

Bad Orb

-Stadtleitbildentwicklung-



AG 2: Wirtschaft, Gesundheitsstandort Kur, Einzelhandel, Tourismus

- Ergebnis der ersten Sitzung der Arbeitsgruppe am 08.11.2016
 - einschließlich Ergänzungen aus der 2. Sitzung am 06.12.2016 und des
 - Ideenspeicher aus der Auftaktveranstaltung am 27.10.2016

Die Teilnehmer der ersten Sitzung der Arbeitsgruppe wurden von Herrn Bürgermeister Roland Weiß begrüßt, moderiert wurde die Sitzung von Frau Prof. Dr. Ursula Funke. Als Vorsitzende wurden gewählt:

1. Vorsitzende: Frau Dr. Andrea Iffland

2. Vorsitzender: Herr Georg Freund

Das geschah in der ersten Sitzung:

- Kurze Einführung in die Tagesordnung – Prof. Dr. Ursula Funke
- Gegenwärtige Stärken und Schwächen von Bad Orb in den Themenbereichen der AG
- Impulsreferat: „**Leerstandsmanagement/Digitalisierung der Innenstadt**“
Herr Dipl.-Ing. Andreas Kunz, stellv. Hauptgeschäftsführer Industrie- und Handelskammer Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern
- Zukünftige Chancen und Risiken von Bad Orb in den Themenbereichen der AG
- Erste Ziele für die nächsten 5–10 Jahre und Maßnahmen zu deren Umsetzung

Als **Anlagen** erhalten Sie das Ergebnis-Protokoll der ersten Sitzung:

1. Auflistung der Stärken und Schwächen mit Punkten, Chancen und Risiken sowie erste Ziele und Maßnahmen
2. Teilnehmerliste
3. *Fotos der Stellwände*
4. *Folien Impulsreferat Herr Kunz*

In der zweiten Sitzung am 06.12.2016 um 18 Uhr ist Folgendes geplant:

- Überprüfung der Stärken/Schwächen und Chancen/Risiken
- Diskussion der ersten „Ziele für die nächsten 5-10 Jahre“ und Ergänzungen
- weitere Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele
- evtl. Vorschläge für Schlüsselprojekte

Die Themenbereiche der anderen Gruppen sind:

- AG 1: Stadtentwicklung, Wohnen, Umwelt, Verkehr, Energie und Klimaschutz
- AG 3: Gesundheit, Soziales, Familien und Kinder, Jugend, Senioren
- AG 4: Freizeit, Sport, Bildung, Kultur, Integration, Prävention, Bürgerschaftliches Engagement

Wirtschaft			
Stärken		Schwächen	
	Punkte		Punkte
☺ leistungsfähige Kliniken	20	☹ schlechte Straßen, Rotahornallee zu den Kliniken/ Kurviertel	19
☺ attraktives Wohnumfeld	13	☹ Innenstadt nicht behindertengerecht (Rollator, Kinderwagen, Rollstuhl)	13
☺ ortsgebundenes Heilmittel Sole	11	☹ ungenutzter Marktplatz („Markttätigkeit“)	11
☺ Nähe zum Flughafen und Frankfurt/ Rhein-Main	9	☹ Bad Orb Werbung = Null	11
☺ zentrale Lage in Deutschland	9	☹ schlechte Vermarktung von Bad Orb	7
☺ Heilbad als Wirtschaftsfaktor	6	☹ keine Werbung für Kur-Gesundheits-tourismus	3
☺ stark in „weichen“ Standortfaktoren (Kita-Versorgung, kulturelles Angebot)	7	☹ katastrophales Marketing der Bad Orb GmbH	2
☺ Einkaufsmöglichkeiten	4	☹ oft veraltete Hotels, Pensionen	11
☺ freie Gewerbeflächen	4	☹ zu wenig moderne Hotels	3
☺ Infrastruktur (Autobahnanbindung, Nähe zu Frankfurt)	3	☹ wenig verbliebene Zimmeranbieter/ Hotels	6
☺ gute Positionierung im Tourismus	3	☹ Wochenmarkt nicht auf dem Marktplatz	10
☺ Nähe Autobahn	3	☹ kein Beauftragter für Wirtschaftsförderung in der Verwaltung	8
☺ Mitte Deutschland	2	☹ ein nicht wahrnehmbarer Kurdirektor	5
☺ große Auswahl an freien Flächen	1	☹ fehlender Bahnanschluss	4
☺ Bad Orb ist in Deutschland bekannt	1	☹ uneinheitliche Öffnungszeiten der Geschäfte	4
☺ gute Verkehrsanbindung	1	☹ Einstellung der Einheimischen	3
☺ alle Produkte erhältlich	0	☹ unklar, welche Gewerbe gesucht werden (Profil)	3
☺ Gewerbesteuer-Hebesatz	0	☹ zu wenig Unternehmens-Neu-Ansiedlung (Akquise)	3
☺ familienfreundlich	0	☹ keine Kurverwaltung	2
☺ Industriegebiet	0	☹ mangelnde Zusammenarbeit der Stadt mit Wirtschaft	1
☺ Gesundheitsstandort	0	☹ Branchenmix in Hauptstraße stimmt nicht	1
☺ Supermärkte	0	☹ wenig hochwertige Bekleidungsgeschäfte	1
☺ Großes Engagement	0	☹ Bademoden (Sortiment)	1
☺ keine Industrie	0	☹ Zersiedelung der Verwaltung	1
☺ Arbeitsplätze im Tourismus	0	☹ Gaststätten sehr bieder, keine „In-Lokale“ –Kreativität fehlt	1
☺ gute Zusammenarbeit zwischen Kliniken und Stadt	0	☹ zu wenig neue Arbeitsplätze	0
☺ DSL-Anbindung	0	☹ Angebot an Ausbildungsplätzen	0
☺ Standort Wohnen vs. Arbeit	0	☹ zu wenig Bemühungen, um „Wirtschaft“ anzusiedeln	0
		☹ zu wenig Vielfalt	0
		☹ Leerstand	0
		☹ keine Ansiedlung von Industrie möglich	0
		☹ unfertiges Gewerbegebiet	0

	⊗ schlechte Anbindung an das Gewerbegebiet	0
	⊗ keine medizinisch sinnvoll verabreichten Sole- und Moorbäder	0
	⊗ Die Eiserne Hand: kein großes Schild an der Autobahn	0
	⊗ Märkte nicht niveauvoll genug	0

*Die oben aufgeführten **Stärken und Schwächen** wurden in der ersten Sitzung von den AG-Mitgliedern auf Karten geschrieben und an Metaplanwänden angebracht, ergänzend zu den Stärken und Schwächen aus der Repräsentativen Bürgerbefragung Sept. 2016 und aus früheren Gutachten.

Jede Teilnehmerin/jeder Teilnehmer erhielt für alle Themenbereiche der AG 20 Punkte, um die Stärken und Schwächen zu markieren, die ihr/ihm am wichtigsten waren –maximal 3 Punkte auf 1 Karte.

Wirtschaft	
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ☺ Ansiedlung neuer, innovativer KMUs (statt des „10.“ Supermarktes) ☺ gemeinsames Handeln ☺ kompaktes Angebot im Einzelhandel ☺ Weiterentwicklung zur „Gesundheitsstadt“ ☺ Orber Kurmittel neu definieren, müssen verlässlich angeboten werden ☺ Wirtschaft = Gesundheitstourismus ☺ moderne Hotels, Pensionen für Wellnessgäste ☺ zum Verweilen und Genießen einladende Innenstadt ohne Autos und Fahrräder ☺ Best-Ager früh ansprechen und langfristig binden ☺ Regional-HUB „clean industry“ Innovationszentrum „Eiserne Hand“ ☺ Kaufkraft durch „Best Ager“ ☺ Gewerbegebiet „Eiserne Hand“ bevorzugt innovativen/ kreativen Unternehmen anbieten ☺ virtuelle Realität jetzt nutzen, Tourismus-EH vernetzen ☺ Konferenz-Zentrum „Klein aber fein“ ☺ Nachwuchsförderung ☺ Zentrum neuer Wohnkonzepte – Alt und Jung gemeinsam ☺ Kaufkraft nutzen ☺ Netzwerke bilden ☺ vom Ich zum Wir 	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ ohne grundlegende baldige Umgestaltung der Innenstadt (Fußgängerzone) keine Zukunft ⊗ Geschäfte müssen schließen... ⊗ ... dass die Innenstadt in 10 Jahren komplett ohne Läden ist ⊗ Nachfolger fehlen ⊗ Altersstruktur der Geschäftsleute, kein Nachwuchs ⊗ Anforderungen der Markenfirmen (Mindestabnahme) ⊗ Windkraft in Bad Orb oder im Spessart = Chancentod ⊗ keine einheitlichen Meinungen der Beteiligten ⊗ ohne zentrale und kompetente Steuerung der Gewerbeansiedlung kein Fortschritt ⊗ ohne stringentes Wirtschaftskonzept keine zielgerichtete und nachhaltige Neuan-siedlung von neuen Betrieben ⊗ verschiedene Interessengruppen zerstritten, negative Zukunft ⊗ Art der Gewerbe und Dienstleistungs-betriebe (neu) müssen auf Stadtleitbild abgestimmt sein ⊗ „Schlafstadt“

Erste Ziele und Maßnahmen

Wirtschaft

Wir wollen...

W1 eine professionelle Wirtschaftsförderung in der Verwaltung aufbauen

- Abschaffung Kurdirektor und Kurgesellschaft: Einstellung eines Marketingbeauftragten, Einstellung eines Wirtschaftsbeauftragten bei der Stadtverwaltung
- Wirtschaftsförderungsbeauftragten einstellen, Leerstandsmanager
- Plattform mit Gewerbeeinheiten/Grundstücken freischalten

W2 Bad Orb als Konferenz- und Tagungszentrum (klein aber fein) ausbauen

- Firmen „einladen“ zu Tagungen etc., nicht warten, dass sich jemand meldet, deutschlandweit!
- Kongressangebot (Räumlichkeiten, Standarte/ Venus), Personenkapazitäten, Bestuhlungs-Nutzungsmöglichkeiten, Rahmenprogramme ausformulieren und anbieten bei allen wichtigen Kongressveranstaltern (auch online!) (MICE AG, HRS, intergerma, Messen wie IMEX, ITB etc.)
- Bestandsaufnahme über vorhandene Hotelbetten, Bauzustand, Optionen der Eigentümer wegen Langfristinteresse „Wirtschaft“ der Kommune

W3a im Gewerbegebiet „Eiserne Hand“ „saubere Industrie“ ansiedeln

W3b im Gewerbegebiet „Eiserne Hand“ neue Betriebe ansiedeln und Arbeitsplätze schaffen (←Stadtentwicklung AG 1)

- junge Unternehmer + deren Ideen fördern
- Förderung über Grundstückspreise und Gewerbesteuern
- jetzt mit der Erschließung beginnen

W4 junge Unternehmer akquirieren

- Ansiedlung von Existenzgründern im Gewerbegebiet „Eiserne Hand“ – Erleichterung der Startmöglichkeiten, Gründerzentrum

W5 Wellness als eigenes Thema zur Gesundheit etablieren

W6 intensive Zusammenarbeit zwischen Wellness und Gesundheit

- Gemeinsam Angebote schaffen mit Therapieangebot und professionell erstklassiger Hotelunterkunft

W7 verstärkte Werbung im Umkreis von 80 km für den Fremdenverkehrsstandort Bad Orb

W8 eine Bad Orb-App einrichten

- Kontaktaufnahme mit App-Agentur, die auf den letzten Tourismustag in Bad Soden-Salmünster ihre App präsentiert hat

W9 mehr Gesundheitsdienstleister (→Gesundheitsstandort Kur AG 2)

Gesundheitsstandort Kur			
Stärken		Schwächen	
	Punkte		Punkte
☺ Mountainbike-Netz	12	☹ Parkgebühren	26
☺ Kurpark	11	☹ „Kurzeit“ ist vorbei	6
☺ Kurpark und Gradierwerk	1	☹ Kur ist ein negativer Begriff, Werbung mit Krankheit	4
☺ 2 Golfplätze	9	☹ fehlende Vermarktung „Kur“	0
☺ ortsgebundenes Heilmittel Sole	8	☹ Kur gibt es fast nicht mehr. Warum also eine Kurstadt bewerben? – Wohlfühlstadt, Gesundheitsstadt	0
☺ Hausbrauerei	6	☹ Kur hat keinen attraktiven Ruf mehr	0
☺ Wanderwegenetz	5	☹ zu wenig Kontinuität im Streben nach Qualität der Kultur	4
☺ Hotel mit angeschlossener Therme	5	☹ Einfahrt Bad Orb	14
☺ Engagement des Gastgewerbes in der Ortsentwicklung	4	☹ Willkommen- und Auf-Wiedersehen-Schild	2
☺ große sanierte Konzerthalle (bis 800 Personen)	4	☹ zu viele Fahrzeuge in der Fußgängerzone	10
☺ gute Wasserqualität	4	☹ Bettenangebot zu gering	9
☺ Barfußpfad	4	☹ kein Top-Hotel/ Kette/ Leithotel	9
☺ Nähe Autobahnanschluss A66	4	☹ weitere Kongresse im medizinischen Kontext fehlen	8
☺ höchste Kaffeehausdichte Hessens	4	☹ Waschbetonkübel am Marktplatz nicht mehr zeitgemäß	7
☺ Museum	3	☹ zu viel Unkraut	7
☺ Zusammenarbeit mit Vereinen und Engagement der Bürger	2	☹ kein direkter Bahnanschluss	6
☺ Mischwald	2	☹ neue Verwendung Sole, Vermarktung fehlt	3
☺ Haselweiher (Angelteich)	2	☹ Qualität der Orber Sole?	1
☺ ruhige Lage im Spessart	2	☹ USP-Sole? Wo steht die Orber Sole im Bädervergleich?	1
☺ Nähe zum Flughafen Frankfurt	2	☹ Qualität und Einheitlichkeit der Bestuhlung der Sonnenschirme der Gastronomieeinrichtungen	5
☺ zentrale Lage in BRD und EU	1	☹ keine Gastronomie am Wartturm	5
☺ Streuobstwiesen	1	☹ kaum Werbung für Veranstaltungen im Frankfurter Raum	4
☺ Nähe Rhein-Main-Gebiet	1	☹ keine Fußgängerzone	4
☺ Anbindung an BHF Wächtersbach	1	☹ keine Kooperation der Beherbergungsbetriebe	4
☺ leerstehende Schaufenster dekoriert	1	☹ keine innovativen Cafés	4
☺ Wildpark	1	☹ Sauberkeit privater Häuser	4
☺ Erlebnis, Sole und Salz	1	☹ Stadtbus nicht sonn- und feiertags	3
☺ umfangreicher Veranstaltungskalender mit vielfältigem Programm (Blasmusikfest, Kurparkfest, Stadtführungen, Veranstalt. in der Therme, Opernakademie, Challenge, Peter von Orb-Gruppe, Kulturkreis, Heimatmuseum)	1	☹ viel Leerstand	3
☺ Kutschfahrten	0	☹ veraltetes Erscheinungsbild Gastronomie	3
☺ Radwegenetz	0	☹ Stärken der Kultur werden zu wenig herausgestellt	3
☺ EMMA, Freibad	0		
☺ Bepflanzung der Innenstadt	0		
☺ romantisches Innenstadtlair	0		
☺ kleine Saline	0		
☺ Stadtbus	0		

☺ Fußgängerzone kompakt, zentral, gut erreichbar	0	⊗ Investitionskonzept zur Aufwertung der Optik des Stadtbildes fehlt	3
☺ Mittelgebirge	0	⊗ heruntergekommene Fachwerkhäuser	3
☺ gute Mischung Infrastruktur/ Warenangebote	0	⊗ Gebäude am Kurparkhaupteingang	3
☺ momentane Dichte der privaten Anbieter im medizinischen Bereich	0	⊗ Anbindung Spessartbogen, Wochenende nur AST	2
☺ hohe Qualität und hohes Niveau der Veranstaltungen	0	⊗ Zustand des Barfußpfades	2
☺ „Top“-Veranstaltungen etabliert	0	⊗ zu wenig Mülleimer	2
☺ benutzerfreundlicher Ticketservice	0	⊗ Therapieangebote unzureichend/ Dienstleistungsbereitschaft, Freundlichkeit	2
☺ qualifizierter Veranstaltungsleiter	0	⊗ keine Klassifizierung der Beherbergungsbetriebe (geringe Anzahl)	2
☺ gutes Preis-Leistungsverhältnis von Veranstaltungen	0	⊗ Stadtbild - Innenstadt und Seitenstraßen	2
☺ Veranstaltungen im Kurpark	0	⊗ Verknüpfung mit Übernachtung	1
☺ Trinkbrunnen	0	⊗ Umgang mit den Vereinen bei Veranstaltungen (Preise, Info)	1
☺ Ärzte-Netzwerk	0	⊗ Öffnungszeiten Gastronomie (spät)	1
☺ Therme	0	⊗ fehlendes Bürger-/ Seniorenhaus	1
☺ Naturerlebnisfreibad	0	⊗ Standort Salinenplatz als Festplatz	0
☺ Barfußpfad	0	⊗ Bestuhlung Konzerthalle, unbequem	0
☺ Minigolf	0	⊗ Zustand und Beschilderung der Wanderwege	0
☺ Tennisplätze	0	⊗ Internet-Café, öffentliches WLAN	0
☺ Dialysezentrum, Kliniken	0	⊗ schlechte Zuführungsbeschilderung in Hessen im Gegensatz zu Bayern	0
☺ Indoor-Gradierwerk	0	⊗ Tagungshotels	0
☺ 3 Kneippanlagen	0	⊗ Preis-Leistungsverhältnis Beherbergungsbetriebe	0
☺ Terrainkurweg	0	⊗ Angebot an Beherbergungsbetrieben nicht zeitgemäß, extrem hoher Sanierungsbedarf	0
☺ viele familien- bzw. privatgeführte Häuser	0	⊗ Angebotsmix von Geschäften/ Ruhezonen stimmt nicht	0
☺ Anzahl der Beherbergungsbetriebe stimmt	0	⊗ Freundlichkeit Gastronomie	0
☺ vereinzelte Sanierungen	0	⊗ Stadtbild – ungepflegt und altbacken	0
		⊗ zu geringe Abstimmung in der Planung von Kultur	0
		⊗ nicht genügend Aktivität, um Veranstaltungen in den Ort zu holen (Tagungs- und Kongressveranstaltungen)	0
		⊗ fehlendes Kulturkonzept als Einheit	0
		⊗ fehlendes Komitee, welches Kultur koordiniert	0
		⊗ unattraktive Bänke am Marktplatz	0
		⊗ Basargeschäfte	0
		⊗ Nichtraucherbereiche bei Konzerten	0
		⊗ Blitzer am Ortseingang	0
		⊗ Salinenplatz, Straßen, Fußgängerwege	0
		⊗ BHF Wächtersbach nicht ICE-Bahnhof	0
		⊗ Anbindung an ÖPNV (nur 1x pro Stunde)	0

	☹️ zuverlässige Taxiunternehmen 0 ☹️ Zaun Kurpark 0 ☹️ Bepflanzung am Gradierwerk 0
Chancen	Risiken
☺️ Ausbau Gesundheitsleistungen, Schaffung von Arbeitsplätzen ☺️ Alleinstellungsmerkmale: Sole, Wellness, Service, Themenbereiche erarbeiten ☺️ WellnessCenter Detox für Rhein-Main ☺️ Belebung der Innenstadt durch Verlegung des Bürgerbüros ins alte Rathaus ☺️ Ruhe, Natur, moderne medizinische Einrichtungen	☹️ festhalten an Kur ☹️ „Bad“ nicht riskieren ☹️ Gesundheitsstandort stirbt – Bad Orb stirbt ☹️ ohne Konzept: Verschwinden von der Bildfläche

*Die oben aufgeführten **Stärken und Schwächen** wurden in der ersten Sitzung von den AG-Mitgliedern auf Karten geschrieben und an Metaplanwänden angebracht, ergänzend zu den Stärken und Schwächen aus der Repräsentativen Bürgerbefragung Sept. 2016 und aus früheren Gutachten.

Jede Teilnehmerin/jeder Teilnehmer erhielt für alle Themenbereiche der AG 20 Punkte, um die Stärken und Schwächen zu markieren, die ihr/ihm am wichtigsten waren –maximal 3 Punkte auf 1 Karte.



Erste Ziele und Maßnahmen

Gesundheitsstandort Kur

Wir wollen...

GK1 spezielle Kurangebote als Alleinstellungsmerkmal entwickeln

- z.B. für Demenzkranke und pflegende Angehörige: ganzheitliche Betreuung, auf Wunsch getrennte Unterbringung, ebenerdig mit Bewegungsfreiheit in einem geschützten Raum, Gesundheitscheck für Erkrankte und Pflegende

GK2 ein kleines, aber feines Angebot an Orber Kurmitteln (Sole, Moor, Bäder, Inhalieren, Trinken) anbieten

- Gastronomie – Nutzung Sole
- Evaluieren, wie die klassischen Heilmittel in einem „neuen modernen Gewand“ angeboten werden können, um den Kur-Mief von ihnen abfallen zu lassen

GK3 Kombinationsangebote mit regionalen Ausflügen entwickeln (Pauschalangebote, Übernachtung, Gesundheitsanwendung, Ausflüge)

GK4 ein Konzept zur aktiven Erholung, Regeneration und Prävention entwickeln

- Marketing GmbH mit Umgestaltung der Kur beauftragen

GK5 ein Gesundheitskonzept entwickeln zur Burn-out-Prophylaxe auf der Grundlage unserer einzigartigen, natürlichen Kombination von Lithium-Arsen-Kupfer-Verbindungen in unseren Heilquellen

- Nach Konzepterstellung Kontaktaufnahme mit Krankenkassen, Verbreitung eines Burn-Out-Angebotes in Bad Orb in großen Firmen und Konzernen als Prävention für deren Manager

GK6 den Gesundheitsstandort im Umkreis von 100 km bewerben

- Forum aller Wellness-Anbieter ins Leben rufen

GK7 Gesundheitsangebote entwickeln, die eine Übernachtung notwendig machen

- „Reha-/Präventionsschnuppern“: Gast bekommt freie Therapieplätze der Kliniken angeboten für 2 bis 3 Tage, Übernachtung in Pension/ Hotel (nicht in Kliniken)

GK8 die Zufahrtswege ins Kurzentrum verbessern

GK9 den Spessartbogen durch Events mit Leben erfüllen

- „Themenwanderung“

GK10 die Zusammenarbeit zwischen Gesundheits- und Beherbergungsbetrieben verbessern

- Forum installieren, inklusive Toskana Therme

GK11 eine Naturapotheke mitten in der Stadt installieren (gärtnerische Umgestaltung des Innenstadtbereiches mit dem Schwerpunkt Heilpflanzen, Ziel: „Bad Orb - ein großer Heilgarten“)

GK12 ein Konzept zur Waldmedizin auf der Grundlage unserer natürlichen Ressource Wald entwickeln

GK13 mehr Gesundheitsdienstleister (← Wirtschaft AG 2)

Einzelhandel			
Stärken		Schwächen	
	<u>Punkte</u>		<u>Punkte</u>
☺ verkaufsoffene Sonntage	17	☹ Öffnungszeiten	33
☺ Einfahrt in die Stadt mit Pkw	15	☹ Öffnungszeiten nicht untereinander abgestimmt	5
☺ historisches Flair	15	☹ keine einheitlichen Öffnungszeiten	3
☺ sehr gute Einkaufsmöglichkeiten	14	☹ fehlender Leerstandskoordinator	18
☺ kurze Wege, Innenstadt überschaubar	13	☹ Selbstdarstellung nach Außen	17
☺ gutes in Ruhe Einkaufen	12	☹ fehlendes Gesamtkonzept	13
☺ gute Fachgeschäfte	8	☹ Fußgängerzone fehlt	13
☺ Fachkompetenz vor Ort	3	☹ Darstellung in der Presse	11
☺ 50 Fachgeschäfte	2	☹ zu viele Billigläden	10
☺ gute Angebotsmischung (Fachgeschäfte und Beratung)	5	☹ Warenstände kreuz und quer	9
☺ viele kleine Fachgeschäfte	4	☹ Ständersatzung	7
☺ rasche Auftragsbearbeitung	4	☹ unkontrollierte Nutzung der Gehwege als Verkaufsfläche	4
☺ Kaufkraft „Best Ager“	3	☹ Samstagnachmittag fast kein Laden in der Stadt mehr geöffnet	8
☺ schöne Innenstadt, Freude beim Einkauf	3	☹ digitale Kommunikation	7
☺ geschäftsnahe Parkplätze	1	☹ wenige Fachgeschäfte, zu viele Ramschgeschäfte	6
☺ immer noch gutes Angebot	1	☹ Beleuchtung der Auslagen abends schlecht	5
☺ relativ große Anzahl an Einzelhandelsgeschäften	1	☹ zu viele Kleiderstände vor Öffnung der Hauptstraße (13 Uhr)	4
☺ Schmuckläden	0	☹ wenig interessante Geschäfte	3
☺ viele Läden mit Geschenkartikeln	0	☹ bis 18 Uhr geöffnet – 17:55 Uhr: Sie haben Glück, dass wir noch geöffnet haben	2
☺ vergleichsweise wenig Leerstand	0	☹ zu unfreundlich	2
☺ Website „Bad Orb erleben!“ der Werbegemeinschaft	0	☹ Einstellung der Einheimischen	2
		☹ Gewerbegebiet schädigt Einzelhandel	2
		☹ Leerstand	2
		☹ mangelnde Konkurrenz zum Internethandel	2
		☹ viele Geschäftsschließungen	1
		☹ keine Barrierefreiheit im Einzelhandel	1
		☹ Sortimentsvielfalt für verschiedene Altersklassen in der Mode	1
		☹ zu kleine Ladenflächen	1
		☹ die Darstellung der Geschäfte auf der Hauptstraße	1
		☹ Darstellung der Werbegemeinschaft	1
		☹ Verkehrsführung Innenstadt	1
		☹ Einkaufsmöglichkeiten fehlen	0
		☹ schlechte Parkplatzsituation	0
		☹ zu wenig Verbindungen im ÖPNV	0

	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ Qualität im Angebot stimmt nicht, kaum Marken 0 ⊗ zu wenig Individualität, viel Standardware 0 ⊗ Angebotspalette Einzelhandel 0 ⊗ fehlende Unterstützung der Werbegemeinschaft bei Veranstaltungen 0 ⊗ unattraktive 70er-Jahre Bausünden im Schaufensterbereich – größer statt schöner 0 ⊗ zu geringe Kundenfrequenz 0 ⊗ keine Industrie, kaum Dienstleistungsbetriebe 0 ⊗ Konzentration auf Hauptstraße 0 ⊗ Überalterung der Geschäftsleute 0 ⊗ Mietkosten 0 ⊗ Zuverlässigkeit 0 ⊗ Service-Wüste Bad Orb 0
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ☺ klare Entscheidung notwendig: pro oder contra Fußgängerzone, danach konsequente, auch bauliche Umsetzung ☺ Sanierung Hauptstraße ☺ geringere Miete im Vergleich zur Großstadt ☺ Durch gute Vermarktung gute Verkäufer, fördert positive Entwicklung in Bad Orb ☺ erfolgreiches Leerstandsmanagement ☺ positives Denken ☺ Gutes, in Ruhe einkaufen ohne Stress ☺ Fachgeschäfte stärken 	<ul style="list-style-type: none"> ⊗ Nachfolge ⊗ keine Nachfolger aus junger Generation, mangelnde wirtschaftliche Zukunft ⊗ Einzelhandelssterben durch Sanierung der Hauptstraße ⊗ Innenstadt ist modern saniert, kein Einzelhandel mehr vorhanden ⊗ oft fehlende Motivation

*Die oben aufgeführten **Stärken und Schwächen** wurden in der ersten Sitzung von den AG-Mitgliedern auf Karten geschrieben und an Metaplanwänden angebracht, ergänzend zu den Stärken und Schwächen aus der Repräsentativen Bürgerbefragung Sept. 2016 und aus früheren Gutachten.

Jede Teilnehmerin/jeder Teilnehmer erhielt für alle Themenbereiche der AG 20 Punkte, um die Stärken und Schwächen zu markieren, die ihr/ihm am wichtigsten waren –maximal 3 Punkte auf 1 Karte.

Erste Ziele

Einzelhandel

Wir wollen...

E1 die Innenstadt sanieren und zeitgemäß gestalten

E2 den Einzelhandel online erlebbar machen

E3 ein aktuelles Leerstandsregister und –management einrichten (← Stadtentw. AG 1)

E4 einheitliche Öffnungszeiten für die Geschäfte (← Stadtentwicklung AG 1)

E5 Kernöffnungszeiten vereinbaren

E6 die Parkgebühren abschaffen

E7 Einkaufs-Erlebnis-Zonen schaffen

E8 die Weihnachtsbeleuchtung erneuern

E9 eine Ständersatzung einhalten und kontrollieren

E10 die Attraktivität der Geschäfte auch abends erhöhen, z. B. durch Beleuchtung

E11 den Fassaden- und Schaufensterrückbau zur Steigerung der Attraktivität

E12 einen Citymanager einstellen

E13 eine enge Zusammenarbeit zwischen den Einzelhändlern erreichen

E14 eine engere Zusammenarbeit zwischen dem Einzelhandel, den Hoteliers und den Kliniken

E15 eine engere Zusammenarbeit zwischen Stadt und Werbegemeinschaft

E16 die Barrierefreiheit in den Geschäften erreichen

E17 die Kundenzufriedenheit erhöhen

E18 das Innenmarketing stärken

E19 den Branchenmix verbessern (← Stadtentwicklung AG 1)

E20 die Straßenbeleuchtung erneuern (→ Stadtentwicklung AG 1)

Erste Ziele und Maßnahmen

Einzelhandel

Wir wollen...

E1 die Innenstadt sanieren und zeitgemäß gestalten

E2 den Einzelhandel online erlebbar machen

E3 ein aktuelles Leerstandsregister und –management einrichten (← Stadtentwicklung AG 1)

- Ansprechpartner hierfür im Rathaus, der Infos über leerstehende Läden (Größe, Miethöhe) sammelt und Neuvermietung managt

E4 einheitliche Öffnungszeiten für die Geschäfte (← Stadtentwicklung AG 1)

- Kooperation Vermieter mit Leerstandsmanager, um einheitliche Mietverträge bzw. Passus für Öffnungszeiten zu erreichen

E5 Kernöffnungszeiten vereinbaren

- Kooperation Vermieter mit Leerstandsmanager, um einheitliche Mietverträge bzw. Passus für Öffnungszeiten zu erreichen

E6 die Parkgebühren abschaffen

E7 Einkaufs-Erlebnis-Zonen schaffen

- Geocoaching-System mit Archivelementen und Facebookintegration: benötigt Belohnungssystem evtl. durch örtliche Gastronomie

E8 die Weihnachtsbeleuchtung erneuern

- Kostenbeteiligung der Stadt Bad Orb

E9 eine Ständersatzung einhalten und kontrollieren

E10 die Attraktivität der Geschäfte auch abends erhöhen, z. B. durch Beleuchtung

E11 den Fassaden- und Schaufensterrückbau zur Steigerung der Attraktivität

- Punkt streichen, Vorschläge nicht durchführbar

E12 einen Citymanager einstellen

- gemeinsame Werbung

E13 eine enge Zusammenarbeit zwischen den Einzelhändlern erreichen

- bessere Vernetzung der Einzelhändler: Händler A sollte wissen, was Händler B anbietet (Kunde kommt und sucht ein Handtuch: Wer hat es im Landen?)
- Kollegialitätsprinzip zwischen den Einzelhändlern, mögliche gemeinsame Gewinnbeteiligung
- regelmäßige Versammlungen der Einzelhändler zu Zielvereinbarungen

E14 eine engere Zusammenarbeit zwischen dem Einzelhandel, den Hoteliers und den Kliniken

- ... erreicht man am besten durch gemeinsame Arbeitsthemen/ Kampagnen durch die die Angebote der 3 Akteure miteinander verbunden werden, z.B. wir erstellen Angebote für die Angehörigen der Patienten, die im Hotel schlafen, im Einzelhandel ihre gewünschten Produkte kaufen etc., Schaffung „pauschal-artiger“ Angebote mit allen Bestandteilen, auch Rahmenprogramm

E15 eine engere Zusammenarbeit zwischen Stadt und Werbegemeinschaft

E16 die Barrierefreiheit in den Geschäften erreichen

- Bürger sollen positiver über Bad Orb denken, reden, „Vom Ich zum Wir“

E17 die Kundenzufriedenheit erhöhen

E18 das Innenmarketing stärken

- Die Einwohner mehr von ihrem Bad Orb überzeugen

E19 den Branchenmix verbessern (← Stadtentwicklung AG 1)

E20 die Straßenbeleuchtung erneuern (→ Stadtentwicklung AG 1)

- Straßen- und Parkbeleuchtung erneuern oder zumindest überprüfen



Tourismus			
Stärken		Schwächen	
	<u>Punkte</u>		<u>Punkte</u>
☺ Die Natur in unmittelbarer Umgebung der Stadt	21	⊗ Innenstadtgestaltung	29
☺ umfangreiches Rad-/Wanderwegenetz	18	⊗ Kopfsteinpflaster in Hauptstraße	7
☺ Nähe zum Ballungsraum	16	⊗ Verkehrssituation Innenstadt	6
☺ Toskana Therme/Naturerlebnisbad	15	⊗ Unkraut wuchert, z.B. Quellenring, Parkplatz Burgring	6
☺ gutes kulturelles Angebot	15	⊗ Orber reden ihre Stadt schlecht	11
☺ guter Name von Bad Orb durch gute Vergangenheit	13	⊗ Bürgersteige und Straßen nicht behindertengerecht	10
☺ engagierte Stadtführer	11	⊗ Gaststätten teils „altbacken“	10
☺ Kurpark	11	⊗ schlechte Beleuchtung in Stadt und Kurpark	10
☺ Natur – Mountainbiken, Wandern	11	⊗ erster Eindruck zählt – Einfahrt Bad Orb, Stadtmauer gegenüber Rathaus	9
☺ 2 Golfplätze in direkter Umgebung	8	⊗ viele verrottende Fachwerkfassaden	9
☺ Nähe Messe Frankfurt am Main	8	⊗ keine Weiterentwicklung des Marketingkonzeptes	9
⊗ Kommunikation	8	⊗ weniger werdende Bettenzahl	8
☺ Konzerthalle	8	⊗ mangelnde Maßnahmen, um weiteres Bettensterben zu verhindern	8
☺ alle „Attraktionen“ fußläufig in überschaubarem Radius erreichbar	8	⊗ veraltete Zimmerausstattung	7
☺ nach wie vor hoher Bekanntheitsgrad	5	⊗ wenige Hotels mit umfassendem Wellness-Therapieangebot im Haus	6
☺ Marketing-Konzept	5	⊗ fehlendes Angebot moderner und stylish-cooler Zimmer für kaufkräftige junge bis mittelalte Zielgruppe	5
☺ Sole als historisches Merkmal von Bad Orb	4	⊗ zu wenig Familienangebote „Urlaub im Spessart“	3
☺ zentrale Lage	4	⊗ renovierungsbedürftige Hotels (Moderne fehlt)	5
☺ Potenzial alter sanierungswürdiger Gebäude, Rückbau alter Sünden	4	⊗ zu wenig Ferienwohnungen/ Familienzimmer	2
☺ erstklassiges Kulturangebot (Konzert-halle)	3	⊗ Leerstand Altes Zollhaus am Kurpark	7
☺ Charme durch interessante Geschichte – Salz, Peter von Orb, Spessarträuber etc.	3	⊗ geführte Wanderungen	7
☺ positive Entwicklung der letzten Jahre – Therme, Konzerthalle, Kurpark etc.	3	⊗ Therme – Insellösung	7
☺ sanierte, modernisierte Kurimmobilien	2	⊗ Gäste für 1-2 Tage nicht willkommen	6
☺ freie Flächen für kreative Zwischen-nutzungen	3	⊗ Kur für Gäste zu umständlich	6
☺ gute Restaurants/ Kneipen/Cafés	3	⊗ unzureichende Bettenkapazität	6
☺ Verkehrsanbindung (nur 10.000 Einwohner)	2	⊗ Kurgesellschaft kostet mehr als sie einbringt – liquidieren, Marketingexperte ins Rathaus	5
☺ Sportangebote	1	⊗ keine Schwerpunktthemen, z.B. Wellness, Natur	5
☺ historische Bauwerke	1	⊗ Stadtbuslinie, Anschluss ÖPNV	5
☺ öffentliche Toilette	1	⊗ kein neuer Kutscher	4
☺ persönliche Sicherheit	0	⊗ keine Linie in der Gestaltung von Ordnungs- und Bauamt (siehe Quellenpassage)	4
☺ Sauberkeit	0		
☺ sympathisch, preiswert, umweltbewusst	0		
☺ altmodisch – gemütlich, echt	0		
☺ unsere Gäste beurteilen den Ort durchweg positiv	0		

☺ „Blumenstrauß“ an attraktiven, touristischen, gesundheitsfördernden Angeboten	0	⊗ mangelndes Wir-Gefühl in Sachen Tourismus in der kommunalen Verwaltung	4
☺ schöne, nette Kleinstadt	0	⊗ Grundpflege radikal, Timing nicht gut	3
☺ attraktive Stadtgestaltung	0	⊗ mangelnde Unterstützung der Kommune bei „Sorgen“ der Hotels/ Gastronomie	4
☺ viele Grünflächen	0	⊗ fehlende Gestaltungssatzung – Bausünden und neue Gebäude	3
☺ Vielzahl an Tagungsräumen	0	⊗ zu wenig Werbung für Mountainbike-Tourismus	3
☺ innerstädtisches Bussystem	0	⊗ keine einheitliche Außenbestuhlung in der Innenstadt	3
		⊗ Zielgruppe Jugend vernachlässigt	3
		⊗ zu wenig Außenwerbung	3
		⊗ altmodisch/ langweilig	2
		⊗ keine Verkäufer im Gesundheitsbereich	2
		⊗ gefährliche Anbindung an Radweg R3	2
		⊗ Ortseingang von Aufenau optisch katastrophal (kaputte Scheune links)	2
		⊗ regelmäßige Anfahrt zu Wanderzielen fehlt	2
		⊗ zu wenig Messebesucher	2
		⊗ schlechte Anbindung für Wanderer an den Premium-Wanderweg	2
		⊗ mangelnder Bekanntheitsgrad in Nachbarbundesländern	2
		⊗ Öffnungszeiten der Gaststätten	1
		⊗ leerstehende, in schlechtem Zustand befindliche Geschäftsimmobilien	1
		⊗ geführte Bike-Touren	1
		⊗ fehlendes Profil, dadurch Unsicherheiten bei Produktfindung/ Zielsetzung	0
		⊗ Freizeitangebote Kinder	0
		⊗ schlechte Verkehrsführung	0
		⊗ alle Angebote für ältere Leute (Kultur, Musik...)	0
		⊗ Busverkehr an Weihnachten/ Silvester	0
		⊗ unzureichende Darstellung von Barfußpfad, Minigolf, Schach, Boule	0
		⊗ schlechte Parkplatzsituation	0
		⊗ zu wenig Verbindungen im ÖPNV	0
		⊗ zu dunkel	0

*Die oben aufgeführten **Stärken und Schwächen** wurden in der ersten Sitzung von den AG-Mitgliedern auf Karten geschrieben und an Metaplanwänden angebracht, ergänzend zu den Stärken und Schwächen aus der Repräsentativen Bürgerbefragung Sept. 2016 und aus früheren Gutachten.

Jede Teilnehmerin/jeder Teilnehmer erhielt für alle Themenbereiche der AG 20 Punkte, um die Stärken und Schwächen zu markieren, die ihr/ihm am wichtigsten waren –maximal 3 Punkte auf 1 Karte.

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ☺ reizvolle Landschaft ☺ Erlebnisse schaffen ☺ namhafte Hotelkette ansiedeln ☺ Gesamtpakete anbieten – Wandern, Kultur, Therme, Kinderbetreuung ☺ weniger Hotelbetten – Überleben für den Rest ☺ Sole zeitgemäß vermarkten – Reha, Wellness etc. ☺ auf zwei Kernthemen konzentrieren – Sole, Natur ☺ Kümmerer ☺ Zielgruppe Jugend ☺ Vermarktung des Kurparks – Englischer Garten ☺ Bereitstellung von Freiflächen für Kunstprojekte, z.B. Stadtmauer/ Quellenring, Kurpark ☺ jüngere Zielgruppe ansprechen – suchen z.T. nur Ruhe ☺ Etablierung/ Wiederbelebung Wellnesstourismus und Gesundheit parallel ☺ Bad Orb steht für „aktive Erholung“ ☺ auf Messen mit Stand vertreten sein ☺ in Katalogen der großen Reiseveranstalter vertreten sein ☺ Tourismus ist Bad Orbs einzige Chance – erwachsen alle anderen Bereiche ☺ echtes Willkommen in Bad Orb ☺ Marketing stärker fokussieren auf Medien für Wandern und Wellness ☺ Marketingwechsel vom Produktangebot zum Nutzenangebot für unsere Kunden/Gäste ☺ Projektbegleitung bei allen Schlüsselthemen ☺ Nutzung Struktur für neues Konzept ☺ gute Kommunikation mit Leistungsträgern ☺ heile Welt 	<ul style="list-style-type: none"> ☹ schlechtes Binnenmarketing ☹ zerreden von neuen Ideen durch verletzte Eitelkeiten ☹ Herbergsbetriebe müssen den Gästen kreativere, modernere Angebote anbieten ☹ Gefahr der Zerschlagung und Repolitisierung arbeitsfähiger Strukturen im Kur- und Marketingbereich ☹ Hotel-Renovierungen ☹ weniger Hotelbetten ☹ mangelnde Unterstützung durch die Politik ☹ abrutschen in die Bedeutungslosigkeit

Erste Ziele und Maßnahmen

Tourismus

Wir wollen...

T1 Überregionale Events schaffen, die unsere Kernkompetenzen in Sachen Natur, Wandern, Sport und Outdoor-Erlebnissen dokumentieren

- Dies sind nur Beispiele von Teilnahmen, um unsere wunderbare „Infrastruktur“ zum Wandern, Sporttreiben und Erholung in großem Stil zu bewerben.
Wandern: Deutscher Wandertag, Deutscher Tag des Wanderns 2017, 24-Stunden-Wander-Events etc.
Erholung: Austragung eines internationalen Yoga-Events, z.B. mit Ursula Karven und Ralf Bauer als VIPs
Natureerlebnis: „Strong Viking“ Survivals Camps/Wettkämpfe im Spessart etc.
Die Möglichkeiten sind zahlreich. Am besten wäre es, wenn Bad Orb für die alljährliche (nachhaltige) Austragung eines gewissen Events steht, wie das Dorf „Wacken“ für Hard Rock Festival
Biken/ Radfahren: Bewerbung Bad Orbs als Standort für die Ausbildung von Mountain-bike-Guides, Wander-Guides

T2 die Übernachtungszahlen in Bad Orb steigern (←Stadtentwicklung AG 1)

Ideenspeicher

- *Ansiedlung Baumhaushotel*

T3 eine kleine Wasserspiellandschaft im Kurpark/in Kurparknähe für Kinder bis 10/12 Jahren anlegen

T4 einen Kinderspielplatz für kleine Kinder in der Nähe des Gradierwerks

T5 Angebote für Familienurlaub mit Kindern

T6 eine Musterausgestaltung von touristischen Angeboten erarbeiten

T7 Benefits für kurtaxpflichtige Übernachtungsgäste schaffen

T8 Suchmaschinenoptimierung der Bad Orb Werbung



Teilnehmerinnen und Teilnehmer
mit Beruf/Position für die Veröffentlichung im Leitbild

Ansprechpartnerin: Sabine Mühl (06052 86 200); sabine.muehl@bad-orb.de

Lfd.Nr.	Name	Vorname	Funktion
1	Adt	Dieter	Hotelier
2	Aulbach	Patrick	Rathausmitarbeiter (Bauamt)
3	Bauer	Berthold	AR-Vorsitzender Bad Orb Marketing GmbH
4	Bergfeld	Klaus	Mitarbeiter Naturpark
5	Ciomek	Nora	Betriebswirtin
6	Diener	Ralf	Fraktionsvorsitzender FBO, Journalist
7	Drisch	Mechthild	Hotelbesitzerin
8	Edel	Alfred	Gastronom
9	Engel	Jochen	Bankkaufmann
10	Engel	Horst	Reisebüro-Kaufmann
11	Engel	Margarethe	Geschäftsführerin
12	Freund	Georg	Geschäftsführer Küppelsmühle; 2. Vorsitzender
13	Gembolys	A.	Beamtin
14	Göb	Julia	Eigentümerin Hotel Rheinland Bad Orb
15	Gotz	Heidrun	Hotelkauffrau
16	Haag	Rüdiger	Geschäftsführer Spessart Klink
17	Häfner	Martina	Fotografin
18	Hahner	Mariana	Hausfrau
19	Halterbeck	Jörg	Angestellter/Kundendienstdirektor
20	Hans-Schürenkämper	Uwe	muse - Beratung & Optimierung
21	Hessberger	Dieter	Kaufmann
22	Hessberger	Jens	Kaufmann
23	Hiebler	Franz	Sachgebietsleiter
24	Hummel	Barbara	selbstständige Kauffrau
25	Iffland	Andrea, Dr.	Entwicklungsbänkerin, 1.Vorsitzende
26	Kanning	Niels	Journalist
27	Kempa	Michael	Magistrat/CDU; Assis. d. GL Küppelsmühle
28	Köppe	Gabriele	Ärztin
29	Kypta	Thomas	Geschäftsführer etage3 design+digital
30	Mager	Hans-Joachim	Kaufmann
31	Mühl	Renate	Abteilungssekretärin IHK Frankfurt am Main
32	Müller	Marcus	Kaufmännischer Direktor MediClin
33	Plagemann	Michael	Vorsitzender Werbegemeinschaft
34	Prigand	Petra	Re-No-Gehilfin
35	Rieger	Torsten	Werbegemeinschaft/Selbstständig
36	Sandrock	Heinz	Rentner, kaufm. Bereich
37	Schüssler	Manfred	Wirtschaftsprüfer+ Steuerberater
38	Schüssler	Dominik	Bachelor of Arts (BWL)
39	Seifert	Karl-Heinz	Handelsvertreter
40	Steinhardt	Jörg, Dr.	Geschäftsführer Bad Orb Kur GmbH
41	Waizenegger	Horst	Hotelkaufmann
42	Weisbecker	Tobias	StaVo/CDU, Vors. CDU Stadtverband
43	Weisbecker	Ramona	Angestellte/Werbegemeinschaft
44	Weisbecker	Patrick	Selbstständiger
45	Weiß	Roland	Bürgermeister
46	Wolf	Inge	Möbel Wolf, Geschäftsführerin
47	Wolfertz	Andreas	selbstständiger Kaufmann