Frequenz gering
- Aufenthaltsqualität bleibt hinter den Möglichkeiten

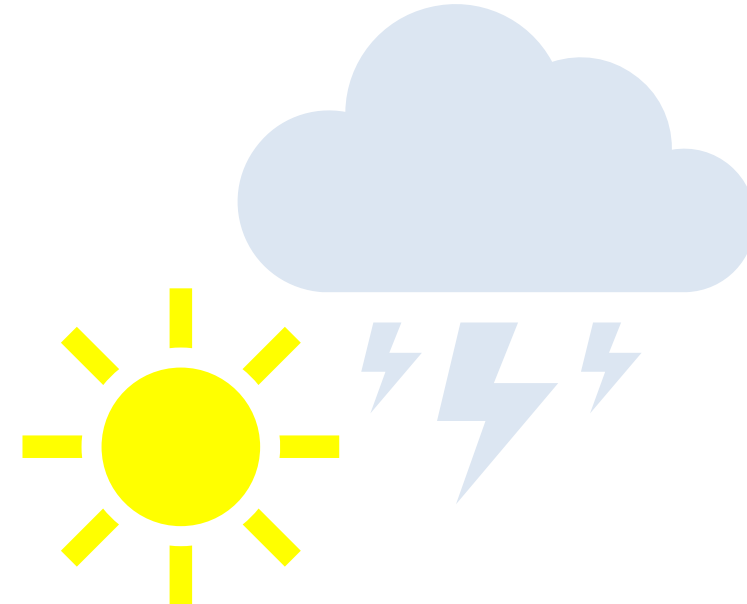


Quelle: imakomm, 2026.

Die Fakten vorab

Die unsichtbare Situation

- 22 Vereine aber: wenige Aktive tragen viel auf den Schultern
- Vereine arbeiten nicht zusammen
- Veranstaltungen fehlt die Reichweite
- Fehlende Wohnneubaugebiete – Abwanderung von jungen Familien in die Nachbarorte
- Nachfolgeproblematik bei vorhandenen Betrieben
- Fehlende finanzielle Mittel
- Identifikation mit dem eigenen Ort nur teilweise da



Quelle: imakomm, 2026,.

Handlungsfelder aus der Analyse

B. Belebung durch Frequenz

- Belebung der Ortsmitte durch **Aktionen und Microevents**, dadurch Sichtbarmachung der vorhandenen Kundschaft für potenzielle Café-/Bäckerei-Betreiber

C. Vernetzung der Aktiven

- **Bündelung der Aktiven** dadurch nicht mehr Aufwand aber mehr Effekt Unterstützung einzelner aktiven bei verschiedenen Aktionen durch „men-power“ / Materialien / Organisation

D. Wohlfühlen durch Gestaltung

- Begrünung und Bepflanzung der Ortsmitte und dadurch **Steigerung der Aufenthaltsqualität**
- Mitgestaltung durch Bürgerschaft und dadurch Steigerung der **Identifikation**

A. Vermarktung als Basis

Quelle: imakomm, 2026,.

Umsetzungsbeispiele

A. Vermarktung als Basis

→ Wiedererkennung und Identifikation

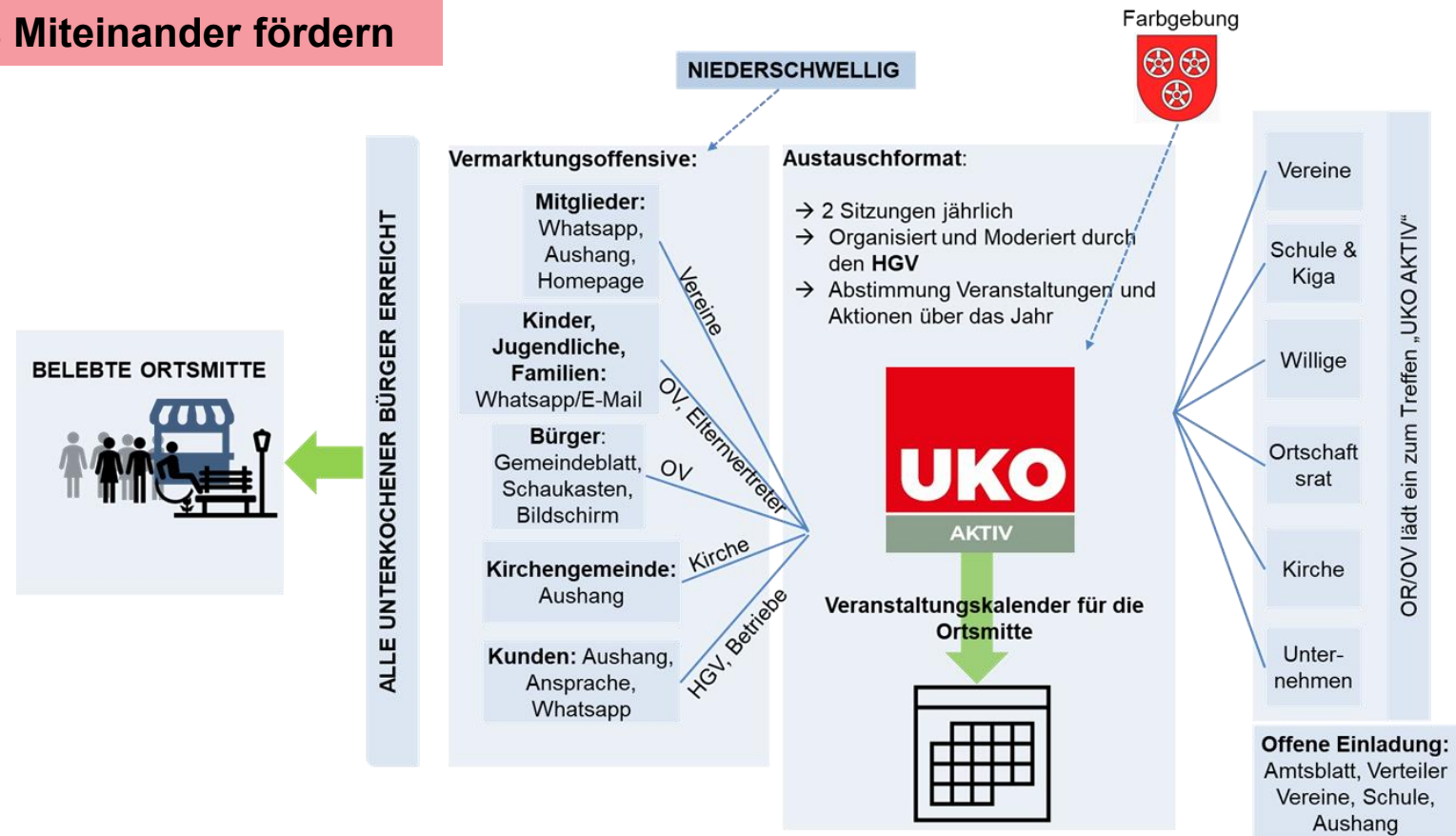


Quelle: imakomm, 2026, HGV-Unterkochen.

Umsetzungsbeispiele

C. Vernetzung der Aktiven

→ Netzwerk schaffen und neues Miteinander fördern



Quelle: imakomm, 2026.

Umsetzungsbeispiele

B. Belebung durch Frequenz

→ Anreize für potenzielle Betriebe schaffen

DIE HÜTTE

AUF DEM RATHAUSPLATZ

BLEIBT BIS OKTOBER!

UKO
AKTIV

BUCHEN SIE DIE HÜTTE **KOSTENLOS** FÜR ...

- Vereine
- Organisationen
- Allgemeinheit
- und alle anderen

z. B. für Getränkeverkauf, Vereinsaktionen, Events u. v. m.

FÜR ALLE, DIE INTERESSE HABEN

KOSTENLOSE NUTZUNG

VERFÜGBAR BIS OKTOBER

NUTZT DIE GELEGENHEIT

und bringt Leben auf den Rathausplatz!

i Weitere Infos und Buchung:
Bezirksamt Unterkochen
✉ rathaus.unterkochen@aalen.de

Quelle: imakomm, 2026,.

Einladung zum
MehrgenerationenTREFF
auf dem Rathausplatz



Am Freitag, 18. September 2026, findet auf dem Rathausplatz ein weiterer MehrgenerationenTREFF statt. Hierzu sind alle Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen recht herzlich eingeladen.

Von 14.30 bis 16.30 Uhr dürfen Sie sich auf einen geselligen Nachmittag bei Kaffee, Tee und Kuchen freuen. Der MehrgenerationenTREFF findet allerdings nur bei trockener Witterung statt.

UKO
AKTIV

Wein hocketse

Genießen. Zusammenkommen. Feiern.

25. JULI
AB 17 UHR
**RATHAUSPLATZ
UNTERKOCHEN**

- AUSGEWÄHLTE WEINE AUS DER REGION
- ANTIALKOHOISCHE GETRÄNKE
- LECKERER ZWIEBELKUCHEN

Wir freuen uns auf Euch!

UKO
AKTIV

Einladung zur Stockbrot-Party

Feuerschale & Musik

Stecken nur begrenzt vorhanden!
Teig bitte selbst mitbringen!

Datum: 29.07.2026
Uhrzeit: ab 18.00 Uhr
Wo: Rathausplatz in Unterkochen

Umsetzungsbeispiele

D. Wohlfühlen durch Gestaltung

→ Beteiligung in der Gestaltung dadurch Akzeptanz und Wahrnehmung höher



Fotowettbewerb „Unterkochen zeigt sich“

Was macht **Unterkochen** für dich **besonders**?
Dein **Lieblingsplatz**, schöne Ecken, besondere Momente oder das Leben vor Ort?

👉 **Zeig uns Unterkochen aus deiner Perspektive!**
Die besten Fotos werden in den **Leerständen der Ortsmitte** ausgestellt – mitten im Ort, für alle sichtbar.

- ✅ Mitmachen kann jede*r (auch Familien gemeinsam)
- ✅ Ein Foto einreichen
- ✅ Foto-Titel + Name nicht vergessen

📧 Einsendung per Mail an: dressler@imakomm-akademie.de
Betreff: **Fotowettbewerb Unterkochen**

🏆 **Tolle Preise warten auf die Gewinner!**
Mach mit und bring Unterkochen ins beste Licht 🌟



UKO AKTIV – Gemeinsam für Unterkochen

Quelle: imakomm, 2026, Unterkochen.

Umsetzungsbeispiele



ABER:

Angebot wurde von den Vereinen nicht genutzt.



Veranstaltet durch Ortsverwaltung und Familien – großer Erfolg!



Bedenken bezüglich Genehmigungen durch Vereine.

Geringe Beteiligung bei Ortsmitte-Camp.

Aktives ankämpfen gegen „Bruddler Stimmung“.

Quelle: imakomm, 2026, Unterkochen.

Umsetzungsbeispiele

Nutzen, was man hat. Beispiel Aalen-Unterkochen – ein Werkstattbericht

Annika Dreßler, imakomm

- 1 Reallabor mit kleinen Aktionen für potenzielle dauerhafte Ansiedlungen: Nutzt die Bevölkerung die Ortsmitte tatsächlich, entstehen auch Argumente für künftige zusätzliche Betriebe.
- 2 Positive Kommunikation ist der Schlüssel in kleineren Kommunen, um neue Formate ins laufen zu bringen und vorhandenes zu bewerben.
- 3 Ohne festen Kümmerer für Kommunikation und Organisation von Aktionsreihen in der Ortsmitte funktioniert die Belebung nicht.

Quelle: imakomm, 2026.

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind nicht selbsterklärend, bedürfen weiterer Erläuterungen und sind daher nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht.

Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen wiederzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de

Vom breit ausgerichteten Handel- und Gewerbeverein zum fokussierten Cityverein Tübingen

Dr. Christian Eckert, imakomm

Andrea Löffler, Handel- und Gewerbeverein Tübingen e.V.

- 1 Fokussieren statt verzetteln: Wenige, wirkungsvolle Maßnahmen statt immer neuer Aufgaben.
- 2 Rollen klären, Kräfte bündeln: Innenstadtentwicklung gelingt durch abgestimmtes Handeln.
- 3 Strategie braucht ein Fundament: Mitgliedernutzen, Aufgaben und Finanzierung gehören zusammen.

Die Innenstadt lebt! Kompakte Fortschreibung einer Erfolgsgeschichte in Mengen

ppa. Matthias Prüller, imakomm

Kerstin Keppler, Stadt Mengen

- 1 Eine kompakte Fortschreibung der Innenstadtstrategie kann ausreichen, wenn klare Prioritäten auf umsetzbare Projekte gelegt werden.
- 2 Aktives Nutzungsmanagement ist unverzichtbar um Status Quo zu halten.
- 3 Quick Wins entfalten als Leuchttürme Wirkung, wenn der Fokus auf positiver Wahrnehmung, digitaler Sichtbarkeit und Stärkung von Besucheranlässen liegt.

Verflochtene Räume, vernetzte Verantwortung – wie Pendlerströme eine Region prägen

Julia Bubbel, imakomm

Marc Spiegelhalter, IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg

- 1 Pendlerströme machen die funktionalen Verflechtungen einer Region sichtbar.
- 2 Mobilität orientiert sich an realen Wegen, nicht an Verwaltungsgrenzen.
- 3 Aus Daten müssen konkrete Infrastrukturentscheidungen werden.

Nutzen, was man hat. Beispiel Aalen-Unterkochen – ein Werkstattbericht

Annika Dreßler, imakomm

- 1 Reallabor mit kleinen Aktionen für potenzielle dauerhafte Ansiedlungen: Nutzt die Bevölkerung die Ortsmitte tatsächlich, entstehen auch Argumente für künftige zusätzliche Betriebe.
- 2 Positive Kommunikation ist der Schlüssel in kleineren Kommunen, um neue Formate ins laufen zu bringen und vorhandenes zu bewerben.
- 3 Ohne festen Kümmerer für Kommunikation und Organisation von Aktionsreihen in der Ortsmitte funktioniert die Belebung nicht.