



Stadt
Konstanz



KONSTANZ

HANDLUNGSPROGRAMM WIRTSCHAFT 2030

Zwischenbilanz

IMPRESSUM:

Redaktion

Xaver Haider, Wirtschaftsförderung

Satz, Layout + Druck

Stadt Konstanz | Hauptamt | Presse, Medien und Kommunikation
Sarah Jericho

Titelbild

Achim Mende, Oktober 2018

Herausgeber

Stadt Konstanz
Wirtschaftsförderung
Bücklestraße 3e
78467 Konstanz

1. Auflage Mai 2024

Handlungsfelder

Digitalisierung.....	4
Vernetzung von Unternehmensgründungen, Wirtschaft und Wissenschaft	26
Leben und Arbeiten	41
Ausbildung, Qualifizierung, Integration	54
Flächenpolitik und Geostrategie	68
Konstanz als Destination.....	87

Digitalisierung

Maßnahmen.....	5
Ausbau eines flächendeckenden Glasfasernetzes im Gigabitbereich (MDi1).....	5
Ausbau LoRaWan/IoT-Strategie (MDi2).....	6
Weiterer Ausbau von öffentlichem WLAN an ausgewählten Standorten (MDi3)	7
Installation einer digitalen Erlebniswelt für Konstanz (MDi4).....	8
Entwicklung eines digitalen Zwillings der Stadt Konstanz (MDi5).....	9
Open Data Plattform (MDi6)	10
Umsetzung der eGovernment-Strategie und Entwicklung der Verwaltung hin zu Smart Government (MDi7).....	11
Datenschutz-konforme Server- und Cloudlösungen für Firmen durch Stadtwerke Konstanz (MDi8)	12
Aufbau eines Fördermittelmanagements für digitale Projekte (MDi9)	13
Bereitstellung von Räumlichkeiten für Digitale Initiativen wie IT-Kids, Hackerspaces etc. (MDi10)	14
Konzept zur Umsetzung autonom fahrender Busse (MDi11)	15
Großveranstaltung der Digitalwirtschaft (MDi12).....	16
Weitere Projektideen für die digitale Stadtentwicklung.....	17
Digitale Stadtplanung (MDi13).....	17
Entwicklung von smarten Quartieren (MDi14).....	18
Anwendung von smarten Urban-Growing-Projekten (MDi15)	19
Projektidee aus dem Bereich eGovernment	20
Installation eines Chief Digital Officers (CDO) (MDi16).....	20
Projektideen zur digitalen Erlebbarkeit der Destination.....	21
Virtual Reality Erlebniswelt (MDi17).....	21
Augmented-Reality-Stadtführungen und -Sightseeing (MDi18).....	22
Projektideen zur digitalen Bildung	23
Digitales Verwaltungssystem „Bildungskosmos“ (MDi19).....	23
Digitale Ausstattung von Bildungseinrichtungen (MDi20).....	24
Konzept zur außerschulischen, digitalen Bildung (MDi21)	25

Maßnahmen

Ausbau eines flächendeckenden Glasfasernetzes im Gigabitbereich (MDi1)	
Ziele: Ausbau einer digitalen Infrastruktur (ZDi6), Konstanz muss für Fachkräfte attraktiv werden (ZDi2), Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1)	
Ein Glasfasernetz ermöglicht Datenübertragungen mit extrem hoher Bandbreite und daher einer erheblich höheren Geschwindigkeit. Zudem ist das übertragene Signal resistenter gegenüber Störfaktoren und somit besonders sicher. Ein flächendeckendes Glasfasernetz bildet das Rückgrat in einer digital werdenden Gesellschaft. Dies gilt insbesondere für Unternehmen, aber auch für die Stadtgesellschaft. Ein leistungsfähiges Netz ist in der modernen Daseinsfürsorge einer Stadtgesellschaft inbegriffen, es ist infrastrukturelle Voraussetzung für die meisten weiteren Ziele und Maßnahmen.	
Zielgruppe	Firmen, Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Flächenabdeckung



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme ist aktuell, für die Stadtwerke Konstanz als Geschäftsfeld (SeeConnect) sowie für die Stadt Konstanz (Standortfaktor) eminent wichtig. Sie wird stetig weitergetrieben und unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten optimiert – aktive Dienste werden ebenfalls angeboten.

Bis 2035 soll ein flächendeckendes Glasfasernetz realisiert sein. Aktuell versorgt die Stadtwerke ca. 10.000Kunden mit Internetdiensten. Mehr als 2.000 Gebäude verfügen über einen Glasfaseranschluss, weitere 3.000 sind „erschließbar“, durch stetige Mitverlegung existiert weitere Infrastruktur, die verdichtet und aktiviert werden kann.

Die maßgeblichen Schritte bisher bestanden in der Herstellung notwendiger Infrastruktur (Gebäude, Stationen, Rechenzentrum), der flächendeckenden Erschließung des Industriegebietes (2012), der Versorgung großer Wohnungswirtschaftsunternehmen (Spar- und Bauverein, Wobak, etc.) und in der stetigen Mitverlegung von Leerrohrinfrastruktur (anhand eines Masterplans).

Beantwortung: Dr. Norbert Reuter (Stadtwerke Konstanz GmbH)

Anpassungsbedarf



Ausbau LoRaWan/IoT-Strategie (MDi2)	
Ziele: Ausbau einer digitalen Infrastruktur (ZDi6), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)	
<p>Aufbau einer Infrastruktur zur Vernetzung von Sensoren im Bereich des Internets der Dinge – IoT (z.B. Park- oder Umweltsensoren, Sensoren zur Überprüfung von Abfallcontainern): Mit Echtzeit-Daten können Dienstleistungen zeitlich unmittelbar angeboten werden, was einen hohen Nutzen für die Anwender mit sich bringt (z.B. bei Verkehrs- oder Wetterdaten). Dabei geht es nicht nur um die Datenerhebung, sondern auch um ihre Vernetzung untereinander. Daher weist dieses Themenfeld ein enormes Innovationspotenzial auf und lässt sich gut mit weiteren Maßnahmen verknüpfen, wie (z.B. mit einem digitalen Zwilling (MDi2) und einer Open Data Plattform (MDi3).</p>	
Zielgruppe	Versorgungsunternehmen, Bürgerschaft
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung, Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Flächenabdeckung



Statusbeschreibung

Diese Maßnahme ist aktuell von untergeordneter Wichtigkeit. Ein Prototyp wurde durch die Stadtwerke Konstanz geschaffen und Anwendungsfälle innerhalb einer Testperiode durchgeführt. Die Technologie an sich lässt sich durch die Stadtwerke Konstanz beherrschen und be-treiben (durch SeeConnect und die Internet-Service-provider Lizenz). Aktuell wird diese Maßnahme in Ermangelung konkreter Anwendungsfälle und eines trag-fähigen Business-Cases nicht weiterverfolgt und ist auf „standby“.

Beantwortung: Dr. Norbert Reuter (Stadtwerke Konstanz GmbH)

Anpassungsbedarf



Weiterer Ausbau von öffentlichem WLAN an ausgewählten Standorten (MDi3)

Ziele: Ausbau einer digitalen Infrastruktur (ZDi6), Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1)

An vielen Orten in Konstanz ist es bereits möglich sich kostenlos in „KonstanzWLAN“ einzuloggen. Im Stadtgarten, am Hafen, auf der Marktstätte, dem Bodanplatz, dem Bahnhofplatz und in der Rosgartenstraße finden sich Hot-Spots für schnelle Datenübertragung. Weitere zentrale Orte im Stadtgebiet sollen nun Zug um Zug ergänzt werden, um einen flächendeckenderen Internetzugang zu ermöglichen.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft, Gäste
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Ressourcen/Budget	Stadt, Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Nutzerzahlen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Diese Maßnahme wurde umgesetzt. Auf zahlreichen Plätzen und in Gebäuden ist KonstanzWLAN verfügbar. Der aktuelle Status ist „in Betrieb“. Aktuell stehen umfangreiche Updates sowie ein kompletter Austausch der „Accesspoints“ an – diese nicht unerheblichen Kosten verbleiben aktuell bei den Stadtwerken. Es konnte bislang kein tragfähiges Konzept einer Kostenteilung oder -übernahme entwickelt werden, so dass diese Maßnahme nicht erweitert wird.

Beantwortung: Dr. Norbert Reuter (Stadtwerke Konstanz GmbH)

Anpassungsbedarf



Installation einer digitalen Erlebniswelt für Konstanz (MDi4)

Ziele: Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1), Kommunikation und Aufklärung der Menschen (ZDi5), Konstanz als digitale Marke (ZDi10)

Anmietung eines Anwendungs- und Ausprobierraums für digitale Projekte, Experimente und Anwendungen: Dieser Raum sollte ca. 60-80 qm groß und an zentraler Stelle für alle zugänglich (z.B. Gebäude Sparkasse Bodensee, Marktstätte) platziert sein. Durch die Lage wird gewährleistet, dass auch Laufpublikum den Weg dorthin findet und möglichst viele Menschen angesprochen werden. Unterstützt wird dies durch ein breites Angebotsprogramm für unterschiedliche Zielgruppen, z.B. Schulklassen, Senioren, nicht Technik-affine Personen etc. Im Vordergrund steht die Erlebbarkeit von Digitalisierung, um allen Menschen einen Zugang zu ermöglichen. Die Räumlichkeit dient zur flächendeckenden digitalen Aufklärungsarbeit einer modernen Stadtverwaltung.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft, Digitalwirtschaft, Hochschulen, Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt (ROB)
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Besucherszahl, Feedback



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme wird im Projekt smart green city umgesetzt. Mit der Hussenstraße 13 steht ein Raum für Begegnung zur Verfügung. Damit alle an Smart Green City mitwirken können, werden die digitalen Beteiligungsformate von smart-green-city-konstanz.de hier in die reale Welt übertragen.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Entwicklung eines digitalen Zwillings der Stadt Konstanz (MDi5)

Ziele: Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3), Konstanz als digitaler deutschlandweiter Vorreiter in einem Einzelbereich der Digitalisierung (ZDi11)

Ein digitaler Zwilling ist das virtuelle Abbild einer Stadt auf Basis von Echtzeit-Daten. Dieses ermöglicht z.B. die Erkennung von Korrelationen und möglichen Problemquellen sowie eine schnelle Einleitung von Gegenmaßnahmen, die virtuell simuliert werden können. Denkbare Anwendungen sind z.B. Optimierung von Energieverbräuchen oder Verkehrsflüssen bzw. Parkplatzsituationen. Die Idee stammt ursprünglich aus der unternehmerischen Prozessoptimierung.

Zielgruppe	Stadt, Stadtwerke Konstanz
Verantwortlichkeit	Stadt mit Partnern (Mitglieder AG Digitalisierung)
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Im Rahmen des vom Bund geförderten Programmes Smart Green City wurden 17 Projektideen durch den Gemeinderat und den Fördermittelgeber genehmigt. Darunter sind 7 Projektideen, die konkret auf den Aufbau eines digitalen Zwillings einzahlen: Klimadatenplattform, Energie-Monitoring im Quartier, Solar in der Innenstadt, Smarte LED-Beleuchtung Europabrücke, Umwelt- und Verkehrs-Sensorik, Inklusive Routenplanung im digitalen Zwilling und Schlaue Schulgärten. Im Rahmen der Strategiephase von Smart Green City wurden im Quick-Win-Projekt Klimacockpit bereits 12 Wetterstationen im Stadtgebiet installiert. Diese messen in Echtzeit die Temperatur und relative Luftfeuchtigkeit, den Niederschlag, die Windgeschwindigkeit und -richtung. Die Daten ermöglichen bessere Klimavorhersagen, z.B. zu Hitzezonen und helfen so bei der Stadtplanung. Zudem ermöglichen sie einen zielgenaueren Winterdienst in Zusammenarbeit mit der TBK.

Sitzungsvorlage: 11.01.2024, TUA, HFK, TBA: SV 2023-3902

[Projekte | Smart Green City Konstanz \(smart-green-city-konstanz.de\)](https://www.smart-green-city-konstanz.de)

[Klimacockpit | Smart Green City Konstanz \(smart-green-city-konstanz.de\)](https://www.klimacockpit-smart-green-city-konstanz.de)

Beantwortung: Wilfried Baumgartner (Projekt Smart Green City Konstanz)

Anpassungsbedarf



Open Data Plattform (MDi6)	
Ziele: Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1), Ausbau der digitalen Infrastruktur (ZDi6), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Open Government (ZDi4)	
„Daten sind der Rohstoff des digitalen Zeitalters“ – d.h. die Bedeutung von Daten nimmt stetig zu. Auf einer Open Data Plattform werden vielfältige Daten in maschinenlesbarer Form für Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft frei zur Verfügung gestellt und laufend aktualisiert. Die datenschutzkonformen Datensätze (ohne Personenbezug) werden mit den dazugehörigen Metadaten auf einer Plattform in geeigneten Formaten aufbereitet. Die Datensätze sind Grundlage für neue Geschäftsmodelle und Innovationen. Von ihren Weiterentwicklungen kann die gesamte Stadtgesellschaft profitieren bspw. durch mehrwertstiftende Applikationen. Eine städtische Open Data Plattform unterstützt auch die Durchführung von Digitalveranstaltungen wie Hackathons und fördert digitale Initiativen vor Ort. Mit der Einführung einer städtischen Open Data Plattform soll die Basis geschaffen werden für einen gelebten städtischen Datenraum. Die Einführung einer städtischen Open Data Plattform öffnet die Verwaltungskultur und etabliert neue Formen einer intensiveren Zusammenarbeit zwischen einzelnen Bereichen der Stadtverwaltung mit ihren Beteiligungen und zivilen Akteuren einer Stadtgesellschaft.	
Zielgruppe	Verwaltung, Hochschulen, Stadtgesellschaft, Gründende, Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (ROB), Stadtwerke Konstanz, Community
Ressourcen/Budget	Projektmittel Konstanz.digital bzw. Open Data
Laufzeit/Zeitraumen	Ab Herbst 2018
Evaluation	Datenabrufe/Anwendungen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Open Data Plattform wurde als Projekt angelegt und der Aufbau ist erfolgt. Für die Fortführung sind Ressourcen erforderlich. Ab Juni 2024 gelten die die gesetzlichen Vorgaben der EU.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Umsetzung der eGovernment-Strategie und Entwicklung der Verwaltung hin zu Smart Government (MDi7)

Ziel: Open Government (ZDi4)

Mit „Open Government“ wird die Öffnung der Verwaltung zur Bürgerschaft und Wirtschaft beschrieben. Dies bezieht sich sowohl auf freie Daten (siehe Open Data Plattform MDi6) als auch auf eine allgemeine offene Kultur des Denkens und Handelns (offene Quellen, Datentransparenz etc.). Es gilt eine Partizipation und Kollaboration zwischen Kommunalverwaltung und -politik einerseits sowie Bürgerschaft und Wirtschaft & Wissenschaft andererseits zu stärken und als Standard zu etablieren. Auch das Angebot von zeitgemäßen, also digitalen, kommunalen Services (eGovernment) ist in diesem Konzept integriert. Dabei wird die schnellstmögliche Umsetzung von Konstanz. digital, der Digitalstrategie für die Stadtverwaltung, fokussiert. Die Maßnahmen aus der Roadmap¹ sollen weiter dem Ziel einer datengesteuerten, vernetzten Kommunalverwaltung (Smart Government) dienen.

Zielgruppe	Stadtverwaltung, Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (CIO, IT-Steuerer)
Ressourcen/Budget	Konstanz. digital, Projektmittel Digitalisierung, Fördermittel
Laufzeit/Zeitraum	Laufende Maßnahme
Evaluation	Nutzung durch Bürger, Befragung



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Prozess des „Open Government“ ist angelaufen. Im Austausch/Genehmigungsverfahren mit Bund und Land wird z.T. unabdingbar über den Low Code die Plattform auf den Weg gebracht. Weitere Ressourcen sind voraussichtlich notwendig. Für Mai hat das Amt für Digit/IT eine Sitzungsvorlage angekündigt.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



¹ <http://www.konstanz.sitzung-online.de/bi/vo020.asp?VOLFDNR=1002204>

Datenschutz-konforme Server- und Cloudlösungen für Firmen durch Stadtwerke Konstanz (MDi8)

Ziel: Ausbau der digitalen Infrastruktur (ZDi6)

Die Stadtwerke Konstanz bieten in ihrem Rechenzentrum bereits Speicher- und Cloudlösungen für Unternehmen an. Durch rasant ansteigende Datenmengen werden bestehende unternehmerische Kapazitäten zunehmend ausgelastet. Um dieser Problematik entgegenzuwirken sollen sicherheitszertifizierte Server- und Cloudlösungen durch die Stadtwerke Konstanz zur Verfügung gestellt werden.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Nachfrage



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Diese Maßnahme ist aktuell und für den Standort Konstanz aus Gründen der Datenhoheit wie auch aus Umweltaspekten wichtig. Der aktuelle Stand der Maßnahme ist, dass Stellfläche wie auch Basisplattformen angeboten werden – auf den gleichen Systemen, die die Stadtwerke selbst nutzt. Durch die Marktmacht der großen Cloudanbieter wie Microsoft oder Amazon wird die Stadtwerke Konstanz das Segment von einzelnen virtuellen Servern oder Cloudspace nicht bedienen, sondern sich auf lokale und regionale Aspekte im Bereich den kritischen Infra-struktur, der Synergien mit der Datenerzeugung und -haltung konzentrieren. Ziel hierbei ist, die Infrastruktur, die die Stadtwerke selbst benötigt, anderen Kunden oder den städtischen Einrichtungen bei Interesse anzubieten.

Beantwortung: Dr. Norbert Reuter (Stadtwerke Konstanz)

Anpassungsbedarf



Aufbau eines Fördermittelmanagements für digitale Projekte (MDi9)

Ziele: Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)

Die digitale Transformation führt dazu, dass auf politischen Ebenen verstärkt (EU, Bundes- und Landesministerien) Gelder für Digitalstrategien und Projekte zur Verfügung gestellt werden. Um hiervon profitieren zu können, ist ein gezieltes Fördermittelmanagement aufzubauen. Förderprogramme müssen gesichtet, Kriterien und Fördertatbestände geprüft und mit unterschiedlichen Interessen innerhalb der Stadt abgeglichen werden. Auch für die Koordination und Konzeptentwicklung von Förderanträgen bedarf es eines zentralen Ansprechpartners.

Zielgruppe	Stadt, Stadtwerke Konstanz, Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt (ROB Koordinierungsstelle Digitalisierung)
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Einwerbung von Fördermitteln, Projektumsetzung



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Das Thema ist zu überprüfen und neu zu definieren.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Bereitstellung von Räumlichkeiten für Digitale Initiativen wie IT-Kids, Hackerspaces etc. (MDi10)

Ziel: Konstanz muss für Fachkräfte attraktiv werden (ZDi2), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)

Um Digitalisierung für die Bürgerinnen und Bürger verständlich und erlebbar zu machen, ist die Schaffung von Treffpunkten und Freiräumen zum Tüfteln und Ausprobieren notwendig. Im Gegenzug können Initiativen der Stadtgesellschaft ihr Know-how im Bereich der Digitalisierung anbieten. Der Wissens- und Erfahrungsaustausch und die Begeisterung und Sensibilisierung der Menschen für Innovationen und technischen Fortschritt wird in diesen Räumlichkeiten gelebt. Die Initiativen sind bereits in Konstanz aktiv, ihnen fehlt es aufgrund der Raumsituation zunehmend an Möglichkeiten, wo sie tätig werden können. Zukünftig wird das Konstanzer Innovationsareal zu einer der Anlaufstellen der Digitalinitiativen werden. Damit ist das Raumproblem gemildert, jedoch nicht langfristig gelöst.

Zielgruppe	Interessierte, Digitale Initiativen und deren Zielgruppen
Verantwortlichkeit	Stadt
Ressourcen/Budget	Digitale Initiativen, Stadt
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Nutzungsangebot



Statusbeschreibung

Die Maßnahme wird im Projekt „Smart Green City Konstanz“ umgesetzt. Mit der Hussenstraße 13 steht ein Raum für Begegnung zur Verfügung. Damit alle an Smart Green City mitwirken können, werden die digitalen Beteiligungsformate von smart-green-city-konstanz.de hier in die reale Welt übertragen. Des Weiteren bietet das Netzwerk CyberLago diverse Veranstaltungen wie zum Beispiel den jährlichen Hackathon oder die CyberFestspiele an.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Konzept zur Umsetzung autonom fahrender Busse (MDi11)

Ziele: Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1), Konstanz als digitale Marke (ZDi10), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)

Ein autonom fahrender Bus soll – neben seinem Beitrag zur Stärkung des ÖPNV in der City – zum Vertrauensaufbau gegenüber modernen Technologien dienen und Digitalisierung im Alltag erlebbar machen. Ein erster Schritt auf dem Weg zur zukünftigen Mobilität wäre die Erprobung und Ausweisung einer Teststrecke. Hierfür bedarf es eines ganzheitlichen Konzeptes, das die infrastrukturellen, rechtlichen und politischen Voraussetzungen darlegt und potenzielle Partner einbindet.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung, Stadtwerke Konstanz, Fördermittel
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Akzeptanz

**Statusbeschreibung**

Autonome Busse fungieren bisher rein als Tourismus-Attraktionen. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für fahrerlose Busse sind noch nicht ausreichend definiert, sodass eine Konzepterstellung dieser vorgreifen würde. Autonome Beförderungsmittel funktionieren zudem bisher nur in geschlossenen Systemen bzw. Netzen: z.B. U-Bahn/S-Bahn oder in eigenem Straßennetz etc.

Zusammen mit der Stadt Kreuzlingen, der Mainau GmbH, der Energieagentur und potenziellen Fahrzeugherstellern wurden Trassen entwickelt, die für einen autonomen Bus infrage kommen. Dies ist die Strecke vom Mainauparkplatz zum Parkplatz Gärtnerturn sowie die Kreuzlinger Seestraße über die Grenze zur Konstanzer Hafenstraße. Neben den rechtlichen Rahmenbedingungen ist auch der Finanzbedarf noch unbekannt. Ein Businessplan ist derzeit nicht erstellbar.

Beantwortung: Stephan Fischer (Amt für Stadtplanung und Umwelt, Leitung Mobilität)

Anpassungsbedarf

Großveranstaltung der Digitalwirtschaft (MDi12)	
Ziele: Konstanz als Digitalstandort in der Region und vor Ort sichtbar machen (ZDi1), Konstanz muss für Fachkräfte attraktiv werden (ZDi2)	
Es wird eine jährliche Großveranstaltung in Konstanz für die regionale Digitalwirtschaft als Vernetzungsplattform und Standortmarketing-Event geplant, um einen unternehmensübergreifenden Erfahrungsaustausch zu ermöglichen und damit die regionale Digitalwirtschaft zu stärken.	
Zielgruppe	Firmen der Digitalwirtschaft, interessierte Unternehmen in der Region
Verantwortlichkeit	cyberLAGO
Ressourcen/Budget	cyberLAGO
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Teilnehmerzahl, Feedback



Statusbeschreibung

Die cyberFESTSPIELE haben am 14.03.2024 erstmals stattgefunden und wurden sehr gut angenommen. Eine mögliche Fortsetzung wird erst in zwei Jahren gesehen. Für Professionals hat sich der HACK AND HARVEST Hackathon als jährliches Großevent etabliert.

Beantwortung: Tobias Fauth (cyberLAGO)

Anpassungsbedarf



Weitere Projektideen für die digitale Stadtentwicklung

Digitale Stadtplanung (MDi13)

Ziele: Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3), Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7)

Durch digitale Anwendungen in Stadtplanungs- und Stadtentwicklungsprozessen wird deren Durchführung langfristig vereinfacht werden. Die Nutzung von digitalen Möglichkeiten wie 3D-Modellierung, digitaler Zwilling etc. wird angestrebt, um die Planungs- und Beteiligungsprozesse anschaulicher zu machen und zu optimieren. Zukünftige Planungen werden visuell aufbereitet und damit transparenter, Verkehrsflüsse und Energiebedarfe können simuliert und entsprechend überprüft werden.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU, ALG-GIS)



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die digitale Stadtplanung befindet sich im Aufbau.

Beantwortung: Martin Kratz (Amt für Stadtplanung und Umwelt)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Entwicklung von smarten Quartieren (MDi14)	
Ziele: Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10), Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)	
Für Bereiche wie Verkehr, Energie und Umwelt sollen smarte Lösungen modellhaft in verschiedenen Quartieren entwickelt werden. Dabei sind die Interessen und Bedürfnisse der Anwohnerinnen und Anwohner zentraler Ausgangspunkt eines smarten Quartiers (z.B. Hafner, Christiani-Wiesen).	
Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt, Stadtwerke Konstanz



Statusbeschreibung

Die digitale Stadtplanung befindet sich im Aufbau.

Beantwortung: Martin Kratz (Amt für Stadtplanung und Umwelt)

Anpassungsbedarf



Anwendung von smarten Urban-Growing-Projekten (MDi15)

Ziele: Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Politik und Verwaltung als Vorbilder für Digitalisierung (ZDi6)

Digital und Urban Growing lässt sich miteinander verbinden und bietet neuartige Erlebniswelten der Natur in Verbindung mit der Vermittlung von Wissen. Auf spielerischer Weise wird einer Entfremdung von Natur und Stadtbürgerschaft entgegengewirkt und ein Bewusstsein zur effizienten Nutzung von öffentlichen Freiflächen geschaffen.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
------------	-------------------

Verantwortlichkeit	Stadt mit Partnern
--------------------	--------------------



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Aufgrund von unklarer Zuständigkeit können kein aktueller Stand und keine Statusbeschreibung ermittelt werden. Es ist kein entsprechendes oder ähnliches Projekt innerhalb der Stadtverwaltung bekannt.

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Projektidee aus dem Bereich eGovernment

Installation eines Chief Digital Officers (CDO) (MDi16)	
Ziele: Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (Zdi7), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (Zdi5)	
<p>Die Stadt Konstanz hat bisher nach außen keinen einheitlichen Ansprechpartner zum Themenkomplex Digitalisierung. Nach einstimmiger Fachmeinung ist das Thema Chefsache, weshalb ein Chief Digital Officer (CDO) – ähnlich wie in Unternehmensstrukturen – in der Verwaltung installiert werden sollte. Dieser soll mit Ressourcen, Befugnissen ausgestattet sein und politischen Rückhalt in bereichsübergreifender Koordinierungs- und Umsetzungsfunktion erhalten. Ein Chief Digital Officer treibt alle digitalen Themen in der Stadtverwaltung voran, kommuniziert und trägt die Digitalisierung in die Stadtgesellschaft.</p> <p>Zwischenzeitlich wurde eine Koordinierungsstelle Digitalisierung bei der Stadtverwaltung im Referat des Oberbürgermeisters eingerichtet. Sie hat zum 01.10.2018 die Arbeit aufgenommen.</p>	
Zielgruppe	Stadtgesellschaft, Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt



Statusbeschreibung

Das Amt für Digitalisierung/IT ist das Ergebnis der Maßnahme.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Projektideen zur digitalen Erlebbarkeit der Destination

Virtual Reality Erlebniswelt (MDi17)

Ziele: Unterstützung der Customer-Journey durch digitale Anwendungen und Infrastrukturen (ZDi12), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10)

Virtual-Reality (VR)² ermöglicht es, die Welt mit anderen Augen zu sehen. Durch VR-Brillen können Erlebnisse anhand 3D-Illustrationen oder 360-Grad-Videos erfahren werden. So schafft dieses Medium die Voraussetzung für viele neue Bereiche wie etwa virtuelle Stadtrundgänge zu Zeiten des Konzils. Die Erlebniswelt steht offen für Interessierte und Touristen und gibt die Möglichkeit, Digitalisierung erlebbar zu machen und die Berührungängste zu neuen Technologien zu verringern. Verortet werden könnte dieses Angebot bspw. in der digitalen Erlebniswelt (MDi4).

Zielgruppe	Touristen, Interessierte
------------	--------------------------

Verantwortlichkeit	MTK
--------------------	-----



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme wurde wegen der Pandemie und aufgrund von Personalwechsel lange nicht weiterverfolgt. Im Februar gab es ein erstes Gespräch zwischen der MTK und CyberLago in Bezug auf eine mögliche Aufnahme des Projektes.

Beantwortung: Tobias Fauth (cyberLAGO)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig



Mittel

Hoch

² Virtual Reality bedeutet, dass eine rein virtuelle Umgebung geschaffen wird. Durch sog. VR-Brillen fühlt sich der Betrachter in eine völlig andere Welt versetzt.

Augmented-Reality-Stadtführungen und -Sightseeing (MDi18)	
Ziele: Unterstützung der Customer-Journey durch digitale Anwendungen und Infrastrukturen (ZDi12), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10)	
<p>Augmented Reality (AR) schlägt eine Brücke zwischen der digitalen und realen Welt. Durch die Augmented Reality Technologie sind wir in der Lage, auf Informationen – wie Orte, Personen, Produkte etc. – in einer neuen Art und Weise zuzugreifen. Ergänzend zum realen Sehen können zusätzliche Informationen zugespielt werden z.B. durch virtuelle Einblendung auf Scheiben oder Brillengläser. Es wird ein zusätzlicher Nutzen für den Anwender geschaffen, der für viele Bereiche eingesetzt werden kann (Shopping in Konstanz, Geschichte von Konstanz etc.).</p> <p>Durch die Umsetzung kommen viele Menschen mit dieser digitalen und bereits etablierten Technologie in Berührung und können so ihre eigenen Erfahrungen damit sammeln.</p>	
Zielgruppe	Touristen, Interessierte
Verantwortlichkeit	MTK



Statusbeschreibung

Es gibt bei der MTK erste Ansätze dieses Angebot über ein Start-Up in Kombination mit Fördermitteln zu schaffen. Allerdings sind aktuell keine expliziten Ressourcen verfügbar, um die Maßnahme neben den Pflichtaufgaben verfolgen zu können.

Beantwortung: Philipp Weltin (Marketing und Tourismus Konstanz GmbH)

Anpassungsbedarf



Projektideen zur digitalen Bildung

Digitales Verwaltungssystem „Bildungskosmos“ (MDi19)

Ziele: Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10), Konstanz als deutschlandweiter Vorreiter in einem Einzelbereich der Digitalisierung (ZDi11)

Entwicklung eines einheitlichen, digitalen Verwaltungssystems „Bildungskosmos“: Diese Plattform soll den Bürgern und Bürgerinnen ermöglichen, Verwaltungsservices aus dem Bereich der Bildung einfacher und schneller zu nutzen. Zu den Anwendungsbereichen sollten KiTa- und Schulanmeldungen, Formulare und Dokumente zum Schulwechsel, Zeugnisausgabe oder die Suche nach Praktika und Ausbildungsstellen zählen.

Zielgruppe	Eltern, Schüler, Schulabgänger
------------	--------------------------------

Verantwortlichkeit	Stadt geht als Vorreiter auf das Land zu, da dies landesweit umgesetzt werden muss
--------------------	--



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Zuständigkeiten sind hier breit gestreut. Eine Weiterverfolgung dieser Maßnahme setzt enge Abstimmung mit den zuständigen Stellen voraus. Online-Schulanmeldung sind im weiterführenden Schulbereich möglich. Zeugnisse liegen in der Zuständigkeit der Schulen/des Landes. Eine digitale Verknüpfung ist derzeit nicht absehbar. Das Land arbeitet immer noch an einer einheitlichen Bildungsplattform, auch digitale Lehrerarbeitsplätze sind erst in Vorbereitung. Eine städtische Lösung sollte an eine Landeslösung angedockt werden (Zuständigkeit).

Beantwortung: Frank Schädler (Amt für Bildung und Sport)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Digitale Ausstattung von Bildungseinrichtungen (MDi20)	
Ziele: Stärkung der Vernetzung an den Hochschulen (ZDi9), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)	
Die lokalen Bildungseinrichtungen benötigen eine moderne, digitale Ausstattung unter Berücksichtigung der unterschiedlichen pädagogischen Konzepte für die verschiedenen Zielgruppen (Schüler, Jugendliche, Erwachsene, Senioren). Eine zeitgemäße Ausstattung mit modernen Technologien ist die Voraussetzung für das Erlernen von digitalen Kompetenzen sowie die Gewöhnung an Digitalisierung.	
Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt, Schulen, Hochschulen, Träger von Erwachsenenbildung



Statusbeschreibung

Durch den Digitalpakt sind die allgemeinbildenden Schulen inzwischen zeitgemäß mit digitaler Hardware ausgestattet und damit weitestgehend abgeschlossen. Die Hochschulen sind auch sehr weit, aber im Bereich der weiteren Erwachsenenbildung gibt es sicher noch Defizite.

Beantwortung: Frank Schädler (Amt für Bildung und Sport)

Anpassungsbedarf



Konzept zur außerschulischen, digitalen Bildung (MDi21)

Ziel: Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)

Entwicklung eines Konzepts zur Verbreitung von digitaler Bildung in allen Bereichen der Gesellschaft: Die digitale Bildung jenseits der Schulen setzt ein strategisches Vorgehen voraus, um allen Menschen den Zugang zu digitalen Technologien zu ermöglichen. Digitales Know-how über die PC-Welt hinaus erfordert neue, zielgruppenangepasste Vermittlungsformen und Formate. Es braucht eine strategische digitale Aufklärungsarbeit für die gesamte Stadtgesellschaft.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft/Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt, Träger der Erwachsenenbildung



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Hierbei handelt es sich um eine Aufgabe vieler unterschiedlicher Bildungspartner. Mangels Zugriffes können wir keine Aussage hierzu treffen. Wichtig wäre eine Koordinierungsstelle zu definieren.

Beantwortung: Frank Schädler (Amt für Bildung und Sport)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Vernetzung von Unternehmensgründungen, Wirtschaft und Wissenschaft

Maßnahmen.....	27
Konstanzer Innovationsareal (MG1)	27
Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz „GIB Konstanz“ (MG2).....	28
Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „come together“ (MG3)	29
Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „work together“ (MG4)	30
Vernetzungsformat „stay together“ (MG5).....	31
Entwicklung eines neuen Netzwerkes Design & Medienwirtschaft (MG6)	32
TZK Lab – Laborflächen für Gründende (MG7)	33
Zugang zu Fremdkapital (MG8)	34
Zugang zu Eigenkapital (MG9)	35
Gemeinschaftsmessestände VLRB zur Markterschließung (MG10)	36
Klare Positionierung von Konstanz als Gründungs- und Innovationsstandort (MG11).....	37
Installation einer einheitlichen digitalen Informationsplattform für und über die Region (als erste Anlaufstelle im Internet) (MG12)	38
Standortbroschüre Vierländerregion Bodensee (VLRB) (MG13).....	39
Projektidee für den regionalen Austausch.....	40
Wirtschaftskonzil/-symposium (MG14).....	40

Maßnahmen

Konstanzer Innovationsareal (MG1)	
Ziel: Ausbau, Verbesserung und bessere Koordination der Gründungs- und Innovationsangebote (ZG1)	
Das Konstanzer Innovationsareal verbindet die Bedürfnisse von Gründungsinteressierten, Gründenden und Jungunternehmen mit dem Innovationsbedürfnis etablierter Unternehmen sowie der Konstanzer Kreativwirtschaft. Es beherbergt das Technologiezentrum Konstanz (TZK), Co-Working Angebote und ein Innovationslabor, welches insbesondere den Bau von Prototypen ermöglicht. Darüber hinaus beschleunigt das „ServiceLab-Bodensee“ Dienstleistungsgründungen auf dem Weg zum erfolgreichen Markteintritt. Auf dem Konstanzer Innovationsareal werden die Gründungs- und Innovationsressourcen möglichst vieler öffentlicher und privater Akteure gebündelt.	
Zielgruppe	Gründungsinteressierte, Gründende, Jungunternehmen, innovierende Unternehmen, Hochschulen und Kreative
Verantwortlichkeit	WF/TZK
Ressourcen/Budget	siehe GR-Entscheide 17.05./19.07.2018 und Kreistagsentscheid 23.07.2018 und IHK-Vollversammlung 24.07.2018
Laufzeit/Zeitraumen	>15 Jahren
Evaluation	Nach Inbetriebnahme 2019/2020



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

- 01.06.2021: Standort- und Betreiberwechsel Gründungszentrum (TZK)
- 01.10.2021: Start Dachmarke farm
- 16.10.2023: Eröffnung innolab bodensee

farm ist in der Kommunikation Anlaufstelle für Gründung & Innovation.

Mit dem „ServiceLab“ war ein Acceleratorprogramm gemeint, wofür keine Förderung erhalten wurde. Daher ist dieser Teil nicht umgesetzt. Über den TZK e.V. bzw. farm e.V. wurde kürzlich ein erster Schritt mit dem Intensivberatungsprogramm „Sproutbox“ gestartet, die Pilotphase läuft von Jan-Mai 2024.

Ein eigenes Co-Working-Angebot gibt es auf dem Areal derzeit nicht.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung – farm)

Wichtig ist die Weiterentwicklung. Schwerpunkte zu definieren und ein Accelerator-Programm in diesen Bereichen aufzubauen.

Beantwortung: Tobias Fauth (cyberLAGO)

Anpassungsbedarf



Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz „GIB Konstanz“ (MG2)	
Ziel: Ausbau, Verbesserung und bessere Koordination der Gründungs- und Innovationsangebote (ZG1)	
Aufgaben, die einer zentralen Anlaufstelle zugeordnet werden: <ul style="list-style-type: none"> • Orientierung und Vermittlung im Anbieterdschungel für Gründende (u.a. „Laufzettel“, d.h. Übersicht, wer für was in welcher Phase Unterstützung bietet) • Transparenz und Übersicht über bestehende Angebote • Ansprechpartner und Koordination Gründernetzwerk, Gründungsinstitutionen und Termine bzw. Angebote • Koordinierung und Zusammenfassung der bestehenden Informationsangebote für Gründungsinteressierte bzw. willige • Erstanlaufstelle bei Finanzierungsthemen (Fördermöglichkeiten, Eigenkapital-Bedarf bei wachsenden Unternehmen, Ansprechpartner für Investitionsinteressierte) • Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Hochschulen, Unternehmen und Jungunternehmen Das GIB ist Bestandteil des Gesamtkonzeptes zum Konstanzer Innovationsareal.	
Zielgruppe	Gründungswillige., Gründende, wachsende und innovierende Unternehmen, Hochschulen, private und öffentliche Gründungsinstitutionen
Verantwortlichkeit	TZK/WF
Ressourcen/Budget	entsprechend GR-Beschluss vom 17.05.2018, Konzept Konstanzer Innovationsareal
Laufzeit/Zeitraumen	Unbefristet ab 2019
Evaluation	Stärkere Transparenz der Angebote, Laufzettel im Anbieterdschungel



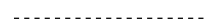
Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Eine Zentrale Ansprechperson für das Gründernetzwerk wurde durch eine teilgeförderte Stelle bei der Stadt „Startup- und Gründungsmanager:in“ von Febr. 2020 bis Jan. 2022 gestellt. Aufgrund nicht erfolgter Entfristung ist die Stelle ersatzlos entfallen. Zur Erhaltung des Status-quo hat die WF/farm Technologiezentrum die Aufgaben übernommen. Das Gründungsservicebüro ist im farm TZ vorhanden, eingerichtet und wird zweckentsprechend genutzt.

TZK e.V./farm e.V. hat Beschlusslage, die fehlende Ansprechperson für Gründung & Innovation zu besetzen. Ohne eine hierfür geschaffene Stelle kann der Themenbereich nicht weiterentwickelt werden.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung – farm)

Anpassungsbedarf



Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „come together“ (MG3)

Ziel: Etablierte Unternehmen sind Teil des Ökosystems (ZG2)

Schaffung und Ausbau von niederschweligen Austausch- und Begegnungsformaten für etablierte Unternehmen und Startups, z.B. Events, die exklusiv das Management von Unternehmen und Startups zusammenführen, oder Mentoring fördern bspw. durch Initiative „Unternehmer für Gründer“, Netzwerke etc.

Zielgruppe	Etablierte Unternehmen und Startups
Verantwortlichkeit	Initiative „Unternehmer für Gründer“, Startup Netzwerk Bodensee, BSM
Ressourcen/Budget	25%-Stelle + Sachkosten
Laufzeit/Zeitraumen	Schnellstmöglich, dauerhaft
Evaluation	2-4 Veranstaltungen pro Jahr



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die „Unternehmer für Gründer“ haben 2022 einen Verein gegründet und haben verschiedene Austausch- und Begegnungsformate geschaffen, u.a. das Mindelsee-Stipendium. Die Unternehmer für Gründer begleiten als Mentoren StartUps.

Die BSM wurde zwischenzeitlich in eine andere Struktur und mit anderen Aufgaben beauftragt.

Beantwortung: Beate Behrens (Leitung Wirtschaftsförderung und Beirat UfG)

Anpassungsbedarf



Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „work together“ (MG4)	
Ziel: Etablierte Unternehmen sind Teil des Ökosystems (ZG2)	
Startup Challenge/Bootcamp werden von Corporates initiiert und finanziert. Gewachsene Startups arbeiten mit Corporates an Lösungsansätzen als Basis für eine spätere Zusammenarbeit.	
Zielgruppe	Etablierte Unternehmen und Startups in späteren Phasen
Verantwortlichkeit	Initiative „Unternehmer für Gründer“, Institut für Strategische Innovation und Technologiemanagement IST der HTWG, Startup Netzwerk Bodensee
Ressourcen/Budget	30%-Stelle + Sachkosten
Laufzeit/Zeitraumen	Ab Start immer
Evaluation	2 Veranstaltungen pro Jahr



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Ein Format, das der Maßnahme im beschriebenen Umfang ähnelt, ist der „Hackathon“ von cyberLAGO. Dieser wird seit einigen Jahren erfolgreich jährlich durchgeführt.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Vernetzungsformat „stay together“ (MG5)

Ziel: Etablierte Unternehmen sind Teil des Ökosystems (ZG2)

Innerhalb des Konstanzer Innovationsareals gibt es die Möglichkeit für Corporates als Full-Service Paket ihre Teams einzumieten (Räumlichkeiten, Coaching, Netzwerkevents, Mentoring etc.).

Zielgruppe	Etablierte Unternehmen
Verantwortlichkeit	Konstanzer Innovationsareal, TZK, Co-Working-Betreiber
Ressourcen/Budget	privatwirtschaftlicher Betrieb innerhalb des Co-Working-Bereichs
Laufzeit/Zeitraumen	Ab Start immer
Evaluation	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Wirtschaftsförderung unterstützt im Bedarfsfall Firmen auf der Suche nach individuellen Lösungen bei der Raumsuche.

Aufgrund der USt-Thematik der Stadt kann im Regiebetrieb farm Technologiezentrum eine Einmietung von Teams nur unter bestimmten Rahmenbedingungen erfolgen. Für etablierte Firmen ist die Anmietung in der Regel nur un-gefördert durchführbar.

Mit der Eröffnung des innolab Bodensee entsteht gerade eine neue Fläche für Veranstaltungen. Langfristig soll ein Teil der Shedhalle für dieses Vernetzungsformat zur Verfügung stehen.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung) und Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Entwicklung eines neuen Netzwerkes Design & Medienwirtschaft (MG6)	
Ziel: Initiative und Aufbau neuer Netzwerke in den Stärkefeldern des Standortes (ZG8)	
Die Standortanalyse im Prozess des Handlungsprogramms Wirtschaft hat in dem Bereich Medien & Design eine latentes Stärkefeld identifiziert, das neben steigenden Beschäftigungszahlen auch eine wichtige Querschnittskompetenz aufweist und daher aufgebaut werden sollte. ³ In diesem Branchenbereich gibt es überproportional viele gute Akteure, die durch eine Vernetzung untereinander nicht nur den Standort, sondern insbesondere ihrer Branche Innovationen zuführen und stärken würden.	
Zielgruppe	alle regional ansässigen Firmen aus den Bereichen Medien, Design, Kommunikation
Verantwortlichkeit	Initiative durch WF
Ressourcen/Budget	WF
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Aufbau Netzwerk



Statusbeschreibung

Die Maßnahme wurde bereits 2019 abgesetzt, weil es zu viele Schnittmengen mit den vorhandenen Lago-Netzwerken gab, die mit der Neugründung eines weiteren Netzwerkes geschwächt worden wären.

Aktuell baut der Landkreis Konstanz ein Kunst- und Kreativnetzwerk „Bodensee.Kreativ“ auf. Hier ist die Abgrenzung zu den Lagos stärker vorgenommen als es bei dem ursprünglich angedachten Mediennetzwerk gewesen wäre.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung), Tobias Fauth (cyberLAGO)

Anpassungsbedarf



³ Siehe auch Handlungsprogramm Wirtschaft 2030, Kapitel 5.1 „Definition der Konstanzer Stärkefelder“

TZK Lab – Laborflächen für Gründende (MG7)

Ziel: Ausbau, Verbesserung und bessere Koordination der Gründungs- und Innovationsangebote (ZG1)

Da das TZK selbst auf dem Konstanzer Innovationsareal keine spezialisierten Laborflächen für Gründungen zur Verfügung stellen kann, könnte die Anmietung von solchen Flächen durch Gründungsunternehmen auf dem Campus Konstanz befristet finanziell unterstützt werden (Prüfauftrag bzgl. Beihilfeproblematik).

Zielgruppe	Gründende in Gesundheitsindustrie bzw. mit Laborbedarf
Verantwortlichkeit	WF, TZK
Ressourcen/Budget	n.n., abhängig vom Bedarf an Mietflächen, Grad der Vergünstigung sowie Kosten-Prüfauftrag
Laufzeit/Zeitraumen	Mittelfristig, nach Prüfergebnis – abhängig auch von tatsächlichen Möglichkeiten auf dem Konstanzer Innovationsareal
Evaluation	Nach Inbetriebnahme eines „TZK Labs“, ggf. auch durch andere Partner



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Das innolab bodensee hat mit der Laborausstattung den Grundstein für das LifeScienceLab geschaffen. Auf The Plant soll das Labor dauerhaft für Start-Ups niederschwellig nutzbar sein. Über BioLago erfahren die Jungfirmen kompetente Begleitung und pragmatische Lösungen. Laborflächen sind in Konstanz sehr begrenzt. Wieviel Bedarf vorhanden und weiter ausgebaut werden sollte, ist dringend zu ermitteln.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Zugang zu Fremdkapital (MG8)	
Ziel: Einfacher Zugang zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten und kompetenten Ansprechpartnern (ZG3)	
Schaffung einer Informationsplattform: Das Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz (GIB) (MG3) ist Erst- und Basisinformationsgeber zu Finanzierungsangeboten und -möglichkeiten am Standort Konstanz für Gründende und Startups in frühen Phasen und Vermittler zu regionalen Experten. Eine Informationsplattform ist eines der Instrumente des GIB.	
Zielgruppe	Gründende und Startups in frühen Phasen
Verantwortlichkeit	GIB, Wirtschaftskammern, WF Landkreis, Bodensee Standortmarketing (BSM)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Immer
Evaluation	Vorhandensein Informationsplattform



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Thematik sehr wichtig und dringend. Durch den Wegfall der Stelle Startup-/Gründungsmanagement ist bislang kein Aufbau einer solchen Plattform erfolgt, wohl aber eine Bearbeitung der Thematik.

Es gibt keine explizite Plattform, aber eine für 2024/2025 geplante Entwicklung auf der farm-Homepage. Seit 2023 erfolgt der Aufbau eines Investorennetzwerks über das Gründungsnetzwerk (GNK) farm. Letzteres wird koordiniert über farm TZ, d.h. auch hier Bearbeitung auf Status-quo Niveau.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Zugang zu Eigenkapital (MG9)

Ziel: Einfacher Zugang zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten und kompetenten Ansprechpartnern (ZG3)

Schaffung einer Informationsplattform: Ein lebendiges Gründer-Ökosystem verlangt nach Investitionen in Form von Eigenkapital. Diese werden dann getätigt, wenn das Angebot an attraktiven Startups hoch ist. Ein gutes Angebot steigert die Nachfrage. Die Interessen der Investoren im Hinblick auf Größenordnung, Branche, Produkt etc. sind sehr spezifisch. Daher ist es sinnvoll, den Zugang für Investoren aus Konstanz auf die Region zu erweitern, um das Investitionsmilieu interessanter zu gestalten. Konkret bedeutet das, den Zugang zu Kontakten aus der gesamten Vierländerregion Bodensee herstellen zu können. Hierfür können bestehende Netzwerke wie das Startup Netzwerk Bodensee oder das der Bodensee Standort Marketing GmbH instrumentalisiert werden. Eine erhöhte Nachfrage der Investoren steigert letztlich wiederum das Interesse, am Standort Konstanz zu gründen und sich anzusiedeln.

Zielgruppe	Startups in späten Phasen, private Investoren und Kapitalgeber
Verantwortlichkeit	WF Landkreis, Startup Netzwerk Bodensee, Bodensee Standortmarketing (BSM), Gründungs- und Innovationsbüro (GIB)
Ressourcen/Budget	n.n. Diese Maßnahme geht über den Aufgabenbereich des GIB hinaus. Struktur und Form des Zugangs sind daher in Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren (z.B. BSM, Startup Netzwerk Bodensee) zu definieren.
Laufzeit/Zeitraumen	Immer
Evaluation	n.n.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Thematik ist sehr wichtig und dringend. Durch den Wegfall der Stelle Startup-/Gründungsmanagement ist kein Aufbau einer solchen Plattform möglich, wohl aber eine Bearbeitung der Thematik.

Es gibt keine explizite Plattform, aber eine für 2024/2025 geplante Entwicklung der farm-Homepage. Seit 2023 erfolgt der Aufbau eines Investorennetzwerks über das Gründungsnetzwerk (GNK) farm. Letzteres wird koordiniert über farm TZ, d.h. auch hier Bearbeitung auf Status-quo Niveau.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Gemeinschaftsmessestände VLRB zur Markterschließung (MG10)

Ziel: Unterstützung von Jungunternehmen bei der Erschließung regionaler und überregionaler Märkte (ZG6)

Die BSM realisiert verschiedene Gemeinschaftsmessestände der Vierländerregion Bodensee (VLRB) auf fachspezifischen Messen, um vor allem klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU) eine kostengünstige Messebeteiligung zu ermöglichen (z.B. CEBIT/Digitalisierung, MEDICA & ARAB HEALTH/Gesundheit, EXPO REAL & MIPIM/Immobilien und Investitionen). Diese Angebote können zum einen Jungunternehmen in späten Phasen zugänglich gemacht werden. Zum anderen kann der Aspekt "Gründen am Bodensee" in der Messegestaltung positioniert werden.

Zielgruppe	Jungunternehmen in späten Phasen
Verantwortlichkeit	BSM
Ressourcen/Budget	Koordinierende Projektstelle im Rahmen der überregionalen Wirtschaftsförderung und Zuschüsse beteiligter Teilregionen, um Auftakt eines neu initiierten Messestandes qualitativ hochwertig umsetzen zu können.
Laufzeit/Zeitraumen	Abhängig von Projektkoordination
Evaluation	Umsetzung gemeinsamer Messeauftritte für Jungunternehmen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Durch die Neustrukturierung der BSM ist diese Maßnahme neu zu überdenken. Aktuell wird sie daher nicht umgesetzt.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Klare Positionierung von Konstanz als Gründungs- und Innovationsstandort (MG11)

Ziel: Entwicklung/Einbettung der Gründungsaktivitäten in eine Regionalstrategie (ZG4)

Die bestehende Regionen Marke Vierländerregion Bodensee (VLRB) befindet sich im Hinblick auf die Weiterführung ab dem Jahr 2019 in einem Strategieprozess zur Neuausrichtung. Im Rahmen der Neuausrichtung soll eine strategische Lauftrichtung für die Regionen Marke mit klarer Fokussierung der Zielgruppen und Handlungsfelder erfolgen. Die Verzahnung mit dem aktuellen Strategieprozess der IBK Kommission Wirtschaft und ggf. mit dem separat laufenden Entwicklungsprozess im Tourismus ist denkbar. Um ein einheitliches Gesicht nach innen und außen zu wahren, ist es sinnvoll die Standortmarketing-Maßnahmen der Stadt Konstanz im Bereich Gründung & Vernetzung in diese be-/entstehende Regionalstrategie einzubetten und über ein entsprechendes Storytelling mit Leuchtturm-Charakter (Qualität & Exzellenz) regional wie überregional nach innen und außen zu tragen. Die Vermarktung auf regionaler und überregionaler Ebene ist durch eine zentrale PR- & Öffentlichkeitsarbeits-Stelle im Rahmen der bestehenden überregionalen Wirtschaftsförderung zu realisieren. Konstanz soll sich als Qualitätsmarke für Gründung & Innovation etablieren.

Zielgruppe	regionale und überregionale Startups, Unternehmen und Investoren
Verantwortlichkeit	BSM, MTK
Ressourcen/Budget	Im Aufgabenbereich BSM, MTK
Laufzeit/Zeitraumen	immer
Evaluation	Einbettung in eine Regionalstrategie: Positionierung des Gründerstandorts Konstanz im nationalen und internationalen Wettbewerb der Regionen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Strategieprozess wurde durch die BSM 2021 durchgeführt. Die Marke VLRB wird von der BSM mit neuen Gesellschaftern weitergeführt.

Das Standortmarketing Konstanz und des Bodensees für Gründung & Innovation ist nach wie vor sehr wichtig. Die Entwicklung und Etablierung der Dachmarke farm für die Themen Gründung & Innovation läuft bisher nur lokal in Konstanz. Die BSM sollte die überregionale Vermarktung übernehmen. Durch die Neustrukturierung ist die Umsetzung gestoppt. Die Marke „Vierländerregion Bodensee“ spielt keine wesentliche Rolle für den Gründungs- und Innovationsstandort. Der Austausch mit den Akteuren ist ein laufender Prozess. Strategieprozesse bedürfen eines ständigen Abgleichs mit dem bisherigem Standortmarketing der MTK und der Marke farm.

Beantwortung: Christina Groll (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Installation einer einheitlichen digitalen Informationsplattform für und über die Region (als erste Anlaufstelle im Internet) (MG12)

Ziel: Entwicklung/Einbettung der Gründungsaktivitäten in eine Regionalstrategie (ZG4)

Der Standort Guide Bodensee (digitale Plattform der BSM) soll eine erste Übersicht über Angebote in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) geben. Bisher gibt es diese Plattform nur zum Themenschwerpunkt „Immobilien & Investitionen“ im Rahmen des Gemeinschaftsmesseauftrittes der VLRB bei der Immobilienmesse EXPO REAL. Es wäre denkbar, diesen Guide als Webseite der überregionalen Wirtschaftsförderung im Gesamtkonzept einzubetten und neben weiteren für die Wirtschaft relevanten Bereichen auch um den Schwerpunkt „Gründen & Investieren“ zu ergänzen. Hierbei ist eine Verlinkung zu bestehenden Netzwerken notwendig, die bereits ein entsprechendes Informationsangebot mit regionalem und länderübergreifendem Anspruch aufgebaut haben. Über eine solche Plattform kann der Gründerstandort Konstanz prominent wirken und im regionalen und überregionalen Wettbewerb positioniert werden.

Zielgruppe	Interessierte an der Region sowie im Speziellen an der Gründerszene
Verantwortlichkeit	BSM, MTK
Ressourcen/Budget	Koordinierende Projektstelle im Rahmen der überregionalen Wirtschaftsförderung
Laufzeit/Zeitraumen	immer
Evaluation	Vorhandensein und Nutzungsfrequenz einer einheitlichen digitalen Informationsplattform



Statusbeschreibung

Die Maßnahme wurde als Webseite umgesetzt: <https://www.standort-guide-bodensee.com/de/>. Der vorgesehene Teil „Gründen & Investieren“ ist nicht implementiert. Die Maßnahme muss unabhängig von der BSM neu bewertet werden und ggf. neu ausgearbeitet werden.

Beantwortung: Xaver Haider (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Standortbroschüre Vierländerregion Bodensee (VLRB) (MG13)

Ziel: Entwicklung/Einbettung der Gründungsaktivitäten in eine Regionalstrategie (ZG4)

Die Standortbroschüre der VLRB ist so konzipiert, dass verschiedene Projekte jederzeit in Form eines One-Pagers ergänzt werden können. Nach Neuausrichtung der Regionen Marke und Positionierung des Gründer-Ökosystems Bodensee könnte ein entsprechender One-Pager mit Hinweis auf den Gründerstandort Konstanz ergänzt werden. Die Broschüre kann auch in der eigenen Kommunikation Verwendung finden.

Zielgruppe	Interessierte an der Region sowie im Speziellen an der Gründerszene
Verantwortlichkeit	BSM, MTK
Ressourcen/Budget	Im Rahmen bestehender Projekt-Koordination "Vierländerregion Bodensee"
Laufzeit/Zeitraumen	einmalig bei Neuauflage sowie laufende Aktualisierung
Evaluation	n.n.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Maßnahme muss unabhängig von der BSM neu bewertet werden und neu ausgearbeitet werden.

Beantwortung: Xaver Haider (Wirtschaftsförderung)

„Unbedingt machen, mit der IBK und Clusterinitiativen.“

Beantwortung: Tobias Fauth (cyberLAGO)

Anpassungsbedarf



Projektidee für den regionalen Austausch

Wirtschaftskonzil/-symposium (MG14)	
Ziel: Regionalen Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) vorantreiben (ZG5)	
Angestrebt wird die Weiterführung des Wirtschaftskonzils in kleinerem Rahmen als jährliches Veranstaltungsformat auf regionaler Ebene (z.B. als Vormittags-Event mit anschließendem Lunch). Es sollten maximal 2-3 Themenschwerpunkte bzw. Foren angeboten werden. Vorträge und Referate kommen von Entscheidern, Doktoranden und Vertretern von spannenden Mittelständlern, wobei der Fokus auf dem Aspekt des Netzwerkens liegt. Teilnahmegebühren sind erforderlich, der Auftakt muss qualitativ hochwertig sein. Das Veranstaltungsformat kann rund um den See rotieren.	
Zielgruppe	Unternehmer und Entscheider aus der Vierländerregion Bodensee
Verantwortlichkeit	WF Stadt und Landkreis Konstanz, BSM, MTK



Statusbeschreibung

Das Wirtschaftskonzil hat zwei Mal stattgefunden, war erfolgreich und lief zusammen mit der IBK. Die Maßnahme wird derzeit nicht mehr umgesetzt, was als Verlust angesehen wird. Die Maßnahme würde eine Lücke am Wirtschaftsstandort schließen.

Aktuell wird über ein „StartUp Festival 2025“ nachgedacht. Konzept samt Finanzierung sind noch nicht erarbeitet.

Beantwortung: Christina Groll, Xaver Haider (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Leben und Arbeiten

Maßnahmen.....	42
Bedarfsanalyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung (MLA1+2)	42
Bedarfsanalyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung (MLA1+2)	43
Konkrete Ausarbeitung der KiTa-Bedarfsplanung (MLA3).....	44
Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Kinderbetreuung (MLA4)	45
Konzeptentwicklung Ganztagesbetreuung Schule (MLA5).....	46
Weiterführung der Qualifizierungsangebote für Vereine und Träger (MLA6).....	47
Auswertung der Inanspruchnahme der bisherigen Angebote (MLA7) und Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Marketings (MLA8)	48
Überarbeitung der bestehenden Finanzierung des Ferienprogramms (MLA9)	49
Jährliche Berichterstattung KiTa und Pflege (MLA10).....	50
Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Angehörigenbetreuung (MLA11).....	51
Installation eines Runden Tisches Familiengerechtes Leben & Arbeiten (MLA12)	52
Konzept zur bedarfsgerechten Entwicklung der Freizeitinfrastruktur (MLA13)	53

Maßnahmen

Bedarfsanalyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung (MLA1+2)	
Ziele: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1) und Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2)	
Die Betreuungssituation muss auf den sich ändernden Bedarf eingehen. Daher ist eine vorhergehende Analyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung notwendig. Hierbei werden Raumbedarfe und infrastrukturelle Rahmenbedingungen wie Essensversorgung ebenso berücksichtigt wie die Anforderungen an Flexibilität z.B. durch Abdeckung von Randzeiten oder Notfall-Angeboten. Im KiTa-Bereich ist dies bereits eine laufende Maßnahme, die auf den Schulkind-Bereich erweitert werden muss.	
Zielgruppe	Eltern, Arbeitgeber und Betreuungseinrichtungen
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS und SJA) mit Partnern
Ressourcen/Budget	Mittelbeantragung im städtischen Haushalt über die Fachämter
Laufzeit/Zeitraumen	Schulen: 2019/2020, KiTa: laufende Maßnahme
Evaluation	Ergebnisse der Bedarfsanalyse



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Bund hat ab 2026 einen Rechtsanspruch auf einen Betreuungsplatz in den Grundschulen beschlossen. Entsprechend müssen alle Kommunen erfüllende Betreuungskonzepte umsetzen. Konstanz ist hier auf dem Weg. Bis zum Schuljahr 2026/27 soll das Konzept umgesetzt sein.

Vgl. Sitzungsvorlage 2024-3976

Beantwortung: Frank Schädler (ABS)

Die Maßnahme ist nach wie vor aktuell und wichtig. Eine Bedarfsanalyse ist der erste Schritt in einem Planungskreislauf und endet daher nie. Die aktuelle Bedarfslage wird anhand der Kitavormerkungen ständig aktualisiert. Es werden laufend die benötigten und vorhandenen Kitaplätze in allen Altersgruppen erhoben. In den politischen Gremien erfolgt jährlich im Juni eine Darstellung der aktuellen Bedarfslage.

Beantwortung: Rüdiger Singer (SJA)

Anpassungsbedarf



Bedarfsanalyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung (MLA1+2)

Ziele: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1) und Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2)

Die Betreuungssituation muss auf den sich ändernden Bedarf eingehen. Daher ist eine vorhergehende Analyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung notwendig. Hierbei werden Raumbedarfe und infrastrukturelle Rahmenbedingungen wie Essensversorgung ebenso berücksichtigt wie die Anforderungen an Flexibilität z.B. durch Abdeckung von Randzeiten oder Notfall-Angeboten.

Im KiTa-Bereich ist dies bereits eine laufende Maßnahme, die auf den Schulkind-Bereich erweitert werden muss.

Zielgruppe	Eltern, Arbeitgeber und Betreuungseinrichtungen
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS und SJA) mit Partnern
Ressourcen/Budget	Mittelbeantragung im städtischen Haushalt über die Fachämter
Laufzeit/Zeitraumen	Schulen: 2019/2020, KiTa: laufende Maßnahme
Evaluation	Ergebnisse der Bedarfsanalyse



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Bund hat ab 2026 einen Rechtsanspruch auf einen Betreuungsplatz in den Grundschulen beschlossen. Entsprechend müssen alle Kommunen erfüllende Betreuungskonzepte umsetzen. Konstanz ist hier auf dem Weg. Bis zum Schuljahr 2026/27 soll das Konzept umgesetzt sein.

Vgl. Sitzungsvorlage 2024-3976

Beantwortung: Frank Schädler (ABS)

Die Maßnahme ist nach wie vor aktuell und wichtig. Eine Bedarfsanalyse ist der erste Schritt in einem Planungskreislauf und endet daher nie. Die aktuelle Bedarfslage wird anhand der Kitavormerkungen ständig aktualisiert. Es werden laufend die benötigten und vorhandenen Kitaplätze in allen Altersgruppen erhoben. In den politischen Gremien erfolgt jährlich im Juni eine Darstellung der aktuellen Bedarfslage.

Beantwortung: Rüdiger Singer (SJA)

Anpassungsbedarf



Konkrete Ausarbeitung der KiTa-Bedarfsplanung (MLA3)

Ziel: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1)

Für den aktuellen und zukünftigen Bedarf werden die Planungen konkretisiert, d.h. auch der Bedarf an Flächen und Fachkräften miteinbezogen. Aufgrund der Geburtenentwicklung ist der Bedarf unstrittig und dringend.

Zielgruppe	Eltern und Kinder
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	Mittelbeantragung im städtischen Haushalt
Laufzeit/Zeitraumen	2019/2020
Evaluation	Aufnahme des KiTa-Betriebes



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Aufgrund der nach wie vor hohen Bedarfslage sind noch immer konkrete Umsetzungsschritte nötig. Vieles konnte in der jüngeren Vergangenheit bereits erreicht werden (neue Kita Grenzbach, neue Kita Jungerhalde). Andere Projekte verzögerten sich aufgrund der Krise im Bau und Anwohnerklagen gegen Bauprojekte auf einen nicht näher zu bestimmendem Zeitpunkt. Zur Fachkräftesicherung wurden verschiedene Programme zur Anwerbung und Qualifizierung ausländischer Fachkräfte begonnen. Die konkreten Ausbauschnitte werden im Rahmen der jährlichen Berichterstattung des SJA den Gremien zur Kenntnis gegeben.

Beantwortung: Rüdiger Singer (SJA)

Anpassungsbedarf



Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Kinderbetreuung (MLA4)

Ziel: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1)

Aufgrund des Fachkräftemangels engagieren sich Firmen zunehmend bei der Kinderbetreuung ihrer Mitarbeitenden. Um hier mittel- bis langfristig besser aufgestellt zu sein, ist ein koordinierter Dialog mit den Unternehmen zielführend.

Zur Erläuterung: BetriebsKiTa-Plätze werden von den Firmen mitfinanziert und stehen dadurch der öffentlichen Vergabe nicht zur Verfügung. Ein Betriebszuschuss ist eine finanzielle Unterstützung des Mitarbeitenden unabhängig von der Kinderbetreuungseinrichtung.

Zielgruppe	Unternehmen, Trägereinrichtungen,
Verantwortlichkeit	Stadt (WF)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Nach Bedarf
Evaluation	Ergebnisse der Gespräche fließen in die KiTa-Bedarfsplanung ein.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Mehrere Unternehmen engagieren sich mittlerweile in der Kinderbetreuung. Die Wirtschaftsförderung wird in vielen Gesprächen auf die Notwendigkeit von Kita-Plätzen angesprochen. Es besteht ein Rechtsanspruch der Eltern. Leider zeigt sich auch im Erzieherbereich der Fachkräftemangel.

Beantwortung: Beate Behrens (Leitung WF)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Konzeptentwicklung Ganztagesbetreuung Schule (MLA5)	
Ziel: Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2)	
Um die Ganztagesbetreuung an Konstanzer Schulen, hier insbesondere der Grundschulen, bedarfsgerecht und mit hoher pädagogischer Qualität zu entwickeln, muss zunächst ein entsprechendes Konzept ausgearbeitet werden. Dies kann nur in Zusammenarbeit mit den beteiligten Trägern und unter Einbindung der lokalen Vereine erfolgen.	
Zielgruppe	Eltern, Arbeitgeber und Betreuungseinrichtungen
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS) mit Partnern
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2019/2020
Evaluation	Ergebnisse des Konzeptes liegen vor.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Bund hat ab 2026 einen Rechtsanspruch auf einen Betreuungsplatz in den Grundschulen beschlossen. Entsprechend müssen alle Kommunen erfüllende Betreuungskonzepte erstellen und umsetzen. Das ABS hat ein entsprechendes Konzept erarbeitet. Für die Umsetzung sind finanzielle und personelle Ressourcen bereit zu stellen.

Vgl. Sitzungsvorlage 2024-3976

Beantwortung: Frank Schädler (ABS)

Anpassungsbedarf



Weiterführung der Qualifizierungsangebote für Vereine und Träger (MLA6)

Ziele: Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2) und Stärkung der außerschulischen Organisationsstrukturen (ZLA3)

Eine hohe pädagogische Qualität von Kernzeit- und Ganztagesbetreuung kann nur gewährleistet werden, wenn die Betreuungskräfte zielgruppengerecht unterstützt und geschult werden. Daher werden die vorhandenen Planungstools und Qualifizierungsangebote für Vereine und Träger der bestehenden Betreuungsangebote fortgeführt.

Zielgruppe	Betreuungskräfte
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Siehe MLA 1+2: MLA 6 wurde im gleichen Rahmen umgesetzt.

Beantwortung: Frank Schädler (ABS)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



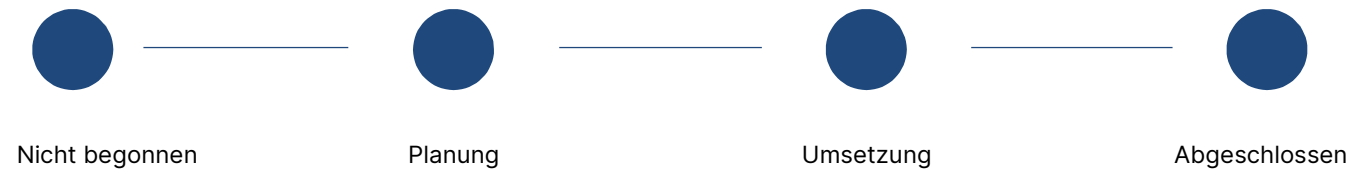
Hoch

Auswertung der Inanspruchnahme der bisherigen Angebote (MLA7) und Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Marketings (MLA8)

Ziel: Optimierung der Inanspruchnahme der Ferienbetreuung (ZLA4)

Die Stadt bietet ein qualitativ anspruchsvolles Ferienprogramm für Schulkinder, das nicht ausgebucht ist. Gleichzeitig gibt es Forderungen, das Angebot auszubauen. Diese Maßnahmen dienen dazu, das Angebot an den tatsächlichen Bedarf anzupassen, indem zunächst die Ursachen dieser Situation ermittelt werden. Hierbei werden auch Kosten, Verfügbarkeit und Bekanntheitsgrad miteinbezogen.
Diese Maßnahmen sollen bereits bis zum Beginn des Ferienprogramms 2019 umgesetzt sein.

Zielgruppe	Veranstalter der Betreuungsprogramme, Eltern
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis März 2019
Evaluation	Höhere Auslastung des städtischen Ferienprogramms



Statusbeschreibung

Das Verlässliche Ferienprogramm der Stadt Konstanz ist grundsätzlich ausgelastet. Freie Plätze ergeben sich vereinzelt durch kurzfristige Absagen, die nicht nachbesetzt werden können oder durch individuelle Interessenlagen von Kindern / Eltern. Durch die Gewinnung zusätzlicher Veranstalter und die Erhöhung der Platzzahl konnte das Angebot ausgebaut werden.

Beantwortung: Rüdiger Singer (SJA)

Anpassungsbedarf



Überarbeitung der bestehenden Finanzierung des Ferienprogramms (MLA9)

Ziel: Optimierung der Inanspruchnahme der Ferienbetreuung (ZLA4)

Im Zuge der o.g. Maßnahmen (MLA7+8) wird die Finanzierung und Finanzierbarkeit des Schulferienprogramms überprüft. Dabei werden auch Arbeitgeber miteinbezogen. Das überarbeitete Konzept wird dem Gemeinderat vorgelegt werden.

Zielgruppe	Eltern, Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2020
Evaluation	Höhere Auslastung des städtischen Ferienprogramms



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Kostenstruktur der Verlässlichen Ferienbetreuung wurde unter Beteiligung aller Veranstalter modifiziert. Neben der bereits bestehenden Ermäßigung für Inhaber des Sozial- und Pflegefamilienpasses wurde eine weitere Einkommensgrenze zur höheren Kostengerechtigkeit eingeführt. Vereinzelt Arbeitgeber unterstützen ihre Mitarbeitenden bei der Finanzierung der Betreuungsangebote.

Beantwortung: Rüdiger Singer (SJA)

Anpassungsbedarf



Jährliche Berichterstattung KiTa und Pflege (MLA10)	
Ziel: Schaffung weiterer Tages- und Kurzzeitpflegeplätze (ZLA5)	
In einem jährlichen Bericht werden Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit informiert, wie der jeweilige Planungsstand und Bedarf in Konstanz aussehen. Dies gilt für den Bereich KiTa und Pflege (Tagesbetreuung für Kinder-Bedarfsplanung und Bericht zur Pflege). Es handelt sich dabei um laufende Maßnahmen des Fachamtes, die weiter an Bedeutung gewinnen.	
Zielgruppe	Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	



Statusbeschreibung

Für den Bereich der Kitaplanung und Umsetzung weiterer Ausbauschritte gibt es eine kontinuierliche Berichterstattung.

Auch für den Bereich Pflege findet regelmäßig eine Berichterstattung statt. Alle zwei Jahre wird über die Umsetzung des Handlungsprogramms Pflege & mehr berichtet (zuletzt im Juli 2023). Hierbei werden Einzelmaßnahmen inhaltlich ausführlicher dargestellt mit aktuellen Zahlen der Altenhilfe sowie die Entwicklung von Bedarfen und dem Bestand von Dauerpflegeplätzen, Kurzzeitpflege und Tagespflege, sowie über die Rahmenbedingungen für die ambulante Versorgung.

Beantwortung: Rüdiger Singer (SJA)

Anpassungsbedarf



Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Angehörigenbetreuung (MLA11)

Ziel: Schaffung weiterer Tages- und Kurzzeitpflegeplätze (ZLA5)

Ähnlich wie beim Dialog zur Kinderbetreuung (MLA4) werden bei dieser Maßnahme Unternehmen miteinbezogen, wenn es um Belegungsrechte für Kurzzeitpflegeplätze geht bzw. um Betriebszuschüsse zur Unterstützung ihrer pflegenden Mitarbeitenden.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Nach Bedarf
Evaluation	Informationen zum Bedarf der Unternehmen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Ein Austausch zwischen dem SJA (Abteilung Altenhilfe) und der WF zur Umsetzung der Maßnahme hat stattgefunden. Mangels Ressourcen ist bislang keine weitere Umsetzung erfolgt. Eine Unternehmensbefragung könnte den aktuellen Bedarf ermitteln.

Beantwortung: Xaver Haider (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Installation eines Runden Tisches Familiengerechtes Leben & Arbeiten (MLA12)

Ziel: Schaffung eines Austauschformates für die Themen zum Familiengerechten Leben & Arbeiten (ZLA6)

Um die tatsächlichen Bedürfnisse der Betroffenen zu ermitteln und einen gegenseitigen Austausch von Informationen sicherzustellen, ist das Format eines sog. Runden Tisches zielführend. Dieses Vernetzungsformat gab es bereits auf Ebene des Landkreises, wurde hier jedoch eingestellt. Für Konstanz wird es nach wie vor als sinnvoll erachtet, so dass es wieder eingeführt werden sollte.

Zielgruppe	Unternehmen, Verwaltung, Politik und Interessensvertretungen
Verantwortlichkeit	Stadt
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	
Evaluation	Treffen finden statt.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Mit Eintreten bzw. unter den Einschränkungen der Corona-Pandemie wurden keine Austauschformate geschaffen. Mit dem Handlungspflege & mehr sowie der Kitabedarfsplanung ist diese Maßnahme zu überprüfen. Eine Unternehmensbefragung könnte den Bedarf der Unternehmen ermitteln.

Beantwortung: Beate Behrens (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Konzept zur bedarfsgerechten Entwicklung der Freizeitinfrastruktur (MLA13)

Ziel: Weiterer Ausbau der Konstanzer Freizeitinfrastruktur (ZLA7)

Bevor ein weiterer, kostenintensiver Ausbau dieser Infrastruktur geplant werden kann, muss ein entsprechendes Konzept entwickelt werden. Es fehlt insbesondere an bezahlbareren Indoor- bzw. Schlechtwetteralternativen.

Zielgruppe	Alle Menschen in Konstanz: Familien, Einheimische, Gäste
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	In 2021/2022
Evaluation	Konzept liegt vor.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme ist weiter aktuell. Aufgrund der Überlastung, insbesondere im Planungsbereich der Stadtverwaltung, kann keine Zeitperspektive für die Erarbeitung genannt werden.

Beantwortung: Frank Schädler (ABS)

Anpassungsbedarf



Keiner

Niedrig

Mittel

Hoch

Ausbildung, Qualifizierung, Integration

Maßnahmen.....	55
Festlegung des Sprachniveaus B2 als Ausbildungsstandard (MA1).....	55
Festlegung eines naturwissenschaftlichen Grundniveaus (MA2).....	56
Ausbau des Angebotes zur Deutschbefähigung für Migranten (MA3)	57
Motivation für den Sprachaustausch (MA4).....	58
Ausbau eines speziellen fremdsprachlichen Angebotes (MA5).....	59
Bau eines Azubi-Wohnheims (MA6).....	60
Ausbildungsmesse MARS - Messe.Ausbildung.Regional.Sozial (MA7)	61
Azubi-Welcome-Party (MA8).....	62
Vermittlung von Ausbildungsangeboten (MA9)	63
Konkrete Ansprache von Unternehmen (MA10).....	64
Weiterentwicklung Jugendberufsagentur (MA11).....	65
Vermittlung in das Förderprogramm „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (WeGebAU)“ (MA12).....	66

Maßnahmen

Festlegung des Sprachniveaus B2 als Ausbildungsstandard (MA1)

Ziel: Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration (ZA1)

Für Menschen, die noch nicht ausbildungsfähig sind bzw. noch keine Befähigung haben, eine Ausbildung absolvieren zu können, ist eine frühere Förderung notwendig. Das Sprachniveau B2 ist als Ausbildungsstandard erforderlich, da ansonsten die Berufsschule nicht bewältigt werden kann. Das bedeutet, alle unterhalb diesem B2-Level brauchen Anspruch auf ausbildungsbegleitende Maßnahmen.

Zielgruppe	Nicht ausbildungsfähige Menschen
------------	----------------------------------



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme besitzt keine Zuständigkeit, kein Budget, keinen Zeitrahmen und kein Evaluationskriterium. Die Maßnahme MA1 sollte mit notwendigen Akteuren besprochen, nach Möglichkeit evaluiert und ggf. angepasst werden.

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Die Umsetzung der Maßnahme wird von Wirtschaftsverbänden weiterhin hochgehalten und gefordert. Man befindet sich in einem Dilemma zwischen Fachkräftemangel und Integration: Die Betriebe und Kammern haben, aufgrund des dringenden Bedarfs an Arbeitskräften, keinen Spielraum diesen Qualitätsstandard einzuführen. Gleichzeitig steht nur in begrenztem Umfang Lehrpersonal zur Verfügung.

Beantwortung: Raimund Kegel (Handwerkskammer Konstanz)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Festlegung eines naturwissenschaftlichen Grundniveaus (MA2)

Ziel: Einführung der Förderung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen für Migranten in Ausbildung (ZA2)

Für junge Menschen, die keine oder nicht ausreichende Grundkenntnisse in naturwissenschaftlichen Bereichen haben, ist eine frühe Förderung notwendig. Insbesondere mathematische Grundlagen sind erforderlich, da sie ansonsten die Ausbildungen nicht absolviert können. Erforderlich ist es, ein naturwissenschaftliches Grundniveau als Ausbildungsstandard festzulegen und diejenigen zu fördern, die unterhalb des Niveaus liegen.

Zielgruppe	Junge Migranten
------------	-----------------



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme besitzt keine Zuständigkeit, kein Budget, keinen Zeitrahmen und kein Evaluationskriterium. Die Maßnahme MA2 sollte mit notwendigen Akteuren besprochen, nach Möglichkeit evaluiert und ggf. angepasst werden.

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Verhält sich wie MA1.

Beantwortung: Raimund Kegel (Handwerkskammer Konstanz)

Anpassungsbedarf



Ausbau des Angebotes zur Deutschbefähigung für Migranten (MA3)

Ziel: Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration (ZA1)

Menschen die wenig bis keine Deutschkenntnisse haben, können tendenziell nicht in den Arbeitsmarkt integriert werden. Für Migranten und Flüchtlinge, die das B1- oder B2-Level nicht erreichen, ist es erforderlich spezielle Angebote zur Deutschbefähigung anzubieten bzw. weiter auszubauen.

Zielgruppe	Migranten unterhalb des B2-Levels
Verantwortlichkeit	Bundesamt für Migration und Flüchtlinge



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Das BAMF koordiniert die Durchführung sog. „Integrationskurse“ durch externe Träger. Dabei werden vor allem sprachliche Kompetenzen in Deutsch vermittelt, andererseits aber auch Kenntnisse zur deutschen Rechtsordnung, Kultur, Geschichte, zum Zusammenleben und dem gesellschaftlichen Wertesystem. Das BAMF bietet allgemeine Kurse an, sowie auf Zielgruppen zugeschnittene Kurse, z.B. Jugendintegrationskurse, Eltern- bzw. Frauenintegrationskurse. Die Kurse werden mit einer Abschlussprüfung abgeschlossen, die den Teilnehmenden das Sprachniveau B1 bescheinigt. Die Kosten für die Teilnahme an den Kursen werden in vielen Fällen vom Staat übernommen bzw. bezuschusst.

Quelle: 12.07.2023, Flyer „Integrationskurse“, BAMF

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Die Handwerkskammer Konstanz hat in Singen landkreisweite Kurse aufgebaut und bietet diese an. Die Koordination über das BAMF ist ausbaufähig und könnte auf kommunaler Ebene optimiert werden.

Beantwortung: Raimund Kegel (Handwerkskammer Konstanz)

Anpassungsbedarf



Motivation für den Sprachtausch (MA4)

Ziel: Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration (ZA1)

Migranten und Flüchtlinge, die bereits in deutsche Lebens- und Arbeitsstrukturen eingebunden sind, erlernen schneller die deutsche Sprache. Die Sprache ist und bleibt der Schlüssel zur Integration, das wird sich nicht ändern. Daher müssen Menschen, die hier Förderungsbedarf haben, in einen Arbeits- und Lebensalltag kommen, durch den sie die Sprache täglich lernen. Dies ist neben der professionellen Unterstützung ein wesentlicher Beitrag zur Integration.

Zielgruppe	Junge Migranten und Flüchtlinge
------------	---------------------------------



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Das BAMF koordiniert „Berufssprachkurse“. Dabei wird in „Basiskurse“ und „Spezialkurse“ unterschieden. Die Basis-kurse heben die Teilnehmenden vom Sprachniveau B1 auf B2 und von B2 auf C1. Dabei werden Deutschkenntnisse in Bezug auf die Berufswelt vermittelt. Spezialkurse vertiefen die Sprachkenntnisse in den Bereichen „Pflege und Medi-zin“, „technisch“ oder „kaufmännisch“. Für Nicht-Erwerbstätige sind die Kurse kostenlos. Für bereits Erwerbstätige wird ein geringer Kostenbeitrag fällig. Die Fahrtkosten werden erstattet.

Quelle: 13.10.2021, Flyer „Berufssprachkurse“, BAMF

Das BAMF koordiniert zudem „Berufssprachkurse für Azubis“. Dabei wird in Sprachkurse der Fachbereiche „Handwerk, Gewerbe, Technik“, „Pflege“, „Hotel- und Gaststättengewerbe“ und „Lager- und Logistik“ unterschieden. Diese Sprachkurse finden während der gesamten Ausbildungsdauer statt. Der Fokus der Kurse liegt auf Ausbildungsinhalten, der Fachsprache und der Vorbereitung auf die Zwischen- und Abschlussprüfungen.

Das Angebot des Bundesamtes zur Sprachförderung von Auszubildenden unterstützt Be-triebe in Ihrem Bildungsauftrag. Die Kosten für eine Teilnahme an Azubi-Berufssprachkursen einschließlich benötigter Lehr- und Lernmedien werden vom Bundesamt für Migration und Flüchtlinge übernommen. Eine Erstattung von Fahrtkosten ist zusätzlich möglich.

Quelle: 23.11.2023, Flyer „Berufssprachkurse für Azubis“, BAMF

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Ausbau eines speziellen fremdsprachlichen Angebotes (MA5)

Ziel: Einführung der Förderung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen für Migranten in Ausbildung (ZA2)

Mathematische und physikalische Grundlagen sollten in Form eines speziellen fremdsprachigen Angebotes vermittelt werden. Erforderlich ist dies für Migranten und Geflüchtete, die aktuell wenig bis keine Deutschkenntnisse haben.

Zielgruppe	Geringqualifizierte Migranten und Geflüchtete
------------	---



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme besitzt keine Zuständigkeit, kein Budget, keinen Zeitrahmen und kein Evaluationskriterium. Die Maßnahme MA5 sollte mit notwendigen Akteuren besprochen, nach Möglichkeit evaluiert und ggf. angepasst werden.

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Bau eines Azubi-Wohnheims (MA6)

Ziel: Schaffung von bezahlbarem Wohnraum für Auszubildende (ZA3)

Die dringendste Konstanz-Problematik betrifft auch das Thema Ausbildung: Es fehlt an bezahlbarem Wohnraum. Während es für Studierende eigene Wohnheime gibt, müssen sich Auszubildende auf dem freien Wohnungsmarkt umsehen. Lehrlinge in geringbezahlten Ausbildungsberufen haben kaum eine Chance, in unserer Stadt eine Ausbildung zu starten bzw. hier elternunabhängig oder heimatfern zu leben. Die Wohnproblematik bei Auszubildenden verursacht nicht nur eine Abwanderung von potenziellen Auszubildenden, sondern erhöht den Fachkräftemangel in den Unternehmen und kann im Extremfall zur Schließung bzw. Umsiedlung unserer Unternehmen führen. Ein Azubi-Wohnheim ist daher die dringendste Forderung aus diesem Handlungsfeld. Auszubildende, die eine geringbezahlte Ausbildung antreten, sollen bevorzugt Anspruch auf bezahlbaren Wohnraum erhalten. Auf dem Konstanzer Innovationsareal wird Wohnraum für Gründende mitgeplant. Hierzu passt auch die Idee von Azubi-Wohnungen bzw. -Wohngemeinschaften.

Zielgruppe	Auszubildende, insb. in geringbezahlten Ausbildungsberufen
Verantwortlichkeit	Baurecht: Stadt, Umsetzung und Betrieb: n.n.
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	n.n.
Evaluationskriterium	



Statusbeschreibung

Der Bedarf an bezahlbarem Wohnraum für Azubis wird von Konstanzer Betrieben und Firmen immer wieder benannt. Andere Städte konnten bereits Azubi-Wohnheime in Betrieb nehmen (z.B. München GEWOFAG). Die Maßnahme ist weiterhin sehr wichtig, vor allem vor dem Hintergrund des Kapazitäts-Ausbaus des Handwerks (Klimaschutzstrategie Maßnahme K3). Es bestehen Ideen und Lösungsansätze, die bisher nicht realisiert werden konnten. Die Nicht-Umsetzung führt zu Zielkonflikten (z.B. Klimaschutz, Fachkräfte-Sicherung etc.).

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Nach Abstimmungen zwischen verschiedenen Institutionen mit WOBAG und Stadt Konstanz bewirbt sich die WOBAG mit einem Antrag für ein konkretes Projekt im Rahmen des Landes Förderprogramm Azubiwohnen. Dazu wird eine Kooperation verschiedener Träger angestrebt und unter dem Vorbehalt zur Verfügung stehender Förderung als Modellprojekt umgesetzt werden.

Beantwortung: Marion Klose (Stadt Konstanz, Amt für Stadtplanung und Umwelt)

Anpassungsbedarf



Ausbildungsmesse MARS - Messe.Ausbildung.Regional.Sozial (MA7)

Ziel: Förderung von nichtakademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen (ZA5)

In Konstanz wurden die nichtakademischen Ausbildungsgänge im Bereich Gesundheit, Pflege und Erziehung als sog. Engpassberufe identifiziert. Aus diesem Grund veranstalten die Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, das Jobcenter Landkreis Konstanz, das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben sowie der Landkreis Konstanz als Partner die jährliche Ausbildungsmesse M.A.R.S. Die M.A.R.S wurde konzipiert, um diese Berufsbilder für junge Menschen bekannt und attraktiv zu machen. Ziel ist eine sehr frühe, zielgruppengerechte Ansprache, um Vorurteile auszuräumen, die Besucher (Schüler, Migranten, Geflüchtete, Quer- und Wiedereinsteigerinnen) auf Augenhöhe anzusprechen und für die vielfältigen Berufsbilder zu begeistern.

Zielgruppe	Junge Menschen, Schülerinnen und Schüler, Migranten, Geflüchtete, Quer- und Wiedereinsteigerinnen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF), Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, Jobcenter Landkreis Konstanz, Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben
Ressourcen/Budget	Kostenaufteilung aller Veranstalter und Partner
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluationskriterium	Umfrage bei Ausstellern, Besuchern und Lehrenden



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme wird seit 2016 jährlich erfolgreich durchgeführt und ist mittlerweile etabliert. Die Projektleitung liegt bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Konstanz. Das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben ist nicht mehr an der Messe beteiligt. Die Ausstellenden und Teilnehmenden kommen aus dem gesamten Landkreis und Umgebung. Im Jahr 2023 wurden 40 Stände zur Berufsinformation angeboten. 900 Schüler besuchten in diesem Jahr die M.A.R.S. Seit diesem Jahr wurde im Rahmen der Maßnahme K3 der Konstanzer Klimaschutzstrategie das (klimaschutzrelevante) „Handwerk“ als Bereich mitaufgenommen.

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf

Azubi-Welcome-Party (MA8)	
Ziel: Stärkung des Stellenwertes der dualen Ausbildung (ZA4)	
Eine Berufsausbildung genießt allgemein in der Gesellschaft keinen hohen Stellenwert mehr. In Konstanz als Hochschulstandort tritt dieses Problem verschärft auf. In vielen technischen Berufen genauso wie im Gesundheits- und Sozialwesen fehlt es den Firmen an Auszubildenden. Daher wird eine jährlich stattfindende Azubi-Welcome-Party als Veranstaltungsformat etabliert, um alle Konstanzer Auszubildenden im 1. Lehrjahr medienwirksam herzlich zu begrüßen.	
Zielgruppe	Konstanzer Auszubildende im 1. Lehrjahr
Verantwortlichkeit	Stadt (WF), IHK, HWK, MTK
Ressourcen/Budget	Kostenbeteiligung der Veranstalter, Sponsoring von Konstanzer Firmen
Laufzeit/Zeitraumen	28.09.2018, jährlich wiederholend jeweils zum Ausbildungsbeginn im September
Evaluationskriterium	Besucherzahlen und -feedback



Statusbeschreibung

Die Maßnahme wurde 2018 und 2019 durchgeführt. Die Besucherzahlen und das Feedback waren lt. Erfahrungsbericht unbefriedigend. Das Format wurde nach der Pandemie bisher nicht wieder aufgenommen.

Beantwortung: Xaver Haider (Stadt Konstanz, Wirtschaftsförderung)

Die Welcome-Party hat vor der Corona-Pandemie zwei Mal stattgefunden, es wurde viel Aufwand mit der Werbung und Organisation betrieben. Leider hat die Veranstaltung bei der Zielgruppe nicht den erhofften Anklang gefunden.

Beantwortung: Alexandra Thoß (IHK), Raimund Kegel (HWK)

Anpassungsbedarf



Vermittlung von Ausbildungsangeboten (MA9)

Ziel: Förderung von nichtakademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen (ZA5)

Primär streben Schulabgänger eine akademische Ausbildung an. Die eigene Befähigung und Qualifikation für ein Studium bleiben jedoch partiell unberücksichtigt. Ein Studienabbruch, sowie eine längere Zeit ohne Beschäftigung sind meist die Folgen. Aus diesem Grund soll eine geschlossene Kette zwischen Studienabbruch und Ausbildungsbeginn erreicht werden.

Zielgruppe	Studienabbrecherinnen und -abbrecher
Verantwortlichkeit	Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, IHK, HWK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluationskriterium	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Uni KN, die IHK Hochrhein-Bodensee und die Arbeitsagentur KN-RV kooperieren im Rahmen des Career-Centers. Abstimmungen auf Leistungsebene finden zwischen AA KN-RV und beiden Hochschulen statt. Die Hochschulkoordinatorin der AA KN-RV steht im regelmäßigen Kontakt zu den Hochschulen, inkl. Sprechstunden vor Ort zur Beratung von (abbruchgefährdeten) Studierenden. Die Zusammenarbeit läuft gut. Im Rahmen der Beratungen werden bei Bedarf offene Ausbildungsangebote platziert. Die Verantwortlichkeit ist klar definiert. Die Maßnahme ist wichtig, ziel führend und wird seitens der AA KN-RV weitergeführt.

Beantwortung: Mathias Auch (Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg)

Studienabbrecher können sich von der IHK und der HWK zu möglichen Berufswegen und Anrechnungsmöglichkeiten beraten lassen. Laut „Career Service“ der Uni finden nur wenige den Weg zu den Kammern. Die meisten Wechsler in eine duale Ausbildung können im Bereich IT verbucht werden. Dort klappt insbesondere der Kontakt von der HTWG zu den Unternehmen sehr gut. Das Thema ist nach wie vor relevant, weil viele entweder einen weiteren Studiengang „ausprobieren“ oder ganz aus dem Bildungssystem in Konstanz aussteigen.

Beantwortung: Alexander Vatovac (IHK), Raimund Kegel (HWK)

Anpassungsbedarf



Keiner

Niedrig

Mittel

Hoch

Konkrete Ansprache von Unternehmen (MA10)	
Ziel: Förderung von nichtakademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen (ZA5)	
Die Bereitstellung von Ausbildungsstellen wird für viele Firmen eine essenzielle Maßnahme sein, um ihren Fachkräftebedarf zukünftig abzusichern. Konstanzer Unternehmer sollen deshalb weiterhin regelmäßig kontaktiert und zum Beispiel mit Hilfe von Best Practice Beispielen motiviert werden, Ausbildungsgänge im Unternehmen anzubieten und eigene Fachkräfte auszubilden.	
Zielgruppe	Firmen
Verantwortlichkeit	Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, IHK, HWK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluationskriterium	



Statusbeschreibung

Regelmäßig, jedoch mindestens einmal jährlich, erfolgt durch den Arbeitgeber-Service der Agentur für Arbeit (AA) KN-RV (AG-S) eine Kontaktaufnahme zu allen Arbeitgebern in Bezug auf die Aktualität der gemeldeten Ausbildungsstellen sowie das Angebot, sich bei Interesse und Beratungsbedarf, auf den AG-S zuzukommen. Mit allen Arbeitgebern wird darüber hinaus im Rahmen der individuellen Beratung das Schaffen von Ausbildungsstellen als eine mögliche Maßnahme zur Fach- und Arbeitskräftegewinnung thematisiert. Aufgrund eines Mangels an Bewerbern in einigen Berufsfeldern wird darüber hinaus gezielt für Alternativen und neue Wege geworben: z.B. benachteiligte Bewerber, Studienabbrecher, Umschüler, Teilzeitausbildung. Die Betriebe in und um Konstanz kommen ihrer Verantwortung nach und handeln vorausschauend. Die Zahl der gemeldeten Ausbildungsstellen hat in den vergangenen Jahren tendenziell zugenommen.

Beantwortung: Mathias Auch (Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg)

Es besteht aus Sicht der Kammern kein Mangel an Ausbildungsangeboten, sondern ein Mangel an geeigneten Bewerber*innen. Es bleiben jedes Jahr viele Ausbildungsplätze unbesetzt. Für die Anwerbung von Auszubildenden aus anderen Regionen oder Ländern bleibt das Problem von bezahlbarem Wohnraum akut. Der Markt hat sich mittlerweile zu einem Arbeitnehmer/Auszubildenden-Markt gewandelt (war 2018 noch nicht so ausgeprägt).

Beantwortung: Alexander Vatovac (IHK), Raimund Kegel (HWK)

Anpassungsbedarf



Weiterentwicklung Jugendberufsagentur (MA11)

Ziele: Stärkung des Stellenwertes der dualen Ausbildung (Lehre) (ZA4) und Förderung von nicht-akademischen Ausbildungsberufen (ZA5)

Der Fokus der Aktivitäten der Kooperationspartner richtet sich auf besonders förderungsbedürftige junge Menschen. Dazu zählen auch junge Menschen mit Migrationshintergrund, junge Geflüchtete und Menschen mit Behinderung.

Diese Zielgruppe wird beim Übergang von der Schule in den Beruf begleitet, sie erhalten eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Jugendberufsberatung. Indem die Jugendlichen all ihre Begabungen und Potenziale entfalten können, leisten die Partner einen wesentlichen Beitrag für die gesellschaftliche Teilhabe und Integration der jungen Generation und für die Fachkräftesicherung am Wirtschaftsstandort im Landkreis Konstanz und somit auch in der Stadt Konstanz. Hierbei ist die Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaft, ihren Verbänden und den Arbeitnehmervertretungen erfolgsversprechend. Ziel der Maßnahme ist, für alle jungen Menschen im Landkreis optimale Ausbildungs- und damit berufliche Zukunftschancen zu eröffnen.

Zielgruppe	Junge Menschen unter 25 Jahren und deren Eltern
Verantwortlichkeit	Landkreis Konstanz, Stadt, Agentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, Jobcenter Landkreis Konstanz, Staatliches Schulamt Konstanz
Ressourcen/Budget	Gelder aus dem Eingliederungsbudget des Jobcenters und der Agentur für Arbeit
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluationskriterium	Einmündungsquote in Ausbildung und Abbau der Jugendarbeitslosigkeit



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Eine Grundlagenvereinbarung der beteiligten Partner besteht, die Ausgestaltung unter Beteiligung aller Partner ist noch offen.

Beantwortung: Mathias Auch (Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg)

Die Stadt Konstanz hat seit Verabschiedung des Handlungsprogramms Wirtschaft 2030 statistisch keine Verbesserung bei der Jugendarbeitslosigkeit erreicht (8,2% aller Arbeitslosen).

Beantwortung: Xaver Haider (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Vermittlung in das Förderprogramm „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (WeGebAU)“ (MA12)

Ziel: Schaffung von Angeboten für Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer (ZA6)

Qualifiziertes Personal bedingt den Erfolg jedes Unternehmens. Die Wettbewerbsfähigkeit kann meist nur gesichert werden, indem Arbeitnehmer adäquate Weiterbildungen erhalten. Aus Kostengründen werden Geringqualifizierte und ältere Menschen tendenziell weniger gefördert bzw. qualifiziert. Die Bundesagentur setzt sich dafür ein, dass Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer in das Förderprogramm „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (WeGebAU)“ vermittelt werden und anschließend einen Abschluss erwerben können.

Zielgruppe	Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer
Verantwortlichkeit	Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg
Ressourcen/Budget	Bundesmittel
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluationskriterium	Steigender Anteil der Zielgruppe mit Ausbildung und Beschäftigung



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Kontext der Maßnahme hat sich deutlich verändert und weiterentwickelt. WeGebAU gibt es nicht mehr. 2019 wurde das Qualifizierungschancengesetz (QCG) eingeführt, dessen Zielgruppen und Fördermöglichkeiten weit über WeGebAU hinausgehen. Zudem hat die Agentur für Arbeit 2020 die Berufsberatung im Erwerbsleben (BBiE) als weitere Dienstleistung für Fortbildungsinteressierte implementiert. Weitere wesentliche Änderungen bei der Förderung von Beschäftigungsqualifikationen erfolgen im Jahr 2024.

Beantwortung: Mathias Auch (Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg)

Anpassungsbedarf



Konzepte und Maßnahmen für die Nachfolgeregelung (MA13)

Ziel: Proaktive Berücksichtigung der demografischen Entwicklung (Nachfolgeregelung) (ZA8)

Viele kleine und mittelständische Unternehmen stehen unmittelbar vor der Entscheidung, ihren Betrieb abzugeben. Diese Entscheidung tangiert nicht nur den bisherigen Geschäftsführer oder die Erben, sondern auch die Arbeitnehmer und deren Familien. Aus diesem Grund ist die Erarbeitung eines Konzepts mit Maßnahmen für die Nachfolgeregelungen von Betrieben erforderlich, damit eine Betriebsübergabe erfolgreich gelingt und Arbeitsplätze erhalten bleiben.

Zielgruppe	KMU's ohne Nachfolger
Verantwortlichkeit	IHK, HWK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme nach Bedarf
Evaluationskriterium	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die IHK und HWK sind laufend in der Beratung und Begleitung von übergabewilligen Unternehmen tätig. Auch Nachfolgerinnen und Nachfolger werden beraten. Auf der NEXXT-Change-Plattform können Unternehmerinnen und Unternehmer ihr Unternehmen inserieren, wenn sie keine Nachfolgerin oder Nachfolger haben. Dieses Angebot ist kostenlos und wird rege genutzt.

Durch den demografischen Wandel verstärkt, nehmen Beratungsfälle im Zusammenhang mit Unternehmensnachfolge zu. Dies dürfte sich in den nächsten Jahren weiter verstärken. Mit zusätzlichen Informationsveranstaltungen wird seitens der IHK darauf reagiert.

Hat bei der HWK Konstanz in der Betriebs-Beratung höchste Priorität und es werden Übergabe-Börsen angeboten. Es gibt fest ausgearbeitete Übergabe-Konzepte, die hier zur Anwendung kommen. Im Gegensatz zu großen Industrie-Betrieben kann in der Regel kein Übergabe-Manager engagiert werden.

Beantwortung: Alexander Vatovac (IHK), Raimund Kegel (HWK)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel

Hoch

Flächenpolitik und Geostrategie

Maßnahmen.....	69
Visionsbaustein 1 „Stadt als Motor der Flächenentwicklung“.....	69
Intensivierung und Umsetzung eines Gewerbeflächenmanagements über einen Flächenmanager (MF1.1)	69
Flächenentwicklung am Verkehrslandeplatz, auch für preissensibles Gewerbe (MF1.2)	70
Wirtschaftsflächenentwicklung für den Standort Hafner (MF1.3)	71
Prüfung der Gründung einer kommunalen Entwicklungsgesellschaft (MF 1.4)	72
Visionsbaustein 2 „Wirtschaftsflächen aktiv managen“	73
Aufbau und Pflege eines Wirtschaftsflächenkatasters (MF2.1)	73
Identifizierung von Entwicklungsflächen und Erstellung von Strukturkonzepten (MF2.2)	74
Vergabekriterien für kommunale Gewerbeflächen mit Entscheidungskatalog (MF2.3)	75
Anpassung des Planungsrechts an die Entwicklungsziele (MF2.4).....	76
Einrichtung eines Regionalen Kooperationskreises Fläche (MF2.5)	77
Ausweisung eines interkommunalen Gewerbegebietes/Flächenpools o.ä. zur Standortprofilierung MF2.6.).....	78
Visionsbaustein 3 „Vernetzung und Nutzungsmischung“	79
Identifikation und Aufschlüsselung von Branchenclustern, Bereitstellung der entsprechend benötigten Gewerbeflächen/Immobilien (MF3.1)	79
Konzept zur Entwicklung und Profilbildung von Handwerkerhöfen im Stadtgebiet (MF3.2)	80
Räumlich engere Vernetzung von Hochschulen und Wirtschaft durch neue und weiterentwickelte, innovative, hochschulnahe Gründer- und Technologieparks (MF3.3)	81
Visionsbaustein 4 „Umwelt erhalten und Ressourcen schonen“	82
Qualifizierte Freiraumplanung für jedes Gebiet mit gewerblicher Nutzung (MF4.1)	82
Bereitstellung passender Flächen für eMobilitätsinfrastruktur mit Sharing-Angeboten (MF4.2.)	83
Rooftop-Marketing als Anreiz für eine intensivere Nutzung von Dächern und Fassaden (MF4.3.).....	84
Aufbau und Erweiterung digitaler Angebote (z.B. Apps) für Pendler zur intelligenten Nutzung der Mobilitätsinfrastruktur (MF4.4).	85
Entwicklung von Pilotprojekten hinsichtlich Energieeffizienz und Ressourcenverbrauch am Standort Hafner (MF4.5).	86

Maßnahmen

Visionsbaustein 1 „Stadt als Motor der Flächenentwicklung“

Intensivierung und Umsetzung eines Gewerbeflächenmanagements über einen Flächenmanager (MF1.1)	
Ziel: Verwaltung, Eigentümer und Unternehmen arbeiten bei der Entwicklung von Wirtschaftsflächen partnerschaftlich koordiniert zusammen (ZF1.1).	
Für ein aktives und erfolgsversprechendes Gewerbeflächenmanagement bedarf es zunächst einer umfassenden Identifikation von entwicklungsfähigen Bestandsflächen. Private Eigentümer als Anbieter einerseits und Unternehmen andererseits bedürfen neben der Ansprache einer kontinuierlichen Prozessbegleitung mit enger Einbindung in die Verwaltung. Das Ziel dieser Maßnahme sind die Aktivierung privater Flächenpotenziale sowie eine Erhöhung der Flächeneffizienz.	
Zielgruppe	Ansässige Unternehmen und Privateigentümer von Flächen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF/Dez. III)
Ressourcen/Budget	zusätzliche Ressourcen mit Kompetenzen Architektur, Stadtplanung, Wirtschaft, Immobilien erforderlich
Laufzeit/Zeitraumen	aufgrund von Flächenknappheit und gestiegener Anforderungen ab 2019ff, Reduzierung ab 2025 bei Marktreife größerer kommunaler Flächen (Hafner)
Evaluation	Berichtswesen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Im Oktober 2023 hat der Flächenmanager seine Tätigkeit in der Wirtschaftsförderung aufgenommen. Die Stelle fördert das Land Baden-Württemberg mit Mitteln aus dem Programm „Flächen gewinnen durch Innenentwicklung. In der zweijährigen Förderperiode sollen Bestandsflächen im Stadtteil Industriegebiet mit Schwerpunkt auf den Unterlohn gemeinsam mit den Grundstückeigentümern entwickelt werden. Die Maßnahme ist aufgrund des Mangels an verfügbaren Flächen und zur Steigerung der Flächeneffizienz (ZF 2) weiter zu verstetigen.

Beantwortung: Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Flächenentwicklung am Verkehrslandeplatz, auch für preissensibles Gewerbe (MF1.2)	
Ziel: Unternehmen werden durch ausreichende Reserveflächen in Konstanz gehalten bzw. neu angesiedelt (ZF 1.2).	
Teilflächen des Verkehrslandeplatzes werden als Gewerbeflächen ausgewiesen. Dadurch entstehen dringend notwendige Handlungsspielräume für Betriebsansiedlungen, u.a. in Form von „Reaktionsflächen“ für Konstanzer Betriebe, die in neuen urbanen Gebieten z.B. aufgrund von Emissionen keine Entwicklungsmöglichkeiten haben und verlagert werden müssen.	
Zielgruppe	Vorrangig wachsende, aber auch preissensible Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU/TBA)
Ressourcen/Budget	Grundsatzentscheidung im Gemeinderat Herbst 2018
Laufzeit/Zeitraumen	2020-2023
Evaluation	Stadt- und Bauleitplanung, Baurecht und Flächenbereitstellungen ab 2023



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Rechtslage ist weiterhin nicht abschließend geklärt, sodass zur zeitlichen Perspektive keine Aussagen möglich sind. Der Zeitrahmen muss jedenfalls deutlich in die Zukunft angepasst werden.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU)

Anpassungsbedarf



Wirtschaftsflächenentwicklung für den Standort Hafner (MF1.3)

Ziel: Unternehmen werden durch ausreichende Reserveflächen in Konstanz gehalten bzw. neu angesiedelt (ZF1.2).

Weitere Handlungsspielräume beim Flächenangebot sollen durch die Schaffung von Baurecht für moderne Wirtschafts- und Gewerbeflächen einschließlich gewerblicher Flächenreserven am Standort Hafner ermöglicht werden.

Zielgruppe	Innovative und wachsende Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez. III/ASU/TBA)
Ressourcen/Budget	Im Rahmen des Projekts zur Gesamtentwicklung des neuen Stadtteils Hafner (Dez.III)
Laufzeit/Zeitraumen	2018-2025
Evaluation	Stadt- und Bauleitplanung, Baurecht, erste Flächenbereitstellungen 2025



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme ist wesentlich für die künftige gewerbliche Entwicklung und befindet sich in Umsetzung. Aktuell wird der freihändige Grundstückserwerb im 1. Bauabschnitt abgeschlossen, die Bauleitplanung vorangetrieben (Satzungsbeschluss 2025/26), die Erschließung geplant (Knotenpunkt, Straßen- und Wege, Be- und Entwässerung, LeitungsträgerInnen, Archäologische Untersuchungen), das Vergabekonzept für die Wohn und Mischnutzung wird entwickelt sowie die soziale Infrastruktur geplant. Das Vergabekonzept Gewerbeflächen ist in Vorbereitung. Wesentliche bisherige Meilensteine: Projektbeschluss 07/2016, Rahmenplan 12/2019, Satzungsbeschluss SEM 07/2021, Grundsätze Vergabe Wohn- und mischgenutzter Grundstücke geplant für 05/2024. Verantwortlichkeit, Ressourcen/Budget, Laufzeit/Zeitraumen und Evaluation sind anzupassen.

Beantwortung: Patrick Betz (Hafner)

Anpassungsbedarf

Prüfung der Gründung einer kommunalen Entwicklungsgesellschaft (MF 1.4)	
Ziele: Voraussetzungen für bauliche Entwicklungen werden durch Stärkung und serviceorientierte Aufstellung der Stadtverwaltung schnell und effektiv ermöglicht (ZF1.3), Verwaltung, Eigentümer und Unternehmen arbeiten bei der Entwicklung von Wirtschaftsflächen partnerschaftlich koordiniert zusammen (ZF1.1).	
Prüfung einer kommunalen Entwicklungsgesellschaft für Flächenerwerb und -entwicklungen in Konstanz	
Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.I und Dez.III)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	2025ff
Evaluation	Berichtswesen (Prüfbericht)



Statusbeschreibung

Die Maßnahme wurde ab 2025ff vorgesehen mit einer verwaltungsinternen Prüfung unter Verantwortung der Verwaltungsspitzen aus Dez. I und Dez. III. Ziel ist die Erweiterung von Handlungsspielräumen bei Erwerb und Umgang mit Immobilien und Grundstücken. Die Maßnahme benötigt finanzielle und personelle Ressourcen für eine Umsetzung.

Beantwortung: Beate Behrens (WF)

Anpassungsbedarf



Visionsbaustein 2 „Wirtschaftsflächen aktiv managen“

Aufbau und Pflege eines Wirtschaftsflächenkatasters (MF2.1)

Ziel: Hohe Markttransparenz von Angebot und Nachfrage gewerblicher Flächen und Immobilien (ZF 2.1)

Sowohl das Angebot als auch die hohe Nachfrage nach gewerblichen Flächen sind bislang kaum transparent. Ein digitales Wirtschaftsflächenkataster dient als Informationsinstrument und Arbeitsgrundlage der mit Flächen befassten Abteilungen der Stadtverwaltung. Kernelemente sind Informationen über Flächenangebot und Flächennachfrage, sowie vertrauliche bzw. firmenbezogene Daten. Das Wirtschaftsflächenkataster erhöht die Effizienz innerhalb und außerhalb der Verwaltung und dient als zusätzliches Kommunikationstool für private Eigentümer und Unternehmen auf Angebots- und Nachfrageseite.

Zielgruppe	Konstanzer Unternehmen, Bürgerschaft, Stadtverwaltung
Verantwortlichkeit	Stadt (WF)
Ressourcen/Budget	in Verbindung mit Gewerbeflächenmanagement (MF1.1)
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Inbetriebnahme



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme ist weitgehend umgesetzt. Das Kataster wird erfolgreich verwaltungsintern zur Vermittlung von Gewerbeflächenanfragen und zur Hinterlegung von Planungs- und Entwicklungszielen genutzt. Die Pflege und der weitere Ausbau des digitalen Katasters bleiben aufgrund von Flächenknappheit, hohem Preisniveau und den begrenzten Möglichkeiten zur Ausweisung neuer Gewerbeflächen Daueraufgabe.

Beantwortung: Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Identifizierung von Entwicklungsflächen und Erstellung von Strukturkonzepten (MF2.2)

Ziel: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2).

Die unterschiedlichen gewerblichen Areale im Stadtteil Industriegebiet (Unterlohn, Oberlohn, Stromeyersdorf, Grubwiesen-Göldern, Verkehrslandeplatz) werden strukturell untersucht und mit Entwicklungszielen hinterlegt. Anfragen können damit räumlich strategisch zugeordnet werden und die Abstimmung mit den jeweiligen Grundstückseigentümern sowie die weitere Flächenentwicklung werden beschleunigt.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU/WF)
Ressourcen/Budget	in Verbindung mit Gewerbeflächenmanagement (MF1.1)
Laufzeit/Zeitraumen	2019-2025, Unterlohn und Verkehrslandeplatz bereits in Bearbeitung
Evaluation	Umsetzung bis 2025



Statusbeschreibung

Für die Maßnahme werden bislang vorhandene Ressourcen aus dem Dez. III einschließlich Fördermittelprojekte in Anspruch genommen. Sie hängt inhaltlich eng gemeinsam mit der Maßnahme MF3.1. (Identifikation und Aufschlüsselung von Branchenclustern) zusammen. Die Maßnahme wird fallbezogen umgesetzt (z.B. Strukturkonzept Unterlohn, Integriertes Quartierskonzept Industriegebiet). Das Gewerbegebiet Unterlohn wurde neu geordnet über den Bebauungsplan.

Weiteren Bereiche des Industriegebietes sind zu untersuchen. Eine vollständige Realisierung ist aufgrund der Größe des Stadtgebietes und parallellaufender Prozesse bis Jahresende 2025 nicht realistisch. Fallbezogen sind weiterhin Ressourcen bereitzustellen. Das Evaluationskriterium ist demnach anzupassen.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU), Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Vergabekriterien für kommunale Gewerbeflächen mit Entscheidungskatalog (MF2.3)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). Voraussetzungen für bauliche Entwicklungen werden durch Stärkung und serviceorientierte Aufstellung der Stadtverwaltung schnell und effektiv ermöglicht (ZF 1.3).

Analog zu bisherigen Vergabekriterien im Gebiet Reichenau-Göldern bedarf es aufgrund der Vielzahl an Bewerbern für kommunale Grundstücke eines transparenten Entscheidungskataloges für Grundstücke der Stadt Konstanz im Stadtgebiet. Bei urbanen Quartieren sind neben der Flächeneffizienz der Nachweis von räumlich benachbarten Mitarbeiterwohnungen und Energiekonzepten zentrale Kriterien.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF, ALG, ASU)
Ressourcen/Budget	aus bestehenden Ressourcen
Laufzeit/Zeitraum	2019-2020
Evaluation	Beschluss Sitzungsvorlage



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Für den Stadtteil Hafner ist die Schaffung von Baurecht voraussichtlich ab 2025 vorgesehen. Auf Basis des rechtsgültigen Baurechts sind entsprechende Vergabekriterien zu entwickeln und anzuwenden. Dementsprechend ist die Laufzeit anzupassen, das Evaluationskriterium zu präzisieren sowie entsprechende Ressourcen festzulegen. Wurde für Göldern umgesetzt, muss für Hafner und auch weitere Gebiete künftig umgesetzt werden, weitgehend analoge Vorgehensweise wie bei Wohnbaugrundstücken.

Beantwortung: Christoph Sigg (ALG), Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel

Hoch

Anpassung des Planungsrechts an die Entwicklungsziele (MF2.4)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). Urbanität durch Nutzungsmischung (ZF3.1)

Um eine geordnete Stadtentwicklung sicherzustellen, müssen die städtischen Vorgaben im Baurecht verankert werden. Dazu müssen die Festsetzungen in bestehenden Bebauungsplänen auf der Grundlage von übergeordneten Entwicklungszielen, Konzepten (z.B. Gewerbeflächenentwicklungskonzept, Hotelanalyse und Tourismusstudie, Einzelhandels- und Vergnügungstättenkonzepte etc.) und Rahmenplanungen für Einzelquartiere angepasst werden.

Zielgruppe	Unternehmen und Investoren
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Umsetzung



Statusbeschreibung

Für das Industriegebiet sind nahezu flächendeckend Bebauungspläne vorhanden. Es ist weiterhin sinnvoll Bestandsbebauungspläne an die Entwicklungsziele anzupassen. Die Umsetzung erfolgt Stück für Stück über einen sehr langen Zeithorizont. Aufgrund der in den letzten Jahren zunehmenden gerichtlichen Auseinandersetzungen zu bestandsüberplanenden Bebauungsplänen ist die Zielerreichung unsicher.

Alternativ sollten für jedes einzelne Quartier im Industriegebiet weitere Entwicklungskonzepte erarbeitet werden (siehe MF 2.2.). Auf deren Grundlage kann dann bei konkreten Bauvorhaben mit den Bauherren in einen gemeinsamen Dialog eingestiegen werden.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU)

Anpassungsbedarf



Einrichtung eines Regionalen Kooperationskreises Fläche (MF2.5)

Ziel: Die Stadt Konstanz ist Impulsgeber für neue Formen der interkommunalen Kooperation bei der Flächenentwicklung (ZF2.3).

Die Einsparung von Flächen sowie deren effiziente Nutzung müssen als regionale Themen verankert werden. Ein Dialog zu den Flächen-Themen Gewerbe, Handel, Tourismus und ggf. Wohnen unter Einbeziehung der deutschen Nachbargemeinden muss initiiert werden, da für diese Problemlage nur gemeinsam und regional eine gute Lösung gefunden werden kann.

Zielgruppe	Verwaltung, Nachbargemeinden, Regionalverband
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.I/OB und WF, Dez.III/ASU)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2019, zwei Treffen pro Jahr
Evaluation	Gemeinsame Umsetzung durch die Dezernate in Abstimmung mit der Politik



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme sollte im Zuge einer Neufassung des Landesentwicklungsplans (LEP) und des Regionalplans berücksichtigt werden. Sie ist die Voraussetzung für die interkommunale Zusammenarbeit. Aufgrund politischer Landesvorgaben im Umgang mit Flächenknappheit ist die Realisierung nur gemeinsam mit Nachbarkommunen und der Politik umsetzbar.

Dem Regionalverband Hochrhein-Bodensee kommt hierbei eine Schlüsselfunktion zu. Dementsprechend sind Verantwortlichkeit und Zeitrahmen weitgehend außerhalb der Stadt Konstanz.

Beantwortung: Beate Behrens (WF), Bernd Stephan (WF), Martin Kratz (ASU)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig



Mittel

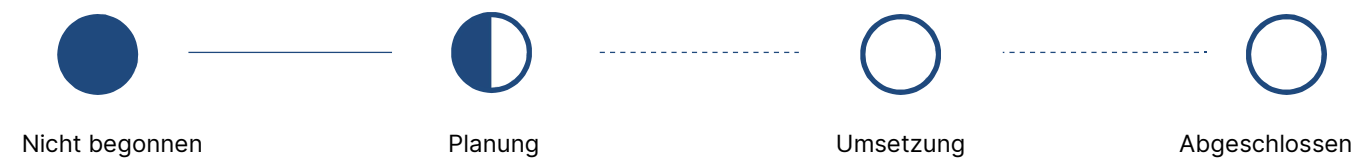
Hoch

Ausweisung eines interkommunalen Gewerbegebietes/Flächenpools o.ä. zur Standortprofilierung MF2.6.)

Ziel: Die Stadt Konstanz ist Impulsgeber für neue Formen der interkommunalen Kooperation bei der Flächenentwicklung (ZF2.3).

Aufgrund der Flächenknappheit, von der zunehmend auch die Nachbargemeinden betroffen sind, bedarf es abgestimmter Lösungen für die weitere Flächenentwicklung bei der jeder Partner die Möglichkeit erhält, eigene Stärken zu positionieren und gewinnbringend zu nutzen (Schaffung von win-win-Situationen).

Zielgruppe	Verwaltung, Nachbargemeinden, Regionalverband
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.I/OB und WF, Dez.III/ASU)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	2022-2028
Evaluation	Umsetzung/Protokolle



Statusbeschreibung

Die Maßnahme sollte im Zuge der geplanten Neufassung des Landesentwicklungsplans (LEP) und der Neuausrichtung des Regionalplans berücksichtigt werden. Dem Regionalverband Hochrhein-Bodensee kommt hierbei eine Schlüsselfunktion zu. Dementsprechend sind Verantwortlichkeit und Zeitraumen weitgehend außerhalb der Stadt Konstanz.

Beantwortung: Beate Behrens (WF), Bernd Stephan (WF), Martin Kratz (ASU)

Anpassungsbedarf



Visionsbaustein 3 „Vernetzung und Nutzungsmischung“

Identifikation und Aufschlüsselung von Branchenclustern, Bereitstellung der entsprechend benötigten Gewerbeflächen/Immobilien (MF3.1)

Ziele: Urbanität durch Nutzungsmischung (ZF3.1), stabiler Branchenmix (ZF3.2)

Die aus dem Gewerbeflächenkonzept resultierende „Positivliste“ (Betriebe aus den Branchen Maschinenbau, Pharmazie, Datenverarbeitungsgeräte/Elektronik/Optik, Information und Kommunikation sowie freiberufliche, wirtschaftliche Dienstleistungen) dient bei der konzeptionellen Flächenentwicklung und Grundstücksvergabe bereits als Orientierung. Über die aktuelle Standortanalyse werden die zukünftigen Potenziale der wirtschaftlichen Entwicklung weiter spezifiziert, um daran angelehnt die baurechtlichen Möglichkeiten sowohl im Bestand als auch bei neuen Flächenausweisungen zu schaffen. Als Stärkefelder von Konstanz wurden folgende Bereiche erkannt: Energie/Facilities/Anlagenbau, Tourismus/Handel/Verkehr, Life Science/Pharma/Gesundheit, IKT/Elektronik/Optik. Für das Stärkefeld Design & Medienwirtschaft wird empfohlen, ein neues Netzwerk aufzubauen. Die Flächen- bzw. Immobilienanforderungen dieser Zielgruppen sind zu identifizieren und ggf. als weitere Schwerpunkte in die konzeptionelle Flächenentwicklung aufzunehmen.

Zielgruppe	Verwaltung, interessierte Fachöffentlichkeit
Verantwortlichkeit	Stadt (WF und ASU)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Nach Bedarf
Evaluation	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Eine Vernetzung im Bereich der Medienwirtschaft ist über das Land Baden-Württemberg mit Förderung der Kreativwirtschaft erfolgt. Somit befindet sich die Maßnahme in Umsetzung und ist ein fortlaufender Prozess.

Beantwortung: Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Konzept zur Entwicklung und Profilbildung von Handwerkerhöfen im Stadtgebiet (MF3.2)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). Stabiler Branchenmix (ZF3.2)

Durch das Hochpreisniveau des Wirtschaftsstandortes Konstanz sind die Entwicklungsmöglichkeiten des Handwerks teilweise eingeschränkt. Es bedarf daher neuer Standorte, welche sowohl die Nutzungsbedürfnisse des Handwerks als auch den gestiegenen Ansprüchen an die Flächeneffizienz gerecht werden können.

Zielgruppe	Wirtschaft, lokales Handwerk, Kreativwirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (WF und ASU) mit Partnern
Ressourcen/Budget	n.n. in Abstimmung mit Fachexperten für Gewerbebauten bzw. Spezialisierung Handwerk
Laufzeit/Zeitraumen	bis 2022
Evaluation	Konzepterstellung mit Standortempfehlungen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme der Konzepterstellung ist abgeschlossen und wurde im Wirtschaftsausschuss einhellig positiv zur Kenntnis genommen. Der Begriff „Handwerkerhof“ wurde auf Basis des Konzepts durch „Gewerbehof“ ersetzt.

Die Umsetzung des Konzepts als neue Maßnahme ist auf öffentlichen Flächen bzw. Privatflächen für folgende Standorte weiterzuverfolgen.

- a) öffentl. Flächen: Hafner (Priorität), Max-Stromeyer-Straße und Lindenbühl (langfristig)
- b) private Flächen: Grubwiesen und Unterlohn (mittel- bis langfristig).

Beantwortung: Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Räumlich engere Vernetzung von Hochschulen und Wirtschaft durch neue und weiterentwickelte, innovative, hochschulnahe Gründer- und Technologieparks (MF3.3)

Ziel: Räumliche Vernetzung hochschulnaher Forschung und Wirtschaft (ZF3.3)

Auf dem Konstanzer Innovationsareal werden gegenwärtig neue Möglichkeiten für eine engere Vernetzung von Gründenden und Startups in Verbindung mit den Hochschulen geschaffen. In logischer Fortentwicklung ist es sinnvoll, dieses Thema langfristig in direkter Hochschulnähe weiterzuerfolgen, z.B. auf dem Areal der Wessenbergschule im Paradies.

Die direkte räumliche Nähe zwischen Studierenden, Gründenden und Lehrpersonal bzw. Mentoren bietet einen niederschweligen Zugang in die Vorgründungsphase. Hochschulnahe Gründer- und Technologieparks sind zunehmend ein bedeutender Standortfaktor der Hochschulen.

Zielgruppe	Hochschulen, Gründende
Verantwortlichkeit	WF und TZK
Ressourcen/Budget	n.n., ergänzend zum Projekt Konstanzer Innovationsareal
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2025
Evaluation	Projektauftrag im Umfeld HTWG und Universität



Statusbeschreibung

Der Technologietransfer von Hochschulen in die Wirtschaft ist ein zentraler Baustein in der Strategie beider Hochschulen. Mit den drei Makerspaces (Open Innovation Lab OIL/HTWG, FabLab/Uni, innolab Bodensee auf dem Konstanzer InnovationsAreal) ist dies im technologischen Bereich auf einen guten Weg gebracht. Die vom Gemeinderat im Herbst/Winter 2023 beschlossene Transfermanagementstelle wird zum Erfolg beitragen.

Vor einer möglichen Flächenrelevanz ist die Maßnahme näher zu prüfen und gehört damit zum Handlungsfeld „Vernetzung von Unternehmensgründung, Wirtschaft & Wissenschaft“.

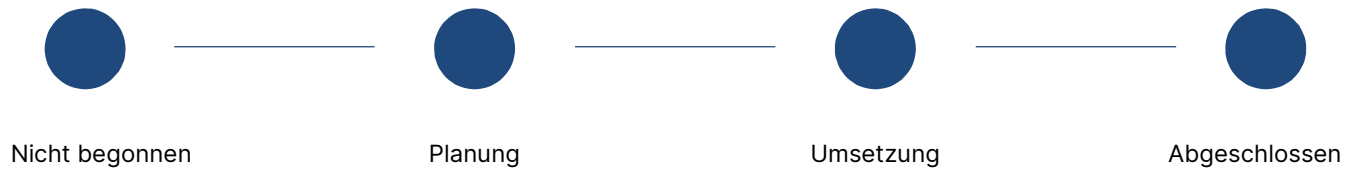
Beantwortung: Christina Groll (WF/farm), Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Visionsbaustein 4 „Umwelt erhalten und Ressourcen schonen“

Qualifizierte Freiraumplanung für jedes Gebiet mit gewerblicher Nutzung (MF4.1)	
Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). In neuen gewerblichen Quartieren stehen ebenerdige Stellplatzflächen nur überbaut zur Verfügung (ZF4.2).	
Als Standortfaktor für Unternehmen ist eine attraktive Arbeitsumgebung durch hochwertige Freiräume für die Beschäftigten elementar. Durch eine hohe ÖPNV-Nutzung, Reduktion an Stellplätzen und überbaute, ebenerdige Stellplatzflächen stehen u.a. zusätzliche Möglichkeiten für attraktive Freiräume zur Verfügung.	
Zielgruppe	Wirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU)
Ressourcen/Budget	Umsetzung im Rahmen der städtebaulichen Rahmen- und Bauleitplanung
Laufzeit/Zeitraumen	laufend
Evaluation	Bauleitplanung und Konzeptunterlagen für bestehende und neue Wirtschaftsflächen



Statusbeschreibung

Das jüngste gesamtstädtische Freiraumkonzept einschl. Gewerbe stammt aus dem Jahr 2019 und wird durch ASU/Abt. Umwelt + Grün beständig fortgeschrieben. In den Bebauungsplänen werden Festsetzungen zum Freiraum und Begrünung festgeschrieben. Im BP Unterlohn wurde das Thema Freiraum als Bestandteil der gewerblichen Entwicklung im Rahmenplan aufgenommen.

Eine qualifizierte Freiraumplanung auch für Betriebsgelände ist bei Neu- oder Umbauvorhaben vor dem Hintergrund Klimaschutz, Klimawandelanpassung, lebenswertes Arbeitsumfeld und steigender Qualitätsansprüche weiterhin sinnvoll und an die Betriebe zu kommunizieren.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU), Wolfgang Treß (ASU)

Anpassungsbedarf



Bereitstellung passender Flächen für eMobilitätsinfrastruktur⁴ mit Sharing-Angeboten (MF4.2.)

Ziele: Verbesserte Erreichbarkeit der Unternehmen per Umweltverbund⁵ bzw. ecomobility⁶ (ZF4.1), in neuen gewerblichen Quartieren stehen ebenerdige Stellplatzflächen nur überbaut zur Verfügung (ZF4.2)

Aufgrund der Knappheit an Wohnraum und dem Mangel an Fachkräften ist eine gute, leistungsfähige Verkehrsanbindung für die Unternehmen erforderlich. Sharing-Angebote nehmen weiter zu und sollten daher ausgebaut werden.

Zielgruppe	Wirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU) und Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	n.n. im Rahmen der städtischen Projekte zur eMobilität
Laufzeit/Zeitraumen	laufend
Evaluation	Integration in die Bauleitplanung



Statusbeschreibung

Zur Erreichung der Klimaschutzziele hat die Erreichbarkeit per Umweltverbund und der Bereich ecomobility deutlich an Bedeutung gewonnen. Sie sind zu fördern und die Einrichtung von Mobilitätsmanagement in den Betrieben zu fördern. Die Überbauungspflicht von Stellplätzen auf Privatgrundstücken in gewerblichen Quartieren ist vor dem Hintergrund des Urteils des VGH BW im Normenkontrollverfahren zum Bebauungsplan Stromeyersdorf Ib, 2. Änderung vom 12. Juli 2023 aufzuheben oder näher normgerecht zu präzisieren.

Die Überbauungspflicht von Stellplätzen auf Privatgrundstücken in gewerblichen Quartieren ist vor dem Hintergrund des Urteils des VGH BW im Normenkontrollverfahren zum Bebauungsplan Stromeyersdorf Ib, 2. Änderung vom 12. Juli 2023 aufzuheben oder näher normgerecht zu präzisieren.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU), Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



⁴ Der Begriff der eMobilität bedeutet, dass der Antrieb mit Strom betrieben wird. Im Rahmen des Handlungsprogramms Wirtschaft wird immer eine regenerative Energiequelle vorausgesetzt, da nur so dem Anspruch an Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung entsprochen werden kann.

⁵ Mit dem Begriff Umweltverbund wird der Dreiklang aus Fußweg, Fahrrad und ÖPNV bezeichnet.

⁶ Zur „ecomobility“ zählen alle Verkehrsarten, die mit erneuerbaren Energien betrieben werden.

Rooftop-Marketing als Anreiz für eine intensivere Nutzung von Dächern und Fassaden (MF4.3.)

Ziel: ökologisch/funktionale Nutzung von Dach- und Fassadenflächen (ZF 4.3)

Zur Steigerung der Flächen- und Energieeffizienz müssen Gebäude zukünftig stärker multifunktional genutzt werden. Dies gilt sowohl für Dächer (energetische Nutzung, Naturraum- oder Freizeitnutzungen etc.) als auch für Fassaden (Begrünungen, energetische Nutzungen etc.). Dadurch können in den Immobilien zusätzlich Flächen für andere Nutzungen frei werden. Auch die Attraktivität und der Wert der Immobilie werden gesteigert. Innovative, beispielgebende Projekte sollten öffentlichkeitswirksam kommuniziert werden (z.B. Medienberichterstattung, Auslobung von Preisen oder Wettbewerben, Vermarktung über Postkarten, Wandkalender etc.).

Zielgruppe	Immobilieigentümer, Projektentwickler, Bauherren
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU und WF) und MTK
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2025
Evaluation	Steigerung der Nutzungen von Dach- und Fassadenflächen



Statusbeschreibung

Mit dem Ausbau und der Eröffnung des Rooftop im Einkaufscenter Lago ist im Frühjahr 2024 eine erste Umsetzung an prominenter Stelle erfolgt. Es sollte geprüft werden, ob die Maßnahme - ggf. weiterentwickelt - in die Klimaschutzstrategie unter Bearbeitung des AKS aufgenommen werden kann.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU), Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Aufbau und Erweiterung digitaler Angebote (z.B. Apps) für Pendler zur intelligenten Nutzung der Mobilitätsinfrastruktur (MF4.4).

Ziele: Verbesserte Erreichbarkeit der Unternehmen per Umweltverbund bzw. ecomobility (ZF4.1), weitgehend autofreie gewerblich-urbane Quartiere (ZF 4.4)

Neben einem leistungsfähigen Umweltverbund können die Vorteile und Verknüpfungsmöglichkeiten durch digitale Angebote zu einer stärkeren Nutzung anregen.

Zielgruppe	Wirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU) und Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	2025-2030, Pilotprojekt Gesamtstadt und/oder Stadtteil Hafner
Evaluation	Kundenbefragung und Nutzerverhalten



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Der Landkreis Konstanz hat mit PENDLA eine App im Einsatz. Ein weitergehendes Projekt mit Berücksichtigung von lokaler, regenerativer Stromerzeugung, Firmenfahrzeugflotten, Verleihsystem und App liegt im Rahmen von Smart Green City vor und wird aktuell nicht weiterverfolgt. Die Maßnahme ist teilweise erfüllt, aber in Kooperation mit örtlichen Unternehmen weiter ausbaufähig.

Beantwortung: Martin Kratz (ASU), Bernd Stephan (WF)

Anpassungsbedarf



Entwicklung von Pilotprojekten hinsichtlich Energieeffizienz und Ressourcenverbrauch am Standort Hafner (MF4.5)

Ziel: Neue gewerbliche und gewerblich-urbane Quartiere werden energieautark entwickelt (ZF4.5).

Verbesserte Gebäudestandards bzw. Maßnahmen zur Energieeinsparung können mittel- bis langfristig zur Kostenreduzierung beitragen. Flächen für energetische Infrastruktur können eingespart werden und für andere Nutzungen (gewerblich, Freiräume etc.) zur Verfügung stehen.

Zielgruppe	Unternehmen, Bauherren
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU) und Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	n.n., ggf. Fördermittel
Laufzeit/Zeitraumen	2023-2028, Pilotprojekt Stadtteil Hafner
Evaluation	Konzepterstellung, Umsetzung



Statusbeschreibung

Die Maßnahme ist weiterhin wichtig, wobei der Begriff der Energieautarkie im Sinne einer vollständigen unabhängigen Energieversorgung anzupassen ist. Im Rahmen des Forschungsprojekt Hafner KliEn wird eine ausgeglichene Energiebilanz über den Jahresverlauf unter Einbezug erneuerbarer Energien angestrebt. Das Forschungsprojekt Hafner KliEn sieht die zentrale Wärmeversorgung ebenso vor, wie eine maximale Solarisierung. Die o.g. Autarkie im Sinne einer vollständigen Selbstversorgung ohne einen notwendigen Netzanschluss des gesamten SEM-Umgriffs ist nicht Ziel des Forschungsprojektes. Bisherige Schritte: Start Hafner KliEn 12/2020, TUA Wärmeversorgung 03/2024.

Beantwortung: Patrik Betz (Hafner)

Anpassungsbedarf



Konstanz als Destination

Maßnahmen.....	88
Qualitätsoffensive (MDe1).....	88
Verbesserung der Kommunikation zwischen Verwaltung und Tourismuswirtschaft (MDe2)	89
Schaffung einer Wohlfühl-Atmosphäre in der Innenstadt (MDe3-5)	90
Convention-Office Lake Constance (MDe6)	91
Zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungsanfragen (MDe7).....	92
Key-Account-Management (MDe8).....	93
Internationalisierung (MDe9)	94
Präsentation der Destination über digitale Medien (MDe10)	95
Ausweitung der grenzüberschreitenden Kooperationsangebote (MDe11)	96
Ausbau und Weiterentwicklung von übernachtungswirksamen Top-Events (MDe12)	97
MICE Cross-Selling (MDe13)	98
Standortmarketing: Ausbau und Optimierung der Kommunikation (MDe14).....	99
Ausbau der Angebote im Bereich Naturerlebnisse (MDe15).....	100
Ausbau des ÖPNV (MDe16).....	101
Gemeinsame Aktionen von MTK und Tourismuswirtschaft (MDe17)	102
Verbindlicher Ansprechpartner für Verkehrsmaßnahmen an Hochlasttagen (MDe18).....	103
Schulung der Verwaltungsmitarbeiter (MDe19)	104
Weitere Projektideen:	105
Mystery Shopping (MDe20).....	105
Erstellung von Leistungskennzahlen (MDe21)	106
Certified Event Designer (MDe22)	107
Ergänzung des Tagungsangebotes in Konstanz durch Umsetzung der Hotelstudie 2017 (MDe23).....	108
Suchmaschinenoptimierung für Online-Buchungsportale (MDe24).....	109

Maßnahmen

Qualitätsoffensive (MDe1)	
Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)	
Es werden Schulungen durchgeführt für alle Servicebereiche aus Gastronomie, Handel, Hotel etc. Dabei geht es um die Kundenorientierung und -freundlichkeit. Jeder Gast, unabhängig ob Konstanzer oder Tourist, muss so bedient werden, dass er wiederkommen möchte.	
Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft
Verantwortlichkeit	MTK mit Partnern
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2018
Evaluation	Anzahl der durchgeführten Schulungen bzw. Teilnehmenden, Ergebnisse Mystery Shopping (MDe3)



Statusbeschreibung

Dem Kunden Qualität zu geben ist ein permanenter Prozess, der ständig mit den Stakeholdern und dem Marketingbeirat der MTK abgestimmt wird. Qualität bzw. guter Service wird von Kunden sehr geschätzt. Die Abschaltung von Mängeln im Stadtgebiet gehört auch zu einer Stadtqualität und lässt häufig zu wünschen übrig.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Verbesserung der Kommunikation zwischen Verwaltung und Tourismuswirtschaft (MDe2)

Ziele: Zusammenarbeit von Stadt und Tourismuswirtschaft als konstruktive Partner (ZDe12) und Entwicklung eines ziel- und lösungsorientierten, wirtschaftsfreundlichen Verhaltens der Verwaltung (ZDe13)

Es gibt viele Auflagen und Regularien der Stadtverwaltung, die zu einem Mehraufwand bei den betroffenen Gewerbetreibenden bzw. zu geringeren Kundenfrequenzen führen. Dies betrifft z.B. Baustellen oder auch verkehrssteuernde Maßnahmen. Durch rechtzeitige Information der Verwaltung steigen Akzeptanz und gegenseitiges Verständnis, im Idealfall können Maßnahmen sogar für die Betroffenen optimiert werden. Regelmäßig, d.h. zweimal jährlich stattfindende Austausch- und Informationstreffen zwischen Verwaltung, Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie und MTK sowie ein monatlicher Jour Fixe zwischen Verwaltung und MTK sind hier zielführend.

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft und des Handels, Stadtverwaltung
Verantwortlichkeit	Stadt (WF bzw. themenspezifisch das jeweilige Fachamt wie Verkehr = ASU), MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Anzahl gemeinsamer Treffen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Stadtverwaltung betreibt aktiv Baustellenkommunikation. Die Wirtschaftsförderung informiert aktiv Gewerbetreibende, die im Einzugsgebiet von Baumaßnahmen durch negative Einschränkungen betroffen sein könnten. Gewerbetreibende erhalten so rechtzeitig und laufend Informationen und bekommen die richtigen Ansprechpartner für Fragen oder Anliegen. Die allgemeine Baustellen-Kommunikation liegt federführend im Presseamt.

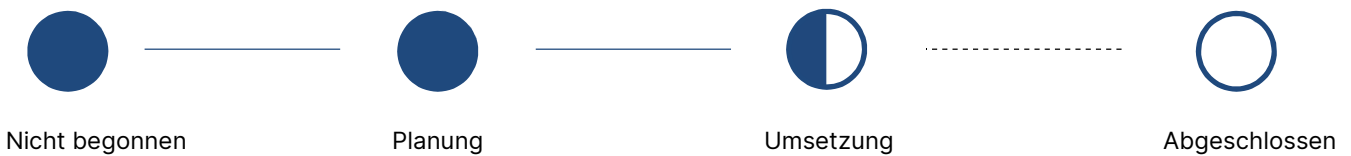
Darüber hinaus gibt es Formate für die Kommunikation zwischen Wirtschaft und Verwaltung, wie z.B. Wirtschaftsausschuss, Quartalsgespräch mit BML, MTK Come Together oder das Unternehmerfrühstück. Der Arbeitskreis Zukunftsfitte Innenstadt wurde in das Projekt „Smart Green City“ verlagert. Viele Innenstadt-Akteure wünschen sich ein Wiederaufleben dieses Formats, in erneuerter Form mit mehr Verbindlichkeit.

Beantwortung: Xaver Haider (Wirtschaftsförderung)

Anpassungsbedarf



Schaffung einer Wohlfühl-Atmosphäre in der Innenstadt (MDe3-5)	
Ziel: Erhalt und Weiterentwicklung der lebendigen City durch attraktiven Einzelhandel, Gastronomie u.a. (ZDe10)	
Mit einfachen Maßnahmen, die schnell umsetzbar sind, kann die Innenstadt sofort maßgeblich aufgewertet werden: Sauberkeit in der Innenstadt durch bedarfsgerechte Entleerung der Mülleimer (MDe3), pro-aktive Lösung der Bettlerproblematik (MDe4), Blumen und Dekoration auf öffentlichen bzw. halb-öffentlichen Plätzen und Straßen, z.B. Rathausinnenhof (MDe5). Für letzteres bedarf es ggf. einer Anpassung der geltenden Sondernutzungssatzung ⁷ inkl. der dazugehörigen Gestaltungsrichtlinien.	
Zielgruppe	Einheimische, Gäste, Anwohner, Anlieger
Verantwortlichkeit	Stadt, MTK
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2018
Evaluation	Innenstadt zum Wohlfühlen



Statusbeschreibung

Die Maßnahme ist ein Dauerbrenner. Die Bettlerproblematik ist weiterhin offen. Es fehlen öffentliche und vor allem saubere Toiletten. Die Flowerballs sind innovativ und erfolgreich. Die Grünflächen-Pflege ist unzureichend. Anwohner und Gewerbetreibende übernehmen diese teils. Der Straßenbelag ist häufig mangelhaft und könnte schneller aufgefüllt werden. Potenziale einer schönen Innenstadt werden nicht genutzt. Zusammenfassend besteht akut Handlungsbedarf.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



⁷ „Satzung über den Gemeingebrauch und über Sondernutzungen an öffentlichen Straßen und in den Fußgängerzonen der Stadt Konstanz und Richtlinien über die Erteilung von Sondernutzungserlaubnissen für gewerbliche Nutzungen auf öffentlichen Verkehrsflächen in Konstanz (Gestaltungsrichtlinien)“, kurz Sondernutzungssatzung

Convention-Office Lake Constance (MDe6)	
Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)	
Das „Convention-Office Lake Constance“ ist die bodenseeweit einheitliche Anlaufstelle für alle, die Veranstaltungen, Events, Tagungen, Kongresse etc. in unserer Region stattfinden lassen wollen. Das Convention Office erstellt Komplettangebote inkl. Rahmenprogramm und Hotelkontingente. Es ist die zentrale Servicestelle für die gesamte Region. Es ist international aufgestellt und sollte überregional bei IBT, IBK und IBH eingebunden sein, um diese vorhandenen Potenziale zu nutzen. Eine solche Agentur aufzubauen bedarf hoher Ressourcen und braucht einen zeitlichen Vorlauf. Sie muss zunächst in Teilschritten entwickelt werden (MDe7), wobei Konstanz hier eine Vorreiterrolle einnehmen sollte.	
Zielgruppe	Auftraggeber von Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	MTK/Regio
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	n.n.
Evaluation	Auslastung der Tagungs- und Kongresseinrichtungen in Konstanz durch überregionale Kunden



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme hat nach wie vor eine hohe Aktualität. Die MTK betreibt mit eigenen Mitteln ohne spezielle Förderung im Rahmen der Möglichkeiten das Convention-Office in Kooperation mit dem Konzil und dem BODENSEEFORUM. Die Auslastung der Hotellerie als auch der Veranstaltungsanbieter könnte mit gezielter Förderung gesteigert werden.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

In der Bodenseeregion gibt es inzwischen Convention Bureaus für den Kanton St. Gallen, das Land Vorarlberg und Lindau. Der Fokus für ein Convention Bureau für Konstanz ist daher der Landkreis Konstanz bzw. westl. Bodensee. Vorrangiges Ziel eines Convention Bureaus ist, Konstanz und die umliegende Region als Tagungsdestination zu stärken, eine größere Anzahl mehrtägiger Kongresse in die Region zu holen, die übernachten, essen, Rahmenprogramm umsetzen etc.

Beantwortung: Ruth Bader (BFK)

Anpassungsbedarf



Zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungsanfragen (MDe7)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Als erster Schritt zu einem „Convention Office Lake Constance“ sollte eine zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungsanfragen installiert werden. Durch die Vernetzung mit der Vierländerregion Bodensee können die Aufträge in der Region gehalten werden. Später sollte diese Funktion in einem Convention Office Bodensee (MDe6) integriert werden.

Zielgruppe	Auftraggeber von Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	MTK/Regio
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	n.n.
Evaluation	Inbetriebnahme und Anfragenbearbeitung der zentralen Servicestelle



Statusbeschreibung

Es wurde zudem in Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung ein Veranstaltungsmanagement-Konzept und eine Veranstaltungsmanagement-Stelle bei der MTK geschaffen, die als Ansprechperson vor, während und nach Veranstaltungen dient. Es gibt seit 2019 ein Veranstaltungskonzept, welches laufend weiterentwickelt wird.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Key-Account-Management (MDe8)

Ziele: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4) und Etablierung von Konstanz als Destination für Wirtschaft & Wissenschaft (ZDe6)

Über die Kontaktpflege mit Unternehmen und Fakultäten der Hochschulen werden überregionale bzw. internationale Veranstaltungen und Symposien nach Konstanz geholt. Es wird ein fertiges Produkt inkl. Buchungssystem etc. angeboten. Die Ausdehnung auf die REGIO und die gesamte Bodenseeregion sollte bis 2020 erfolgen, später erfolgt eine Eingliederung in das Convention Office Bodensee (MDe6).

Zielgruppe	Veranstalter wissenschaftlicher Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	Bodenseeforum
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2025
Evaluation	Anzahl der über das Key-Account-Management akquirierten Veranstaltungen



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Mit den Erfahrungen der letzten Jahre würde die Maßnahme heute so nicht mehr formuliert werden: Überregionale und internationale Tagungen sind nicht das Hauptziel des Hauses. Der Radius der Herkunft der Veranstalter hat sich eindeutig reduziert. Die Ergebnisse des Strategieprozesses „Konstanz als Tagungsstandort“ sind zu berücksichtigen. Es gibt kein fertiges Produkt, sondern jeweils individuelle auf die Wünsche des Veranstaltenden angepasste Veranstaltungen. Bis heute wurde kein Convention Bureau realisiert.

Beantwortung: Ruth Bader (BFK)

Die Maßnahme läuft aktuell mit 0,5 Stelle bei der MTK nebenher. Es besteht ein Tagungsarbeitskreis. Die fehlende langfristige Finanzierung ist der „Knackpunkt“.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf

Internationalisierung (MDe9)	
Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)	
Neben den bekannten Besucherländern werden weitere identifiziert, die zu den Kriterien und in die Tourismusstrategie passen. Es werden zusätzliche, neue Märkte für die Destination Konstanz erschlossen.	
Zielgruppe	Betriebe der Beherbergungs- und Übernachtungswirtschaft
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Maßnahme wurde durch die Pandemie stark beeinflusst und hat eine Zäsur im Kundenverhalten nach sich gezogen. Internationales Reisen war über Monate nicht möglich. Schweiz, Frankreich, Benelux und Österreich sind nach der Pandemie weiterhin die internationalen Kernmärkte. Die gezielte Ansprache der Kunden musste wieder hochgefahren werden. Im Ansatz wird vor allem Europa und nicht z.B. Asien oder Amerika verfolgt. Der Schwerpunkt liegt derzeit auf den DACH-Märkten.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Präsentation der Destination über digitale Medien (MDe10)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Konstanz muss in den digitalen Medien der Destinationswirtschaft deutlich besser vertreten sein und sichtbarer werden. Social Media Kanäle wie Facebook, Instagram oder Twitter sind heute Standard. Ergänzt werden müssen z.B. Bidbook u.a.

Zielgruppe	Gäste
Verantwortlichkeit	MTK, Bodenseeforum
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Erhöhung der Besucherzahlen, die durch digitale Medien auf Konstanz aufmerksam geworden sind



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Siehe Geschäftsbericht der MTK. Wird laufend ausgebaut und neue Medien hinzugefügt. Das verfügbare Budget ist derzeit der begrenzende Faktor.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Die Sichtbarmachung als MICE Destination ist die Aufgabe von MTK und Regio bzw. eines Convention Bureaus. MICE ist bisher ein Thema aber kein Schwerpunkt im Konstanzer Destinationsmarketing. Das BFK nutzt zur eigenen Sichtbarkeit Social Media sowohl im B2B als auch B2C.

Beantwortung: Ruth Bader (BFK)

Anpassungsbedarf



Ausweitung der grenzüberschreitenden Kooperationsangebote (MDe11)	
Ziel: Der See/das Wasser und die Stadt sind einkommensunabhängig erlebbar – für Einheimische, Gäste und Beschäftigte (ZDe3)	
Aufgrund der eingeschränkten Flächenthematik von Konstanz ist es schwierig, neue Angebote der Freizeitwirtschaft zu schaffen. Daher sollte das vorhandene Angebot besser genutzt und vermarktet werden. Kooperationen mit den Nachbarn sind zielführend, z.B. digitales Willkommens-Paket zusammen mit Kreuzlingen, gemeinsame Vermarktung Freizeitinfrastruktur und Angebote in Kreuzlingen bzw. Region westlicher Bodensee.	
Zielgruppe	Einheimische, Gäste und Beschäftigte
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2025
Evaluation	Absolute Anzahl der grenzüberschreitenden Angebote ist gestiegen.



Statusbeschreibung

Es gibt Kooperationen mit Kreuzlingen, das heute Mitglied in der REGIO Konstanz-Bodensee-Hegau e.V. ist. Vom Austausch und der Zusammenarbeit profitieren beide Seiten. Maßnahmen wurden installiert, etabliert und weiterentwickelt. Das Willkommens-Paket ist gedruckt vorhanden.

Beispiele: Flohmarkt, Event-Schiffe, Kinderfest etc. gemeinsam mit Kreuzlingen, Velo-Event

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf

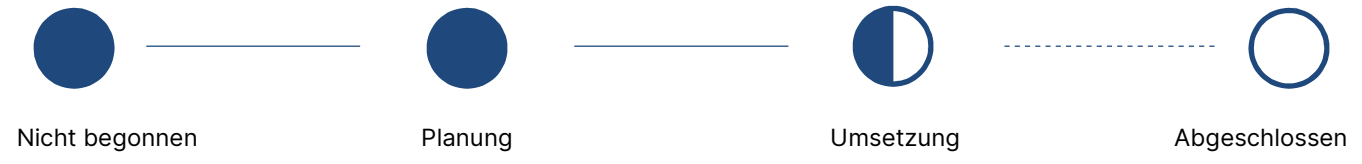


Ausbau und Weiterentwicklung von übernachtungswirksamen Top-Events (MDe12)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Um die Attraktivität der Destination hoch zu halten und überregional zu festigen, ist die Weiterentwicklung von Top-Events mit Strahlkraft wichtig. Dabei geht es nicht darum, zahlreiche neue Veranstaltungen in Konstanz zu ermöglichen. Wichtig ist die inhaltliche Weiterentwicklung der bestehenden Formate sowie ein sensibler Aufbau neuer Themen unter Berücksichtigung dessen, was zeitgemäß und Standort verträglich ist. Um die Wertschöpfung in der Stadt und in der Region zu halten, sind übernachtungswirksame Events zielführend.

Zielgruppe	Einheimische & Gäste
Verantwortlichkeit	MTK bzw. der jeweilige Veranstalter
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Erfolg der Veranstaltung (Besucherzahlen u.a.)



Statusbeschreibung

Der Erhalt und Neustart von Events nach der Pandemie liegen aktuell weiterhin im Fokus. Wichtig ist, künftig eine qualitative Weiterentwicklung anzuschließen. Weitere Impulse sind vom neuen Asisi-Panorama zu erwarten.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



MICE Cross-Selling (MDe13)	
Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)	
Das MICE-Lab Bodensee ⁸ ist ein Netzwerk der regionalen Veranstaltungs- und Tagungsanbieter. Cross-Selling über das MICE-Lab bedeutet, wenn ein Anbieter den Kundenwunsch nicht erfüllen kann, wird ein anderer Anbieter aus der Region empfohlen. So bleiben im besten Fall der Auftrag und die Wertschöpfung in der Region (Empfehlungsmarketing).	
Zielgruppe	Teilnehmer des MICE-Lab Bodensee
Verantwortlichkeit	Bodenseeforum
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab sofort
Evaluation	Messung der in der Region gehaltenen Formate



Statusbeschreibung

Cross-Selling ist ein Nebeneffekt des MICE:lab, aber nicht dessen Hauptaufgabe, sondern liegt in der Verantwortung der einzelnen Häuser. Ziel des MICE:lab ist es, Veranstaltungen und Gastgeberschaft weiterzuentwickeln. Das MICE:lab arbeitet aktiv an der Weiterentwicklung der Veranstaltungslandschaft Bodensee. Dazu treffen sich die Mitarbeitenden aus der Veranstaltungsbranche aus 4 Ländern rund um den See mehrfach im Jahr zu unterschiedlichen Austauschformaten. Aktuell erforscht der Verbund die Zusammenhänge zwischen sinnstiftenden Veranstaltungen und Nachhaltigkeit.

Durch das enge Miteinander der Häuser – nicht nur auf Leitungsebenen – gehört es zum Selbstverständnis der Mitarbeitenden, Cross-Selling zu betreiben. Im Rahmen des MICE:lab gibt es keine Vorreiterrolle. Die Zusammenarbeit der Häuser zeichnet sich durch ein großes Miteinander aus: Jedes Haus hat seine eigenen Spezialitäten und Stärken und stärkt damit die Bodenseeregion als Veranstaltungsdestination. Daher übernimmt Konstanz keine Vorreiterrolle, sondern ist aktives Mitglied im MICE:lab und im Bodensee Meeting. Das MICE:lab wurde Anfang 2020 in einen Verein überführt.

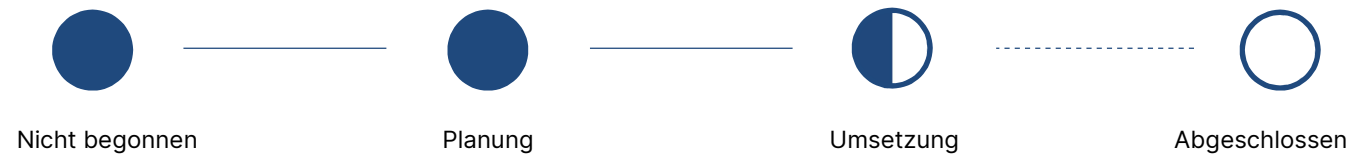
Beantwortung: Ruth Bader (BFK)

Anpassungsbedarf



⁸ Das MICE-Lab Bodensee ist ein Zusammenschluss von Inhabern und Betreibern von Kongress- und Tagungshäusern in der Vierländerregion Bodensee, www.micelab-bodensee.com, abgerufen am 12.09.2018.

Standortmarketing: Ausbau und Optimierung der Kommunikation (MDe14)	
Ziele: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4) und Etablierung von Konstanz als Destination für Wirtschaft & Wissenschaft (ZDe6)	
Um wissenschaftliche Veranstaltungen in die Region bzw. nach Konstanz zu holen, muss das Standortmarketing für diesen Bereich ausgebaut werden.	
Zielgruppe	Veranstalter wissenschaftlicher Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2019
Evaluation	Anzahl der über das Key-Account-Management akquirierten Veranstaltungen



Statusbeschreibung

Die Standortkommunikation wird stetig ausgebaut, unter anderem „Tagen mit Seesicht“, „Gemeinsam erleben“, „Unternehmerkompass“ etc. und werden regelmäßig aufgelegt.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Ausbau der Angebote im Bereich Naturerlebnisse (MDe15)

Ziel: Stärkung des sanften Tourismus (ZDe8)

Um sich als Standort für den sanften Tourismus zu etablieren und unserem Anspruch eines nachhaltigen Umgangs mit den Naturressourcen gerecht zu werden, sind die Angebote in diesem Bereich auszubauen. Denkbar sind Ausflugsfahrten mit Solarfähren oder geführte Vögel-Beobachtungs-Touren („Bird Watching“).

Zielgruppe	Gäste
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2019
Evaluation	Anzahl der Angebote und deren Nachfrage



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Die Camping-Plätze wurden qualitativ ausgebaut, Radfahren und der Bodenseeradweg werden aktiv vermarktet. Das Elektroschiff MS Mainau ist neu als Elektroschiff hinzugekommen. Die nächsten Schwerpunkte sind die Anbindung an die Landesfernradwege, Ausbau der Kanutouren, Touren im Loretto-Wald etc.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Ausbau des ÖPNV (MDe16)

Ziele: Stärkung des sanften Tourismus (ZDe8) und moderne Infrastruktur (ZDe5)

Nicht nur für Gäste, auch Einheimische bieten Potenzial, umweltfreundlich angetriebene Transportmittel zu nutzen. Neben den Wasserwegen bieten sich ÖPNV und Sharing-Systeme für das Rad besonders an: eWasserbus, eBus, e-Bikes etc. Voraussetzung ist immer ein CO₂-neutrales Antriebssystem.

Zielgruppe	Einheimische und Gäste
Verantwortlichkeit	Stadt und Stadtwerke Konstanz mit Partnern
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2025
Evaluation	Inbetriebnahme regenerativ angetriebener Transportmittel



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung**Ausbau des ÖPNV****Erforderlichkeit der Maßnahme:**

Die Maßnahme ist eine Schlüsselmaßnahme im Klimamobilitätsplan. Ohne einen Ausbau des bisherigen ÖPNV wird es kaum Verlagerungen von Autofahrten auf den ÖPNV geben.

Aktueller Stand:

02/2024: Beauftragung der Fortschreibung des Nahverkehrsplans (NVP), der die Standards des ÖPNV festsetzt

Erforderliche Schritte:

- 06/2024: Abstimmung der Maßnahmen für die Jahre 2025/2026 mit den Stadtwerken.
- 10/2024: Beschluss Anforderungsprofil des NVP im TUA
- 10/2024: Klärung der Finanzierung von Stadtbus- Angebotsverbesserungen (schwierig aufgrund gestiegener Personalkosten und wegen gesunkener Einnahmen aufgrund des Deutschlandtickets)
- 10/2024: Vorbereitung des öffentlichen Dienstleistungsauftrags für die Neuvergabe der Stadtbuskonzession zum 1.7.2027 an die Stadtwerke Konstanz mobil GmbH.
- 02/2025: Beschluss des Entwurfs der Fortschreibung des NVP
- 05/2025: abschließender Beschluss der Fortschreibung des NVP
- 05/2025: EU-Vorab-Veröffentlichung der Vergabe der Stadtbuskonzession Konstanz

Beantwortung: Stephan Fischer (Amt für Stadtplanung und Umwelt, Leitung Mobilität)

Elektrifizierung des ÖPNV

Maßnahme ist nach wie vor aktuell und wichtig. 29 Elektrobusse sind bestellt, aktuell sind davon bereits 14 im Einsatz, 8 weitere Fahrzeuge folgen im 3. Quartal 2024, die restlichen 7 Fahrzeuge im 1. Quartal 2025. Parallel wird auf dem Betriebsgelände die notwendige Ladeinfrastruktur installiert und in Betrieb genommen. Das Fahrradmietsystem umfasst 140 Normalräder an 15 Stationen sowie 53 Lastenräder, davon 39 mit Elektroantrieb. Es wurden alle für die Umsetzung der Maßnahme notwendigen Schritte durchgeführt.

Beantwortung: Dr. Norbert Reuter (Stadtwerke Konstanz)

Die BSB ist beauftragt, für einen Wasserbusbetrieb ganzjährig Freitag bis Sonntag einen Businessplan zu erstellen. Im Termin am 27.3.2024 wurden BSB, MTK Mainau und Bodenseeforum aufgefordert, Potenziale für die Schiffe zu erheben, die für die eWasserbus-Linie angeschafft werden müssen, bzw. zusätzliche Einsatzmöglichkeiten zu eruieren.

Beantwortung: Stephan Fischer (Amt für Stadtplanung und Umwelt, Leitung Mobilität)

Anpassungsbedarf

Keiner

Niedrig

Mittel



Hoch

Gemeinsame Aktionen von MTK und Tourismuswirtschaft (MDe17)	
Ziel: Erhalt und Weiterentwicklung der lebendigen City durch attraktiven Einzelhandel, Gastronomie u.a. (ZDe10)	
Die Weiterentwicklung des Verkaufsoffenen Sonntags unter Einbezug des Konstanzer Wirtekreises und einer besseren Ausrichtung auf die Konstanzer Bevölkerung sind erfolgreich und werden weiterverfolgt. Dieses Konzept wird auch auf andere Formate übertragen und führt so zu gemeinsamen Marketing- und Sonderaktionen der MTK und von Betrieben der Tourismuswirtschaft und des Einzelhandels.	
Zielgruppe	Einheimische und Gäste
Verantwortlichkeit	MTK mit Partnerbetrieben aus der Tourismuswirtschaft und dem Einzelhandel
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Anzahl gemeinsamer Aktionen und deren Ergebnis



Statusbeschreibung

Maßnahme ist umgesetzt und im Prozess.

Beispiele: Re-Opening, 30 Jahre Imperia, 40 Jahre Bodenseeradweg, Bio- und Regionalmarkt zusammen mit Bio-Musterregion und LEADER, Flowerballs, Konstanzer Kiesel, Shopping mit dem Lieblingmensch, Nachhaltig Shoppen etc.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Verbindlicher Ansprechpartner für Verkehrsmaßnahmen an Hochlasttagen (MDe18)

Ziele: Zusammenarbeit von Stadt und Tourismuswirtschaft als konstruktive Partner (ZDe12) und Entwicklung eines ziel- und lösungsorientierten, wirtschaftsfreundlichen Verhaltens der Verwaltung (ZDe13)

Zwischenzeitlich hat die Stadtverwaltung einen verbindlichen Ansprechpartner mit Kontaktdaten für Gewerbetreibende benannt, der die verkehrssteuernden Maßnahmen an Hochlasttagen begleitet. Damit können Rückmeldungen unverzüglich aufgenommen und Maßnahmen angepasst werden.

Zur weiteren Information und zum Planungsstand bei Verkehrsthemen sollte die Stadtverwaltung auch zukünftig zu regelmäßigen Treffen mit Vertretern der Tourismuswirtschaft einladen.

Zielgruppe	Betriebe und Geschäfte in der Innenstadt
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	sofort
Evaluation	Die ersten Treffen haben 2018 stattgefunden.



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

Das Budget für „Verkehrsmaßnahmen an Hochlasttagen“ bei der MTK beträgt jährlich 140.000 € und weitere 130.000 € im Jahr bei ASU/Mobilität.

Manuelles Verkehrsmanagement ist nach wie vor zwingend notwendig, weil an Hochlasttagen die Stellplatzanlagen in der linksrheinischen Innenstadt gegen Mittag belegt sind und ohne die Maßnahmen der motorisierte Individualverkehr (MIV) vor den Stellplatzanlagen warten muss. Die Folge sind Stau auf dem Altstadtring und Beeinträchtigungen für den Stadtbusverkehr und die Rettungssicherheit.

Im Zuge der Sanierung des Bahnhofplatzes werden aktuell wöchentliche Einsätze der Verkehrskadetten Konstanz-Hegau unter Federführung des Verwaltungsdezernenten evaluiert. Ein wesentlicher weiterer Schritt ist die Beauftragung der Planung für das digitale Verkehrsmanagement durch das TBA.

Beantwortung: S. Fischer (Amt für Stadtplanung und Umwelt, Abteilung Mobilität, Leitung)

Anpassungsbedarf



Schulung der Verwaltungsmitarbeiter (MDe19)

Ziele: Zusammenarbeit von Stadt und Tourismuswirtschaft als konstruktive Partner (ZDe12) und Entwicklung eines ziel- und lösungsorientierten, wirtschaftsfreundlichen Verhaltens der Verwaltung (ZDe13)

Die Mitarbeitenden der Stadtverwaltung, die im Kundenverkehr zu tun haben, sollten die Möglichkeit haben, an Schulungen zu Kundenservice und Qualitätsverhalten teilzunehmen.

Zielgruppe	Mitarbeitende der Stadtverwaltung, die im Kundenbereich arbeiten
Verantwortlichkeit	Führungskräfte der Stadtverwaltung
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab sofort
Evaluation	Zufriedene Kunden, Kundenbefragung



Statusbeschreibung

Alle Fachämter der Stadt Konstanz haben ein Schulungsbudget, welches sie für die Mitarbeiter nutzen können. Die Abteilung Personalentwicklung konzipiert fortlaufend neue und innovative Schulungsangebote, die von den Mitarbeitenden freiwillig genutzt werden können.

Beantwortung: Xaver Haider (Wirtschaftsförderung, Stadt Konstanz)

Anpassungsbedarf



Weitere Projektideen

Mystery Shopping (MDe20)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Mystery Shopping bedeutet, dass unerkannt Test-Einkäufer und Test-Gäste die Betriebe der Konstanzer Tourismuswirtschaft besuchen und einen Bewertungsbogen nach vorher festgelegten Kriterien ausfüllen. So kann unabhängig festgestellt werden, ob bzw. wie die Qualität des Service sich verändert hat. Diese Maßnahme ist zugleich das Controlling für die Qualitätsoffensive (MDe1).

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft und des Einzelhandels
------------	--



Statusbeschreibung

Vor der Corona-Pandemie gab es Umsetzungspläne. Die Idee wurde aus finanziellen Gründen bisher nicht umgesetzt.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Erstellung von Leistungskennzahlen (MDe21)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Um die Destination vergleichbar mit anderen Standorten zu machen und zugleich einen Katalog für die eigenen Leistungen zu haben, sollen Leistungskennzahlen entwickelt werden. Der sogenannte Key Performance Index (KPI) enthält z.B. Verweildauer und andere Indikatoren, die eine Beurteilung des Standortes ermöglichen.

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft und des Einzelhandels
------------	--



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

- Installation der Frequenzmesser
- Datenaustausch zwischen Land, Stadt, MTK und REGIO

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



Certified Event Designer (MDe22)	
Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)	
In jedem Veranstaltungshaus in Konstanz (mittelfristig) bzw. in der Vierländerregion Bodensee (langfristig) sollte ein Mitarbeitender die Weiterbildung zu einem „Certified Event Designer“ vorweisen können. Dies ist ein Ergebnis aus dem MICE-Lab Bodensee, einer internationalen Arbeitsgruppe zur Weiterentwicklung des MICE-Standes Bodensee.	
Zielgruppe	Veranstaltungshäuser in Konstanz bzw. in der Vierländerregion



Statusbeschreibung

Im Team BFK arbeitet eine zertifizierte Event Designerin, Event Design wird auch als Dienstleistung verkauft. Durch die Arbeit des MICE:lab Bodensee werden die Mitarbeitenden der beteiligten Veranstaltungshäuser für Veranstaltungsqualität sensibilisiert. Auf der anderen Seite müssen auch die Veranstaltenden bereit sein, sich beraten zu lassen, bzw. in einem Prozess ihre Veranstaltung zu entwickeln.

Beantwortung: Ruth Bader (BFK)

Anpassungsbedarf



Ergänzung des Tagungsangebotes in Konstanz durch Umsetzung der Hotelstudie 2017 (MDe23)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Konstanz braucht entsprechend der Tourismuskonzepte⁹ neue Hotels mit Meeting-Bereichen. Konkret sollten mind. zwei neue MICE-Hotels im qualitativ hochwertigen Segment mit insgesamt 150-200 Zimmern gebaut werden, um das vorhandene Angebot zu ergänzen und Konstanz zu einem MICE-Standort zu entwickeln.

Zielgruppe	Betreiber von Veranstaltungshäusern in Konstanz bzw. in der Vierländerregion Bodensee
------------	---



Statusbeschreibung

Das Standortkonzept zur Steuerung künftiger Hotelentwicklungen wurde 2017 bis 2026 vom GR beauftragt und befindet sich in Realisierung. Mit den neuen Hotels Hampton by Hilton und The NIU ist die Umsetzung erfolgt. Ausstehend ist das im Bau befindliche Asisi-Panorama.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf



⁹ Tourismuskonzept und Hotelbedarfsanalyse Konstanz der © PROJECT M 2017 im Auftrag der MTK GmbH, beauftragt 2017.

Suchmaschinenoptimierung für Online-Buchungsportale (MDe24)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Es bedarf dringend einer Suchmaschinenoptimierung für Online-Buchungsportale, die Konstanz bzw. die westliche Bodenseeregion bewerben, um die Sichtbarkeit und Buchbarkeit zu erhöhen.

Zielgruppe	Betreiber der regionalen Buchungsportale
------------	--



Nicht begonnen



Planung



Umsetzung



Abgeschlossen

Statusbeschreibung

MTK ist gemeinsam mit der Regio und dem Land tätig. Es ist ein dauerhafter Prozess.

Beantwortung: Eric Thiel (MTK)

Anpassungsbedarf

