



BERATUNG. DIE WIRKT.



STANDORTENTWICKLUNGSKONZEPT SEEHEIM-JUGENHEIM

Öffentlicher Präsentationstermin




Seeheim-Jugenheim
30.09.2011

Dipl.-Geogr. Achim Gebhardt

Herzlich
Willkommen !!!

Stadt- und Regionalmarketing
 City-Management
 Stadtentwicklung
 Einzelhandel
 Wirtschaftsförderung
 Immobilienentwicklung
 Personalberatung
 Tourismus

STUTTGART
RIED(A)
MÜNCHEN
LÜBECK
LEIPZIG
KÖLN

1





Haftungserklärung

Dieser Vortrag wurde eigens für diese Veranstaltung erarbeitet. Die Rechte der Verwertung liegen bei der CIMA .

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken verwendet, für die in Einzelfällen keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage ganz oder teilweise, in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA.

CIMA Beratung + Management GmbH
München, Juli 2009

CIMA 2011

2

Inhalt



1. Begrüßung & Einführung
2. Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept
3. „Wandelgangsdiskussion“
4. Abschließendes Plenum, Ausblick und weiteres Vorgehen

CIMA 2011

3

Inhalt



1. **Begrüßung & Einführung**
2. Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept
3. „Wandelgangsdiskussion“
4. Abschließendes Plenum, Ausblick und weiteres Vorgehen

CIMA 2011

4

Standortentwicklungskonzept Seeheim-Jugenheim

Ziele der heutigen Veranstaltung



- Information der Bürger über Standortentwicklungskonzept
- Ergänzung von Anregungen durch die Bürger
- Identifikation von Beteiligungs-Potenzialen
- Ausblick, weiteres Vorgehen

CIMA 2011

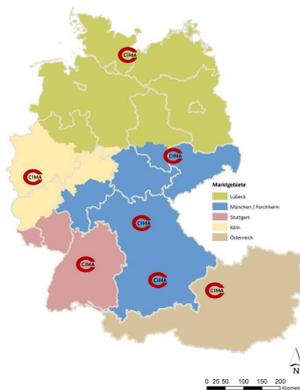
5

CIMA Beratung + Management

Wir stellen uns vor...



- seit 1988 in der Kommunal- und Regionalberatung aktiv
- Standorte in Forchheim, Köln, Leipzig, Lübeck, München, Stuttgart und Ried (A)
- insgesamt rd. 70 Mitarbeiter (Geographen, Raumplaner, Betriebswirte...)
- tätig für Kleinzentren wie Oberzentren
- Know-how aus über 1.000 durchgeführten Projekten



Kompetenzfelder

- Die CIMA ist Ihr kompetenter Berater in den Themenfeldern
- Stadtentwicklung/Stadtplanung
- Innenstadt-/City-Management
- Handelsforschung, Markt- und Standortanalyse, Einzelhandelskonzepte
- Stadtmarketing
- Wirtschafts- und Technologieförderung
- Immobilien- und Projektentwicklung

CIMA 2011

6

Inhalt



1. Begrüßung & Einführung
- 2. Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept**
3. „Wandelgangsdiskussion“
4. Abschließendes Plenum, Ausblick und weiteres Vorgehen

CIMA 2011
7

Standortentwicklungskonzept Seeheim-Jugenheim

Inhalte



- 2 Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept**
 - 2.1. Ziele und Inhalte**
 - 2.2. Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort
 - 2.3. Ergebnisse der Standortanalyse
 - 2.4. Handlungsfelder und Maßnahmen

CIMA 2011
8

Ziele und Inhalte

Standortentwicklungskonzept Seeheim-Jugenheim





- Die Gemeinde Seeheim-Jugenheim hat die CIMA GmbH mit der Erstellung eines Standortentwicklungskonzeptes beauftragt
- Ziel ist die Erfassung der aktuellen Ausgangssituation des Standortes sowie die Ableitung strategischer Entwicklungsziele und konkreter Maßnahmen für die zukünftige Entwicklung der Gemeinde
- Das Konzept soll als gemeinsame (Private Akteure, Verwaltung, Politik) Richtlinie für die Maßnahmenplanung im Rahmen der Standortentwicklung dienen



CIMA 2011
9

Standortentwicklungskonzept Seeheim-Jugenheim

Inhalte



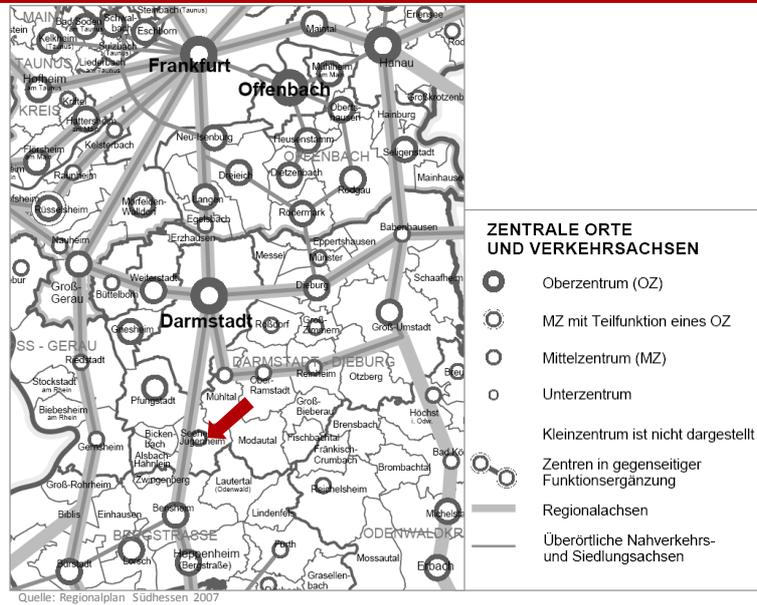


2 Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept

- 2.1. Ziele und Inhalte
- 2.2. Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort
- 2.3. Ergebnisse der Standortanalyse
- 2.4. Handlungsfelder und Maßnahmen

CIMA 2011
10

Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort Lage im Raum



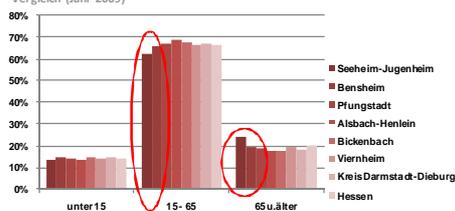
CIMA 2011
11

Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort Altersstruktur im Vergleich

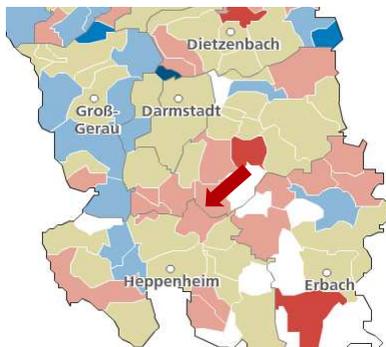


- Anteil der Personen über 65 Jahren in Seeheim-Jugenheim höher
- rund 5 % weniger Personen im Alter zwischen 15-65 Jahren
- insgesamt leicht ältere Bevölkerung auf, als die Städte und Gemeinden der Umgebung

Altersstruktur (Angaben in %) der Gemeinde Seeheim-Jugenheim im Vergleich (Jahr 2009)

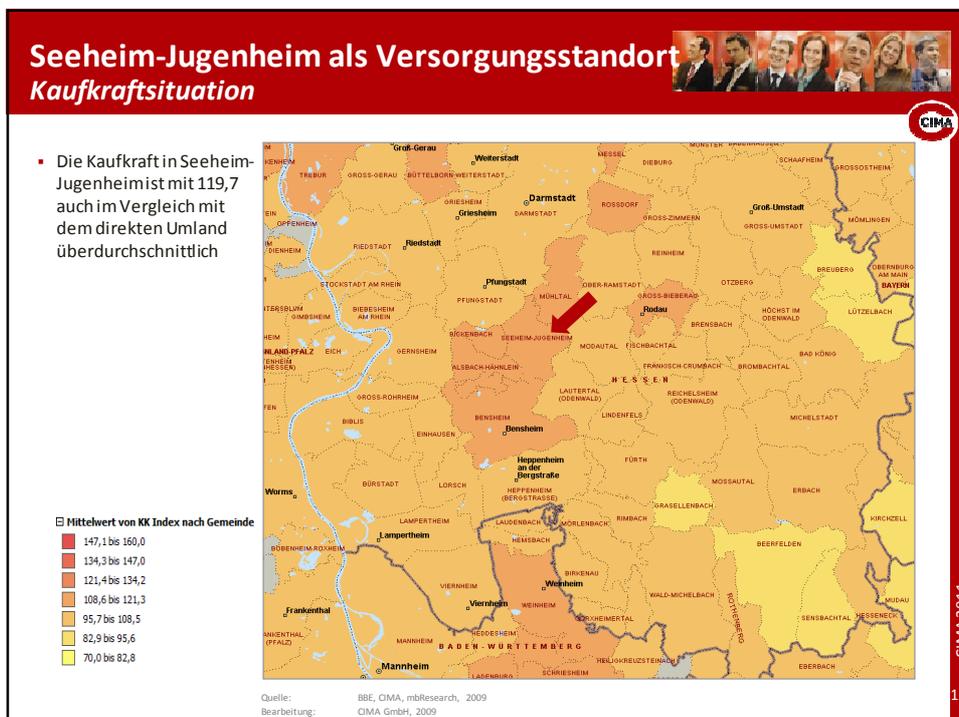
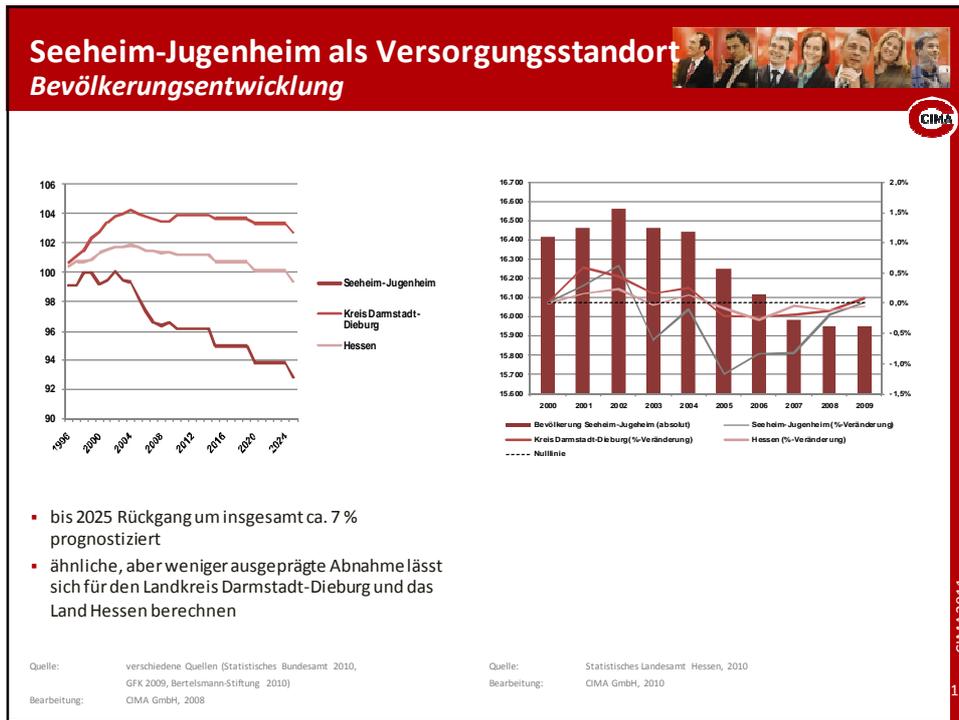


Quelle: Statistisches Landesamt Hessen, 2009
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2010



Quelle: BfE, CIMA, mbResearch, 2009, Bertelsmann - Stiftung 2009
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2009

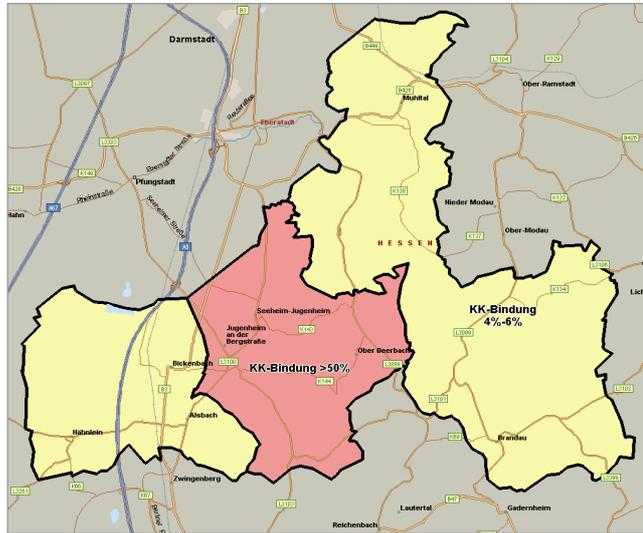
CIMA 2011
12



Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort Einzugsgebiet



- Als Einzugsgebiet bestehen i.A. deutliche Einkaufsbeziehungen, mit einer Kaufkraft-bindung von mindestens 10%.
- Dies ist gegenwärtig hauptsächlich im Gemeindegebiet selbst der Fall. Setzt man zugunsten einer besseren Differenzierung einen zusätzlichen Schwellenwert ab 4 % ergibt sich ein erweitertes Einzugsgebiet mit insgesamt ca. 49.500 Einwohnern.



Kartengrundlage: MapPoint 2006, Bearbeitung: CIMA GmbH 2009

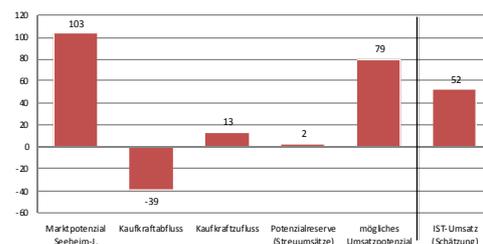
CIMA 2011
15

Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort Markt- und Umsatzpotenzial in Mio. Euro

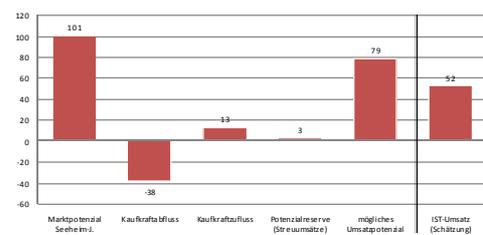


- Seeheim-Jugenheim verfügt über ein bindungsfähiges Umsatzpotenzial von 79,4 Mio. Euro. Der tatsächlich vom Einzelhandel erzielte Umsatz liegt aktuell bei ca. 52 Mio. Euro.
- Mit 39,3 Mio. Euro fließen etwa 40% des gesamten eigenen Marktpotenzials (ca. 103 Mio. Euro) in die Konkurrenzzentren ab.
- Im Hinblick auf die aktuellen Prognosen zur demographischen Entwicklung in der Gemeinde Seeheim-Jugenheim und der umliegenden Gemeinden lässt sich feststellen, dass das Marktpotenzial im Vergleich zur Situation 2010 um knapp zwei Mio. Euro sinken wird.

Markt- und Umsatzpotenzial Seeheim-Jugenheim in Mio. € (2010)



Prognose Markt- und Umsatzpotenzial Seeheim-Jugenheim in Mio. € (2020)



Quelle: CIMA GmbH 2010, eigene Berechnungen

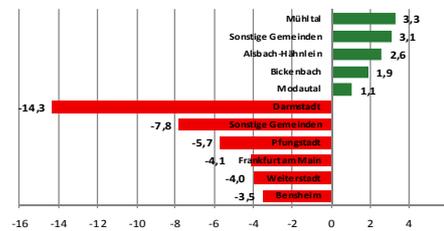
CIMA 2011
16

Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort Markt- und Umsatzpotenzial in Mio. Euro

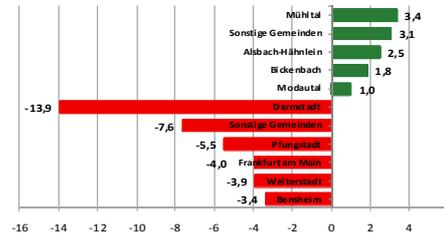


- Die meisten Kaufkraftzuflüsse nach Seeheim-Jugenheim kommen aus Mühlthal und aus Alsbach-Hähnlein. Etwa 3 Mio. Euro pro Jahr fließen von Bickenbach und Modautal nach Seeheim-Jugenheim. Bei den anderen Umlandgemeinden sind die Zuflüsse weit unter 1 Mio. Euro und als „sonstige Gemeinden“ zusammengefasst.
- Ein Großteil des Kaufkraftabflusses aus Seeheim-Jugenheim fließt mit 14,3 Mio. Euro nach Darmstadt, gefolgt von 5,7 Mio. Euro nach Pfungstadt. Weitere hohe Abflüsse der Kaufkraft gibt es nach Frankfurt am Main, Weiterstadt und Bensheim. Weitere Abflüsse z.B. nach Mannheim, Viernheim und Heppenheim sind unter „sonstige Gemeinden“ zusammengefasst.
- Vor dem Hintergrund der prognostizierten demographischen Entwicklung ist ableitbar, dass die Kaufkraftzuflüsse voraussichtlich zurückgehen werden. Die Kaufkraftabflüsse nehmen ebenfalls ab.

Kaufkraftzu- und -abflüsse (in Mio. Euro/Jahr) von Seeheim-Jugenheim



Prognose Kaufkraftzu- und -abflüsse (in Mio. Euro/Jahr) von Seeheim-Jugenheim 2020



Quelle: CIMA GmbH 2010, eigene Berechnungen

CIMA 2011

17

Standortentwicklungskonzept Seeheim-Jugenheim Inhalte



2 Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept

2.1. Ziele und Inhalte

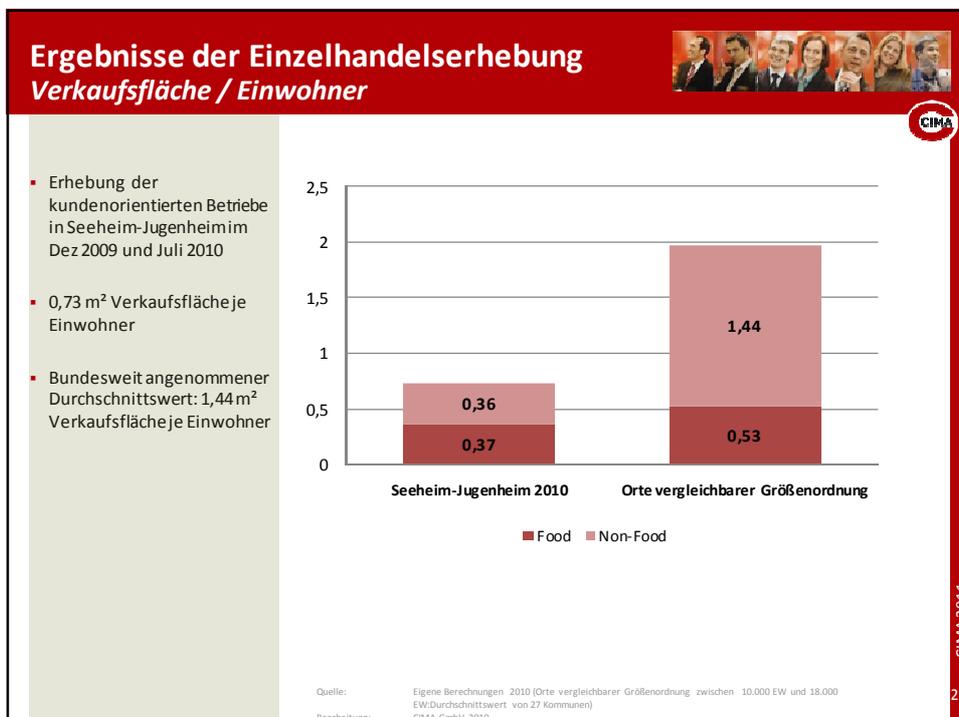
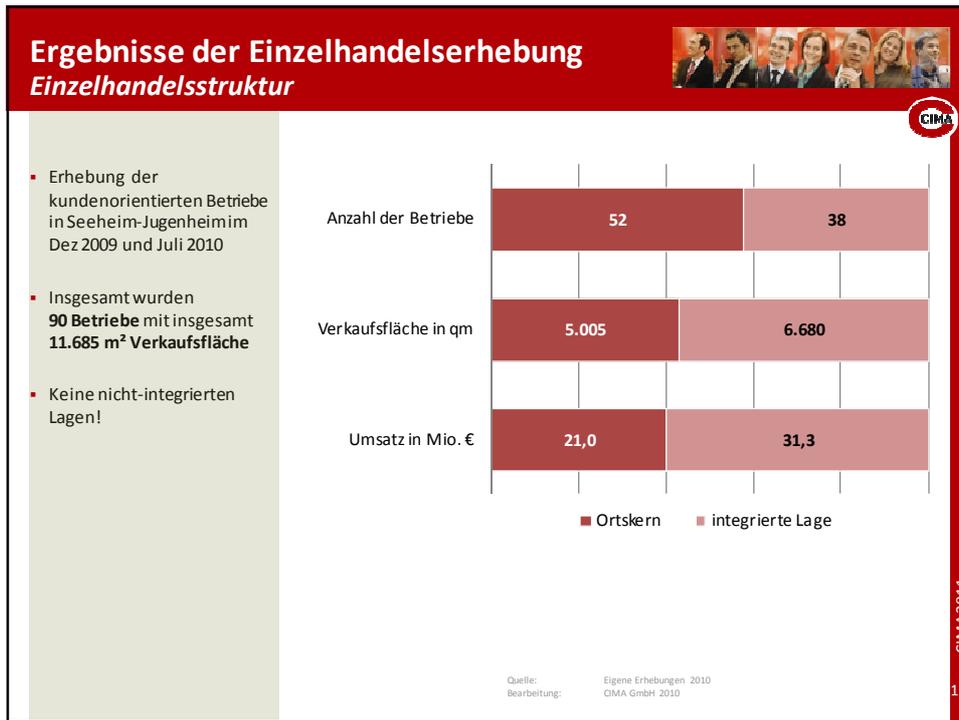
2.2. Seeheim-Jugenheim als Versorgungsstandort

2.3. Ergebnisse der Standortanalyse

2.4. Handlungsfelder und Maßnahmen

CIMA 2011

18



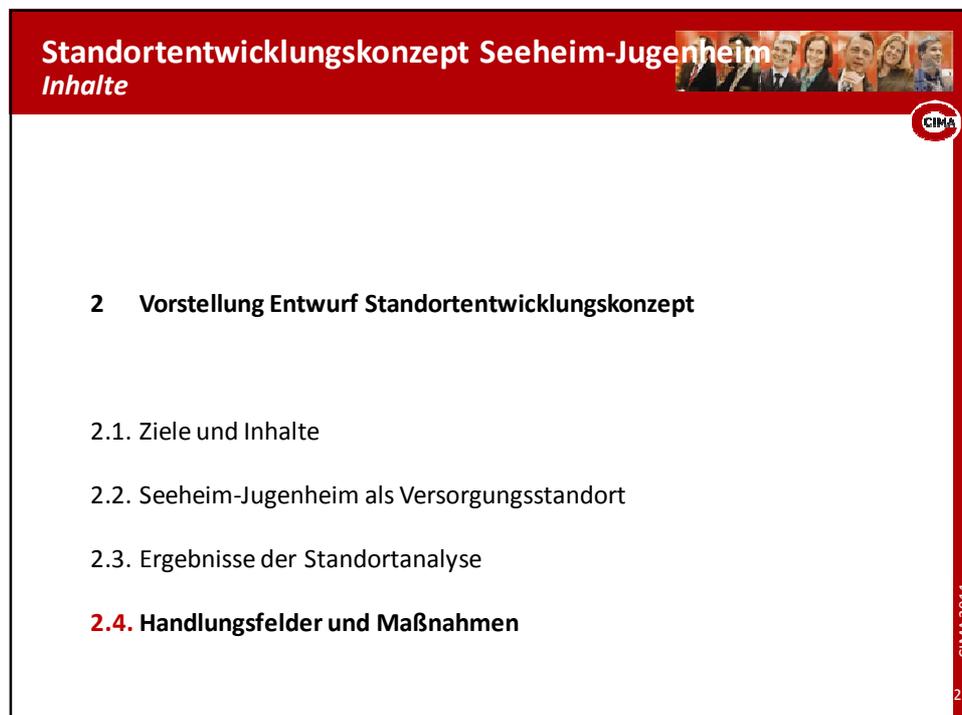
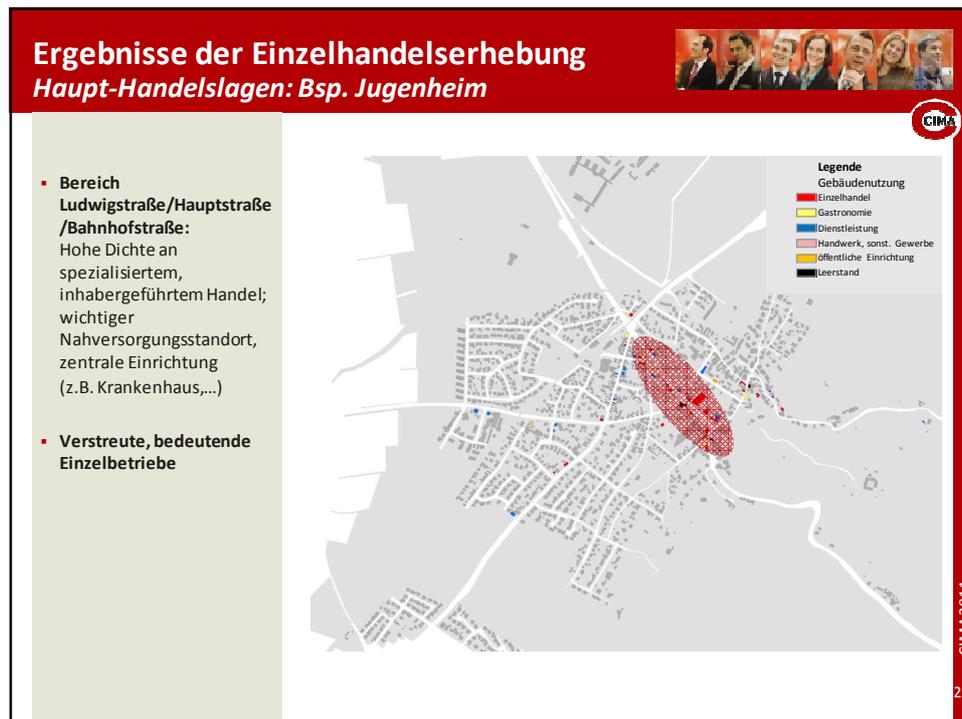


- Über die Hälfte der Betriebe haben eine Verkaufsfläche < 50m². Dies entspricht einem Anteil von 9,5% der Gesamt-Verkaufsfläche in Seeheim-Jugenheim
- Lediglich 5,6% der Betriebe haben eine Verkaufsfläche > 800m². Dies entspricht einem Anteil von 43,6% der Gesamt-Verkaufsfläche in Seeheim-Jugenheim

CIMA 2011 21



CIMA 2011 22



Empfehlungen nach Branchen Verkaufsflächenpotentiale



- Die größten offenen Umsatzpotenziale bestehen in den Bereichen Lebensmittel sowie Drogerien /Parfümerien.
- Die Bedarfsbereiche Elektro (inkl. EDV) sowie Bau- und Heimwerkerbedarf weisen ebenfalls hohe offene Umsatzpotenziale auf.
- Durch die Ansiedlung im Bereich Friedrich-Ebert/Breslauer Straße werden die Potentiale im Bereich Lebensmittel bis auf 0,5 Mio €, im Bereich Reformwaren, Drogerie bis auf insges. 1,08 Mio. reduziert
- Im Bereich Textil sind die Potentiale voll ausgeschöpft

Branche	Umsatzpotenziale	
	2010	/ 2020
Lebensmittel/ Feinkost	9,39 Mio. €	/ 8,59 Mio. €
Reformwaren	0,50 Mio. €	/ 0,49 Mio. €
Drogerien, Parfümerien	2,68 Mio. €	/ 2,59 Mio. €
Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung	0,41 Mio. €	/ 0,39 Mio. €
Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf	0,30 Mio. €	/ 0,29 Mio. €
Möbel	1,62 Mio. €	/ 1,55 Mio. €
Eisenwaren, Hausrat, Baumarktartikel	2,49 Mio. €	/ 2,41 Mio. €
Elektrogeräte, Leuchten	0,79 Mio. €	/ 0,76 Mio. €
Unterhaltungselektronik	1,39 Mio. €	/ 1,35 Mio. €
Autozubehör	1,03 Mio. €	/ 1,01 Mio. €
EDV, Büromaschinen, -einrichtung	1,47 Mio. €	/ 1,44 Mio. €

CIMA 2011
25

Empfehlungen nach Standorten



Ortskerne

- Stärkung und Positionierung
 - Aktivierung von Potentialflächen
 - Konzentration von Nutzungen
 - weitere städtebauliche Aufwertung
- Maßnahmen

Integrierte Lagen

- Nachverdichtung mit nicht ortskernkompatiblen Betrieben in den Haupt-Handelslagen
 - Verknüpfung Friedrich-Ebert mit Ortskern (z.B. Fuß- und Radwegverbindung, Verbesserung der Aufenthaltsqualität, Leitsystem)
 - Erhalt und ggf. Ausbau der Nahversorgung
- Maßnahmen

Ortsteile

- Keine weiteren Ansiedlungen abseits der Nahversorgung

CIMA 2011
26

Zwischenfazit Strategische Handlungsansätze




- „Qualität als roter Faden“
- „Hier blüht“ – Attraktiver Wohnstandort für jung und alt“
- Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche)
- Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien)
- Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde
- Topleistungen intensiver kommunizieren / Stärkeres Kommunizieren des Angebotes
- Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen
- Optimierung der Nutzungsstruktur in Seeheim-Jugenheim
- Gestalterische Aufwertung des öffentlichen Raumes

CIMA 2011
27

Handlungsfelder und Maßnahmen Vorschlag Maßnahmenkatalog




Empfehlungen für Seeheim-Jugenheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) ▪ Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) ▪ „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt ▪ Organisationsworkshop der Gewerbevereine ▪ Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugenheim ▪ Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes ▪ Forcieren des Seeheim-Jugenheim-Merchandising ▪ Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde ▪ Stärkeres Kommunizieren des Angebotes ▪ Topleistungen intensiver Kommunizieren ▪ Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile ▪ Lage der Bergstraße kommunizieren ▪ Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen ▪ Besucherinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. ▪ Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung ▪ Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events ▪ Optimierung von Veranstaltungen ▪ Weihnachtsmarkt ▪ Austausch Lufthansa-Trainingszentrum ▪ Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstands- und Flächenmanagement ▪ Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer ▪ Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute ▪ Zielgruppenkonzept Schwimmbad ▪ Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse ▪ Gezielte Ergänzung von Parkplätzen ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität ▪ Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie ▪ Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung ▪ Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie ▪ Intensivierung des Intergenerationen-Themas ▪ Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) ▪ Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kampagne „Kauf im Ort“, Kundenbindungssystem ▪ Förderung Kundenfreundlichkeit & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) ▪ Unternehmensführungen ▪ Freundliche Parkraumüberwachung ▪ Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems ▪ Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Elsbach) ▪ Betreuung von neualtägischen Standorte zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit

CIMA 2011
28

Handlungsfelder und Maßnahmen Vorschlag Maßnahmenkatalog




Empfehlungen für Seeheim-Jugenheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt Organisationsworkshop der Gewerbevereine Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugenheim Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes Forcieren des Seeheim-Jugenheim-Merchandising Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde Stärkeres Kommunizieren des Angebotes Topleistungen intensiver kommunizieren Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile Lage der Bergstraße kommunizieren Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen Besucherinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events Optimierung von Veranstaltungen Weihnachtsmarkt Austausch Lufthansa-Trainingszentrum Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> Leerstands- und Flächenmanagement Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute Zielgruppenkonzept Schwimmbad Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse Gezielte Ergänzung von Parkplätzen Steigerung der Aufenthaltsqualität Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie Gestaltung der Ortschaften gemäß Positionierung Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie Intensivierung des Intergenerationen-Themas Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> Kampagne „Kauf im Ort“, Kundenbindungssystem Förderung Kundenfreundlichkeit & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) Unternehmensführungen Freundliche Parkraumüberwachung Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Elsbach) Betreuung von neuartigen Standorten zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit

CIMA 2011
29

Handlungsfelder und Maßnahmen Organisation Stadtmarketing/ Kooperation




<ul style="list-style-type: none"> Maßnahmen 	<ul style="list-style-type: none"> Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt Organisationsworkshop für Gemeindevereine Stiftung/Projektfonds Ortsrundgang mit beteiligten Akteuren, Politik etc.
---	---

CIMA 2011
30

Handlungsfelder und Maßnahmen Vorschlag Maßnahmenkatalog




Empfehlungen für Seeheim-Jugenheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt Organisationsworkshop der Gewerbevereine Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugenheim Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes Forcieren des Seeheim-Jugenheim-Merchandising Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde Stärkeres Kommunizieren des Angebotes Topleistungen intensiver Kommunizieren Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile Lage der Bergstraße kommunizieren Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen Besuchersinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events Optimierung von Veranstaltungen Weihnachtsmarkt Austausch Lufthansa-Trainingszentrum Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> Leerstands- und Flächenmanagement Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute Zielgruppenkonzept Schwimmbad Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse Gezielte Ergänzung von Parkplätzen Steigerung der Aufenthaltsqualität Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie Gestaltung der Ortschaften gemäß Positionierung Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie Intensivierung des Intergenerationen-Themas Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> Kampagne „Kauf im Ort“, Kundenbindungssystem Förderung Kundenfreundlichkeit & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) Unternehmensführungen Freundliche Parkraumüberwachung Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Eisbach) Betreuung von neuaugischen Standorte zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit



CIMA 2011

31

Handlungsfelder und Maßnahmen Positionierung der Gemeinde/Standortwerbung




- Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugenheim
- Weiterentwicklung und gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes
- Forcieren des Seeheim-Jugenheim-Merchandising
- Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde
- Neugestaltung der Gemeindehomepage







CIMA 2011

32

Handlungsfelder und Maßnahmen

Positionierung der Gemeinde/Standortwerbung

- Marketing-Offensive / Imagekampagne
- Topleistungen intensiver kommunizieren
- Stärkeres Kommunizieren des Angebotes

- Vorstellung besonderer Unternehmerpersönlichkeiten (Orthopädie-/Schuhladen Jugendheim etc., Alnatura)

Vorbildengagement der Einzelnen - Unternehmer haben investiert

Quartier sichtbar machen als eigene Kraft im Stadtgefüge

Starke Betriebe – Starkes Quartier!

CIMA 2011

33

Handlungsfelder und Maßnahmen

Vorschlag Maßnahmenkatalog

Empfehlungen für Seeheim-Jugendheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) ▪ Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) ▪ „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt ▪ Organisationsworkshop der Gewerbevereine ▪ Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugendheim ▪ Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes ▪ Forcieren des Seeheim-Jugendheim-Merchandising ▪ Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde ▪ Stärkeres Kommunizieren des Angebotes ▪ Topleistungen intensiver kommunizieren ▪ Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile ▪ Lage der Bergstraße kommunizieren ▪ Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen ▪ Besucherinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. ▪ Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung ▪ Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events ▪ Optimierung von Veranstaltungen ▪ Weihnachtsmarkt ▪ Austausch Lufthansa-Trainingszentrum ▪ Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstands- und Flächenmanagement ▪ Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer ▪ Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute ▪ Zielgruppenkonzept Schwimmbad ▪ Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse ▪ Gezielte Ergänzung von Parkplätzen ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität ▪ Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie ▪ Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung ▪ Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie ▪ Intensivierung des Intergenerationen-Themas ▪ Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) ▪ Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kampagne „Kauf ins Ort“, Kundenbindungssystem ▪ Förderung Kundentreue & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) ▪ Unternehmensführung ▪ Freundliche Parkraumüberwachung ▪ Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems ▪ Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Elsbach) ▪ Betreuung von neuartigen Standorte zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit

CIMA 2011

34

Handlungsfelder und Maßnahmen Tourismus

- Betonung des touristischen Potenzials Bergstraße

- Kommunizieren der Lage an der Bergstraße
- Hinweise auf touristisches Angebot (Wanderwege, Themenpfade etc.)
- Aktive Bewerbung historischer Gebäude

CIMA 2011
35

Handlungsfelder und Maßnahmen Tourismus

- Integriertes Park- und Besucherleitsystem

- Parkleitsystem
- Fußgänger-/Touristenleitsystem
- Gewerbeinformationssystem
- Informationstafeln mit Haltebuchten an den Ortseingängen

- Museum der FFW 2 min ▶
- Nürnberger Tor 2 min ▶
- Paradeplatz 2 min ▶

+ 3 x Abbau

CIMA 2011
36

Handlungsfelder und Maßnahmen

Tourismus




- Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung
- Bereitstellung von Räumlichkeiten für Events
- Optimierung von Veranstaltungen
- Weihnachtsmarkt



CIMA 2011

37

Handlungsfelder und Maßnahmen

Tourismus




- Austausch mit dem Lufthansa Trainingszentrum
- Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen
- Regelmäßiger Austausch der Stadtpitze mit der Leitung des Trainingszentrums
- Gemeinsame Aktionen, z. B. Fest abwechselnd im Trainingscenter und in der Stadt
- Entwicklung einer Werbe- und Informations-Flyers mit dem touristischen, gastronomischen, gewerblichen Angeboten
- Bereitstellen kleiner Präsente für die Gäste des Lufthansa Training & Conference Centers
- gemeinsame, abgestimmte Vermarktung der touristischen Angebote
- inhaltliche und organisatorische Abstimmung der Leistungsanbieter (z.B. Runder Tisch Tourismus)
- Entwickeln von touristischen Angebotspakten
- gemeinschaftliche Bewerbung der touristischen Destination Seeheim-Jugendheim im Rahmen von Messen, Verbänden etc.

CIMA 2011

38

Handlungsfelder und Maßnahmen Vorschlag Maßnahmenkatalog




Empfehlungen für Seeheim-Jugendheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) ▪ Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) ▪ „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt ▪ Organisationsworkshop der Gewerbevereine ▪ Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugendheim ▪ Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes ▪ Forcieren des Seeheim-Jugendheim-Merchandising ▪ Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde ▪ Stärkeres Kommunizieren des Angebotes ▪ Topleistungen intensiver kommunizieren ▪ Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile ▪ Lage der Bergstraße kommunizieren ▪ Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen ▪ Besucherinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. ▪ Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung ▪ Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events ▪ Optimierung von Veranstaltungen ▪ Weihnachtsmarkt ▪ Austausch Lufthansa-Trainingszentrum ▪ Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstands- und Flächenmanagement ▪ Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer ▪ Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute ▪ Zielgruppenkonzept Schwimmbad ▪ Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse ▪ Gezielte Ergänzung von Parkplätzen ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität ▪ Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie ▪ Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung ▪ Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie ▪ Intensivierung des Intergenerationen-Themas ▪ Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) ▪ Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kampagne „Kauf im Ort“, Kundenbindungssystem ▪ Förderung Kundenfreundlichkeit & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) ▪ Unternehmensführungen ▪ Freudliche Parkraumüberwachung ▪ Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems ▪ Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Eisbach) ▪ Betreuung von neuaugischen Standorte zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit



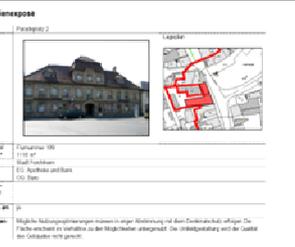
CIMA 2011

Handlungsfelder und Maßnahmen Stadtentwicklung und Infrastruktur




- Leerstands- und Flächenmanagement
- Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer
- Zwischennutzung von Leerständen
- Grundweg als „Galerie“ entwickeln

- Aufbau und Pflege einer Datenbank als Grundlage für die Vermittlung von Gewerbeimmobilien
- Einrichten eines festen Ansprechpartners



CIMA 2011

Handlungsfelder und Maßnahmen *Stadtentwicklung und Infrastruktur*




- Gestalterische Aufwertung des historischen Zentrums im Bereich Bergstraße
 - Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie
- Steigerung der Aufenthaltsqualität
 - Ambiente und Flair durch gestalterische Maßnahmen entwickeln









CIMA 2011

41

Handlungsfelder und Maßnahmen *Stadtentwicklung und Infrastruktur*




- Gestalterische Aufwertung des historischen Zentrums im Bereich Bergstraße
 - Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie






CIMA 2011

42

Handlungsfelder und Maßnahmen Stadtentwicklung und Infrastruktur



- Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung



CIMA 2011
43

Handlungsfelder und Maßnahmen Stadtentwicklung und Infrastruktur



- Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung



CIMA 2011
44

Handlungsfelder und Maßnahmen Stadtentwicklung und Infrastruktur




- Weitere Maßnahmen
 - Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute
 - Zielgruppenkonzept Schwimmbad
 - Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse
 - Gezielte Ergänzung von Parkplätzen (z.B. Grundweg, ...)

CIMA 2011
45

Handlungsfelder und Maßnahmen Vorschlag Maßnahmenkatalog




Empfehlungen für Seeheim-Jugenheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingspräche) ▪ Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) ▪ „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt ▪ Organisationsworkshop der Gewerbevereine ▪ Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugenheim ▪ Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes ▪ Forcieren des Seeheim-Jugenheim-Merchandising ▪ Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde ▪ Stärkeres Kommunizieren des Angebotes ▪ Topleistungen intensiver Kommunizieren ▪ Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile ▪ Lage der Bergstraße kommunizieren ▪ Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen ▪ Besucherinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. ▪ Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung ▪ Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events ▪ Optimierung von Veranstaltungen ▪ Weihnachtsmarkt ▪ Austausch Lufthansa-Trainingszentrum ▪ Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstands- und Flächenmanagement ▪ Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer ▪ Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute ▪ Zielgruppenkonzept Schwimmbad ▪ Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse ▪ Gezielte Ergänzung von Parkplätzen ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität ▪ Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie ▪ Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung ▪ Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie ▪ Intensivierung des Intergenerationen-Themas ▪ Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) ▪ Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kampagne „Kauf im Ort“, Kundenbindungssystem ▪ Förderung Kundenfreundlichkeit & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) ▪ Unternehmensführungen ▪ Freundliche Parkraumüberwachung ▪ Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems ▪ Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Elsbach) ▪ Betreuung von neuartigen Standorte zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit

CIMA 2011
46

Handlungsfelder und Maßnahmen

Demographische Entwicklung




- Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie
- Intensivierung des Intergenerationen-Themas
- Ergänzung des Angebots für verschiedene Zielgruppen (Senioren/Jugendliche)
- Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen

- Kommunikation der Themen Gesundheit und Senioren (entsprechende Einrichtungen bzw. Betriebe vorhanden)
- Ausbau entsprechender Komplementärnutzungen (Treffpunkte, Angebote für Senioren, Seniorenspielplatz)
- Barrierefreie Gestaltung des öffentlichen Raumes






47

Handlungsfelder und Maßnahmen

Vorschlag Maßnahmenkatalog




Empfehlungen für Seeheim-Jugendheim nach Themenbereichen

Organisation Stadtmarketing/ Kooperation	Positionierung der Gemeinde/ Standortwerbung	Tourismus	Stadtentwicklung und Infrastruktur	Demographische Entwicklung	Service und Kundenorientierung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung der maßgeblichen Akteure der Gemeinde (Kamingespräche) ▪ Langfristige und strategische Planung von Themen (Koordinationsgremien) ▪ „Kümmerer-Stelle“ für Ehrenamt ▪ Organisationsworkshop der Gewerbevereine ▪ Stiftung/Projektfonds 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchführung einer Imagebefragung zur Klärung der Außensicht von Seeheim-Jugendheim ▪ Weiterentwicklung & gemeindeweiter Einsatz des CD/CI-Konzeptes ▪ Forcieren des Seeheim-Jugendheim-Merchandising ▪ Herausstellen der Besonderheiten der Gemeinde ▪ Stärkeres Kommunizieren des Angebotes ▪ Topleistungen intensiver Kommunizieren ▪ Vernetzte Darstellung der Gemeindeteile ▪ Lage der Bergstraße kommunizieren ▪ Neugestaltung der Gemeindehomepage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezielte Entwicklung von Angeboten für Tagestouristen ▪ Besucherinformation: Schaffung von Informationsmöglichkeiten für Besucher, Kunden, etc. ▪ Konzeption einer „Highlight“-Veranstaltung mit überregionaler Bedeutung ▪ Bereitstellen von Räumlichkeiten für Events ▪ Optimierung von Veranstaltungen ▪ Weihnachtsmarkt ▪ Austausch Lufthansa-Trainingszentrum ▪ Aktive Bewerbung historischer Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstands- und Flächenmanagement ▪ Gezielte Einbindung der Immobilieneigentümer ▪ Zinsvergünstigte Darlehen für Modernisierungsmaßnahmen durch Kreditinstitute ▪ Zielgruppenkonzept Schwimmbad ▪ Herstellen von bezahlbarem Wohnraum – Wohnbedarfsanalyse ▪ Gezielte Ergänzung von Parkplätzen ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität ▪ Entwicklung einer Gestaltungsrichtlinie ▪ Gestaltung der Ortseingänge gemäß Positionierung ▪ Grundweg als „Galerie“ entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung des Faktors Bevölkerungsentwicklung in die Standortförderungsstrategie ▪ Intensivierung des Intergenerationen-Themas ▪ Ergänzung des Angebotes für verschiedene Zielgruppen (Senioren, Jugendliche) ▪ Vergabe von Fragebögen auf Veranstaltungen zur regelmäßigen Bedarfsabfrage bei Zielgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kampagne „Kauf ins Ort“; Kundenbindungssystem ▪ Förderung Kundenfreundlichkeit & Service: Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing) ▪ Unternehmensführungen ▪ Freundliche Parkraumüberwachung ▪ Optimierung der Besucherlenkung durch die Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems ▪ Optimierung der Beleuchtungssituation (z.B. im Bereich Elsbach) ▪ Betreuung von neuartigen Standorten zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit




48

Handlungsfelder und Maßnahmen Service- und Kundenorientierung



- Kampagne „Kauf im Ort“, Kundenbindungssystem
- Förderung Kundenfreundlichkeit und Service
- Schulungsangebote für die lokale Wirtschaft (Service, Schaufenster, Empfehlungsmarketing)

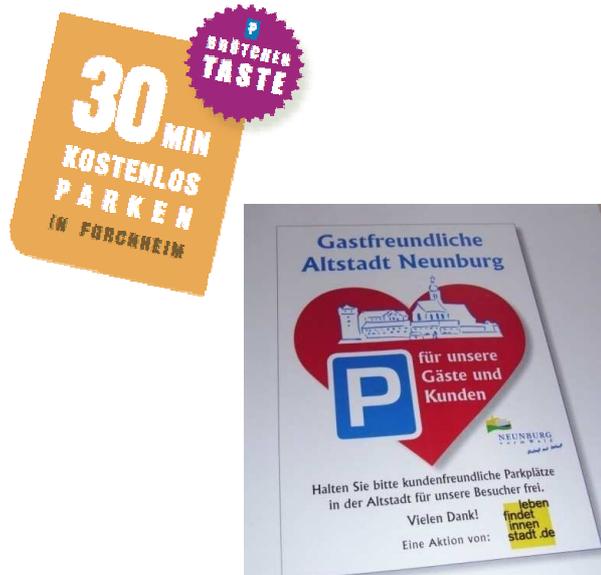


CIMA 2011 49

Handlungsfelder und Maßnahmen Service- und Kundenorientierung



- Freundliche Parkraumüberwachung
- Gestaltung der Ortseingänge, Besucherinformation, Konzeption eines Park- und Besucherleitsystems



CIMA 2011 50

Handlungsfelder und Maßnahmen

Service- und Kundenorientierung




- Optimierung der Beleuchtungssituation
- Betreuung von neuralgischen Standorten zur Optimierung von Sauberkeit und Sicherheit
- „nette Toilette“






CIMA 2011
51

Exkurs:

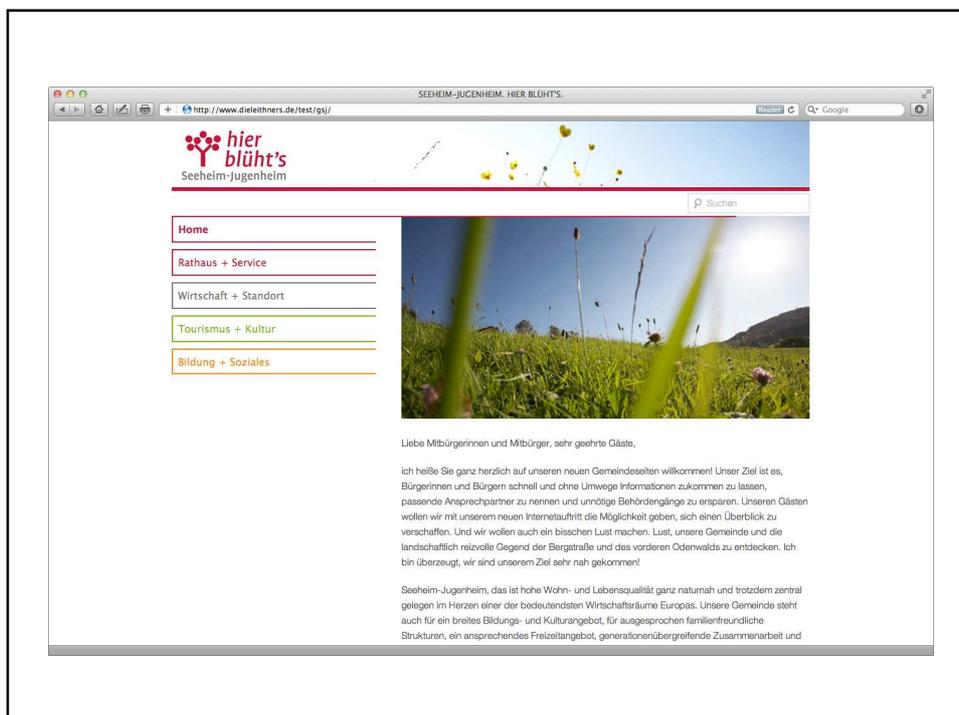
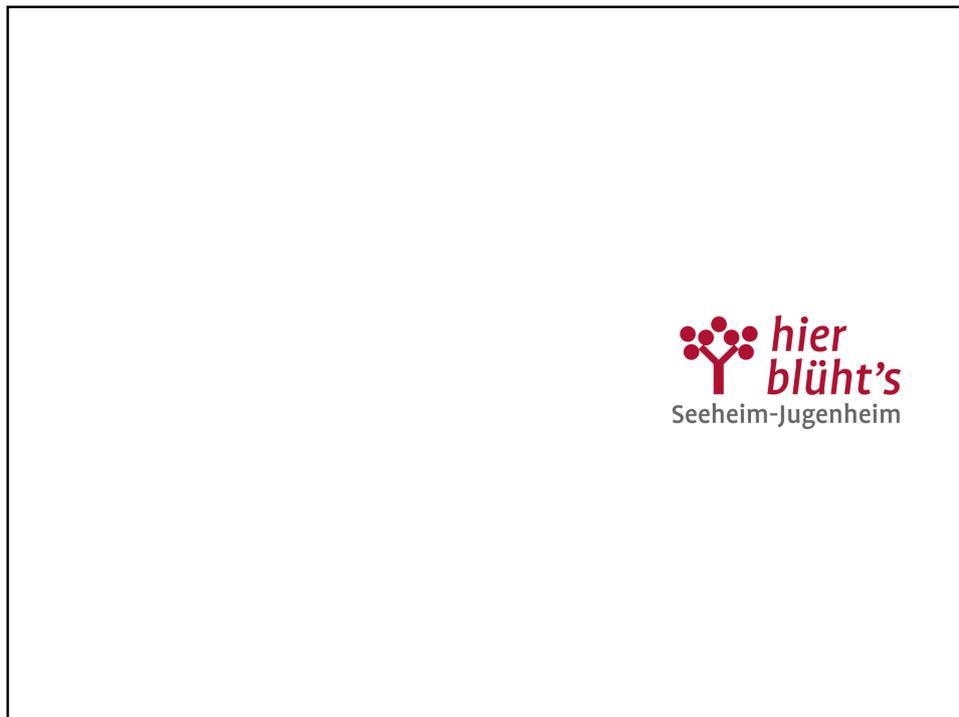
Was wurde bereits initiiert / umgesetzt?

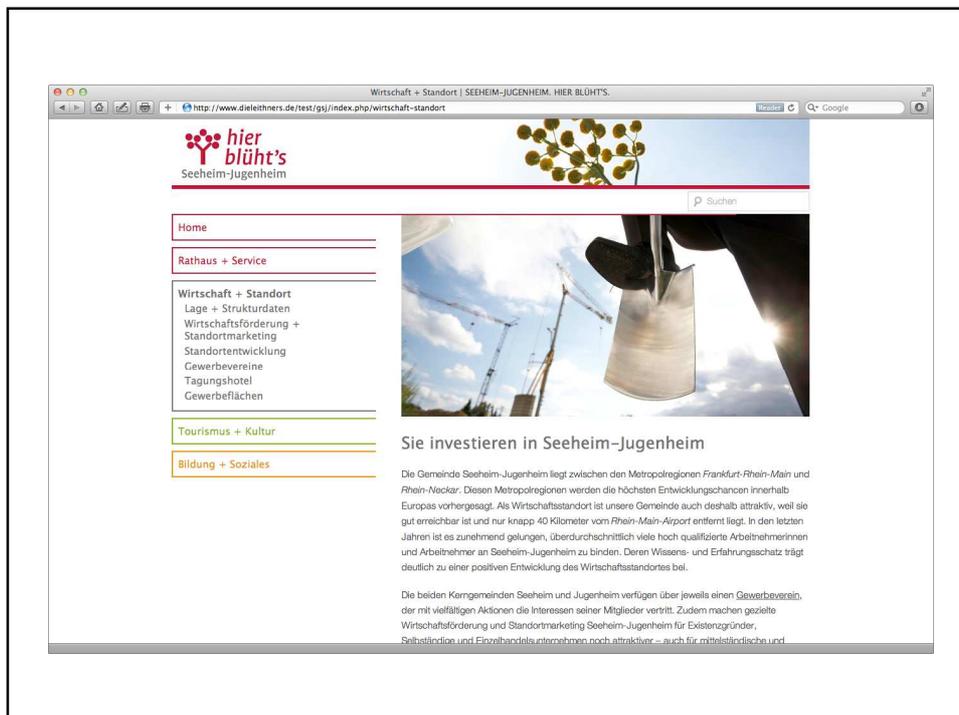
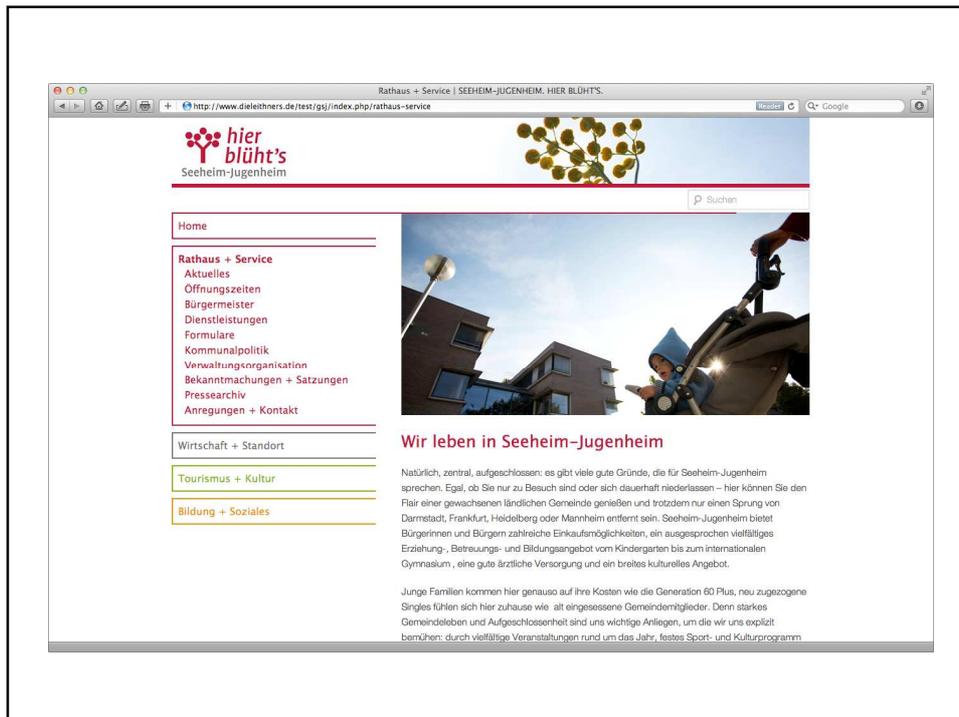



z.B.

- Neugestaltung Ortsplan gemäß CD/CI-Linie
- Entwicklung Wanderbroschüre
- Zielgruppenspezifische Bürger- Besucherbefragung (z.B. Weltkindertag)
- Gemeinsamer Ortsrundgang am 01.10.2011
- Neugestaltung Gemeindehomepage

CIMA 2011
52





[Home](#)
[Rathaus + Service](#)
Wirtschaft + Standort
 Lage + Strukturdaten
 Wirtschaftsförderung + Standortmarketing
 Standortentwicklung
 Gewerbevereine
 Gewerbeverein Seeheim
 Gewerbeverein Jugenheim
 Tagungshotel
 Gewerbeflächen
[Tourismus + Kultur](#)
[Bildung + Soziales](#)



Für ein starkes Handwerk und Gewerbe

Unsere Gemeinde verfügt, aus der historischen Entwicklung heraus, über zwei Gewerbevereine – den Gewerbeverein Seeheim und den Gewerbeverein Jugenheim. Als Sprachrohr der Handwerker und Gewerbetreibenden kümmern Sie sich um die wirtschaftlichen und politischen Interessen Ihrer Mitglieder.

Näheres zu den Gewerbevereinen Seeheim und Jugenheim können sie den jeweiligen Links entnehmen. Wenn Sie Fragen haben oder sich für die Arbeit der Gewerbevereine interessieren, nutzen Sie bitte die dazugehörigen Kontaktformulare.

Gewerbevereine in der Gemeinde:

- Gewerbeverein Seeheim
- Gewerbeverein Jugenheim

[Home](#)
[Rathaus + Service](#)
Wirtschaft + Standort
 Lage + Strukturdaten
 Wirtschaftsförderung + Standortmarketing
 Standortentwicklung
 Gewerbevereine
 Gewerbeverein Seeheim
 Gewerbeverein Jugenheim
 Tagungshotel
 Gewerbeflächen
[Tourismus + Kultur](#)
[Bildung + Soziales](#)



„Der Gewerbeverein Seeheim ist einer der größten in der Region. Wir machen uns stark für unsere Mitglieder und für unsere Gemeinde.“
MICHAEL FEIW

Als Gemeinschaft Ziele erreichen

Der Gewerbeverein Seeheim sorgt mit vielen Aktionen rund um das Jahr dafür, dass sich seine Mitglieder aus dem Einzelhandel wirksam und nachhaltig Kunden präsentieren können. In regelmäßigen Abständen treffen sich die Mitglieder des Vereins zum Austausch, zur Vernetzung und zur Planung von Aktionen mit Außenwirkung, die sich erfolgreich an Kunden über die Gemeindegrenzen hinweg richten. Möchten Sie sich über die Aktivitäten des Seeheimer Gewerbevereins informieren oder Mitglied werden? Wir freuen uns über Ihr Interesse. Nähere Informationen und Kontaktdaten entnehmen Sie bitte der Seite des Gewerbevereins www.gewerbeverein-seeheim.de

Proudly powered by WordPress

[Home](#)
[Rathaus + Service](#)
Wirtschaft + Standort
 Lage + Strukturdaten
 Wirtschaftsförderung + Standortmarketing
 Standortentwicklung
 Gewerbevereine
 Gewerbeverein Seeheim
 Gewerbeverein Jugenheim
 Tagungshotel
 Gewerbeflächen
[Tourismus + Kultur](#)
[Bildung + Soziales](#)



Suchen



„In Jugenheim haben Handel, Gewerbe und Handwerk Tradition – und blicken einer viel versprechenden Zukunft entgegen.“
 Dieter Lang

Seit über 120 Jahren für Innovation und Tradition in Jugenheim

Handel, Gewerbe und Handwerk haben in unserer Gemeinde Tradition – und finden im Gewerbeverein Jugenheim einen Partner, der die Interessen seiner Mitglieder wirkungsvoll vertritt. Ziel des Vereins ist es, wichtige Anliegen der Handwerker und Gewerbetreibenden aufzugreifen, durch gemeinsames Handeln zu Lösungen zu finden und in starker Gemeinschaft das Wirtschaftspotential der Mitglieder zu verbessern. Wenn Sie sich für die Arbeit des Gewerbevereins Jugenheim interessieren finden Sie nähere Informationen und Kontaktdaten unter www.gewerbe-jugenheim.de

[Home](#)
[Rathaus + Service](#)
Wirtschaft + Standort
 Lage + Strukturdaten
 Wirtschaftsförderung + Standortmarketing
 Standortentwicklung
 Gewerbevereine
 Tagungshotel
 Gewerbeflächen
[Tourismus + Kultur](#)
[Bildung + Soziales](#)



Suchen



„Seit über 35 Jahren steht Seeheim für Bildung, Dialog und Begegnung im Lufthansa Konzern. Die Lage an der idyllischen Bergstraße, die Nähe zum Frankfurter Flughafen und die hervorragenden Beziehungen zur Gemeinde Seeheim Jugenheim bieten ideale Voraussetzung, um dieser Bestimmung weiterhin optimal gerecht zu werden.“
 Cornelia Schmitt, Managing Director
 Katharina Schilling, Managing Director, Lufthansa

Lufthansa Training & Conference Center Seeheim

Das *Lufthansa Training & Conference Center Seeheim* liegt umgeben von dichtem Buchenwald und malerischer Landschaft im Wirtschaftsstandort Seeheim-Jugenheim an der herrlichen Bergstraße. Es ist eines der größten und modernsten Tagungshotels in Europa. Hier verbinden sich moderne Technik für Tagungen und Kongresse, schönes Wohnambiente, spannende kulinarische Angebote und Wellness-Einrichtungen zu einem einzigartigen Erlebnis. Die absolut zentrale Lage und die Nähe zum Flughafen Frankfurt machen das Lufthansa Training & Conference Center darüber hinaus für internationale Firmen zu einem attraktiven Veranstaltungsort für Kongresse, Seminare und Events.

Die Gemeinde Seeheim-Jugenheim begrüßt die Gäste des „Lufthansa Training & Conference Center“ herzlich an der malerischen Bergstraße. Vielleicht finden Sie in unserem Veranstaltungskalender ein Event, dass Ihnen zusagt. Oder Sie erkunden den Geo-Naturpark

http://www.dielehners.de/test/gsj/index.php/tourismus-kultur

hier blüht's
Seeheim-Jugenheim

Suchen

Home

Rathaus + Service

Wirtschaft + Standort

Tourismus + Kultur

- Lage
- Tourismusregion Bergstraße
- Sehenswertes
- Wanderungen
- Gastronomie
- Übernachtungen
- Veranstaltungen
- Kulturkalender
- Museen
- Kunst
- Kommunalgeschichte
- Sport- und Freizeiteinrichtungen

Bildung + Soziales

**Tourismus und Kultur:
Sie erleben Seeheim-Jugenheim**

Seeheim-Jugenheim, an der südhessischen Bergstrasse gelegen, ist Teil des Geo-Naturparks *Bergstraße-Odenwald*. Gut die Hälfte der Gemeindefläche ist von Waldfläche bedeckt, durch die attraktive Wanderwege führen. Die frühe Blüte an der Bergstraße zieht alljährlich zahlreiche Touristen nach Seeheim-Jugenheim, aber auch zu anderen Jahreszeiten ist unsere Gemeinde für unsere Gäste attraktiv: die historischen Stätten wie das *Schloss Heiligenberg* oder die *Burgruine Tannberg* sind touristische Highlights. Das kulinarische Angebot ist vielfältig und bietet eine Bandbreite von Einkaufsmöglichkeiten, Übernachtungsmöglichkeiten finden Sie in einer Vielzahl von Gästehäusern und Hotels.

Und das kulturelle Angebot ist ausgesprochen vielfältig und anspruchsvoll. Sie wünschen sich

http://www.dielehners.de/test/gsj/index.php/bildung-soziales

Bildung + Soziales | SEEHEIM-JUGENHEIM. HIER BLÜHT'S.

hier blüht's
Seeheim-Jugenheim

Suchen

Home

Rathaus + Service

Wirtschaft + Standort

Tourismus + Kultur

Bildung + Soziales

- Kinder
- Jugend
- Schulen
- Senioren
- Präventionsrat
- Schutzburg
- Expertenkommission
- Ausländerbeirat
- Behindertenbeauftragter
- Vereine
- Kirchen
- Soziale Institutionen
- Gesundheit

Wir verwirklichen Seeheim-Jugenheim

Wir sehen in Bildung den Schlüssel zu einer nachhaltigen Gemeindeentwicklung. Deshalb finden Sie in unserer Gemeinde ein vielfältiges Angebot an Erziehungs-, Betreuungs- und Bildungseinrichtungen, die sich der Öffentlichkeit mit einem regen Angebot an Veranstaltungen präsentieren. In staatlichen und privaten Kunst-, Musik- und Tanzschulen können Kinder, Jugendliche und Erwachsene Bildungs- und Fortbildungsangebote nutzen.

Die Qualität des Zusammenlebens in unserer Gemeinde wird zudem durch eine Vielzahl an sozialen Initiativen und Einrichtungen gesichert. Beispielsweise durch die Leuchtturmprojekte Schutzburg, Präventionsrat und durch die Expertenkommission, die sich für die Sicherheit der Kinder, einen hohen Standard an Lebensqualität und eine optimale Angebotsstruktur für ein Familien- und kinderfreundliches Seeheim-Jugenheim einsetzen. Die meisten Initiativen beruhen übrigens auf ehrenamtlicher Mitarbeit und sind Ausdruck einer starken Identifikation der

Zwischenfazit



1. Begrüßung & Einführung
2. Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept
3. **„Wandelgangsdiskussion“**
4. Abschließendes Plenum, Ausblick und weiteres Vorgehen

Inhalt



1. Begrüßung & Einführung
2. Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept
3. **„Wandelgangsdiskussion“**
4. Abschließendes Plenum, Ausblick und weiteres Vorgehen

Wandelgangsdiskussion



Ziel:

- Ihre Meinung ist uns wichtig!
- Sie haben die Möglichkeit den Konzeptentwurf durch Ideen, Anregungen, Wünsche etc. zu ergänzen



Ablauf:

- Freies „Wandeln“ im Raum
- Selbstständiges Zusammenfinden zu Interessengruppen
- Diskussion / Gespräche in den Gruppen
- Anregungen können auf Kärtchen festgehalten werden
- Dokumentation der Ergebnisse auf den Plakatwänden



Zeitraumen:

- Ca. 35 Minuten, danach Vorstellung der Ergänzungen im Plenum

Quelle: CIMA 2009

CIMA 2011
65

Wandelgangsdiskussion Ergebnisse



Ergänzende Anregungen:

Weitere Projektideen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe
- Blumenkübel am Grundweg – Bepflanzung von ansässigen Gärtnereien mit Werbung für Ihr Geschäft

CIMA 2011
66

Wandelgangsdiskussion Ergebnisse



Ergänzende Anregungen:

- Touristen, Besucherleitsystem
Hinweisschilder/Wegeleitschilder
bspw. Zum KKH, der Notdienstzentrale,
Alten- und Pflegeheim

Weitere Projektideen:

CIMA 2011
67

Fotoprotokoll des Wandelgangs



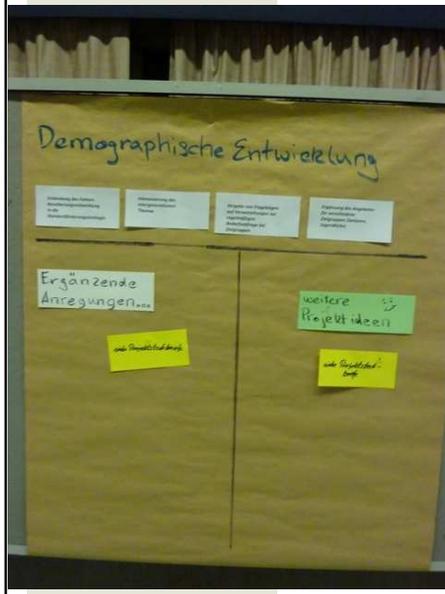
Ergänzende Anregungen:

Weitere Projektideen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe

CIMA 2011
68

Fotoprotokoll des Wandelgangs



Ergänzende Anregungen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe

Weitere Projektideen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe

CIMA 2011
69

Fotoprotokoll des Wandelgangs



Ergänzende Anregungen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe
- Stichwort: Lufthansa-Trainingszentrum
Es gibt vom Flughafen FFM eine Busverbindung zum Trainingszentrum. Ein (oder mehrere) Haltepunkte wären schön, damit auch Seeheim-Jugendheimer Bürgerinnen ihn nutzen können

Weitere Projektideen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe

CIMA 2011
70

Fotoprotokoll des Wandelgangs



Ergänzende Anregungen:

- Hinweis auf Projektsteckbriefe

Weitere Projektideen:

CIMA 2011
71

Inhalt



1. Begrüßung & Einführung
2. Vorstellung Entwurf Standortentwicklungskonzept
3. „Wandelgangsdiskussion“
4. **Abschließendes Plenum, Ausblick und weiteres Vorgehen**

CIMA 2011
72

Ausblick und weiteres Vorgehen



- Einarbeitung Ihrer Anregungen in das Konzept
- Umsetzung erster Maßnahmen (Laden-Checks, gemeinsamer Ortsrundgang, Beschilderungskonzeption, Imagebefragung, Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche) – gezielte Treffen und Beteiligung auf Projektebene

CIMA 2011

73



CIMA 2011

74

...auch wenn's Hindernisse gibt ...



CIMA 2011
75



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Ansprechpartner für Rückfragen

CIMA GmbH

Dipl.-Geograph Michael Seidel
Dipl.-Geograph Achim Gebhardt
Brienner Str. 45, 80333 München

Tel. 089 - 55 11 81 54

Email: Seidel@cima.de, Gebhardt@cima.de

www.cima.de

Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

CIMA 2011
76