KOHL ➤ PARTNER

Ganzheitliches Marke - Stadtleitbild – Tourismuskonzept Burladingen

Alexander Seiz, Jana Große Hokamp
Kohl ➤ Partner Stuttgart

25. April 2025
Finaler Bericht

Auf einen Blick.

Ganzheitliches Konzept Marke - Stadtleitbild – Tourismus Burladingen

- **Ausgangslage:** 10 Stadtteile über 123,33 km² mit hohem Anteil an beeindruckender Natur und vielen Schutzgebieten; geringe Bevölkerungswachstumsrate und Überalterung der Bevölkerung; wenige touristische Betriebe, aber dennoch leichte Steigerung der Ankünfte; bei Tagesgästen beliebt; Trigema als Anziehungsfaktor.
- **Vision:** Burladingen - attraktiver Lebensort für Bürger:innen und Gäste, mit starker Gemeinschaft und einzigartiger Natur.
- **Marke:** Werte – schaffig, geerdet, kreativ, natürlich; Slogan: Burladingen - Wo die Alb die Täler küsst
- **Strategieleitbild:** Burladingen als Wohnort mit hoher Lebens- und Freizeitqualität; Förderung einer starken Gemeinschaft, ein Ort des Miteinanders; Unterstützung der Wirtschaft und Entwicklung qualitätsvoller, sanfter Tourismus; Schutz der einzigartigen Natur und Förderung nachhaltiger Wirtschaftsweisen
- **Touristische Strategien:** Wandern im Fokus, Fahrradtourismus ausbauen, bessere Sicht- und Buchbarkeit von Angeboten, Mosaik an echten Erlebnissen in Ortsteilen, Besucherlenkung und Wertschöpfung schaffen, Touristische Infrastruktur verbessern, Pflegen und erhalten touristischer Infrastruktur
- **Touristische Positionierung und Themen:** Burladingen bietet Gästen die Möglichkeit die Natur und Kultur der Täler und Höhen der Schwäbischen Alb authentisch und natürlich zu erleben.; Themen: Natur, Kultur & Tradition
- **Projekte:** Stadt und Ortsteile durch einen „Roten Faden“ thematisch vernetzen; Altersgerechtes, barrierefreies Wohnen; Jährliches Stadtevent; Mobile-Bewirtung/Verkaufshütten; Wohnmobil Stellplätze; Ausbau Website für Tourismus und Freizeit
- **Umsetzung:** Stadt als Koordinator, Umsetzung als „Gemeinschaftsaufgabe“; Breite Kommunikation und Einbindung der Menschen; Die „positive und visionäre Diskussion“ und die „Vernetzung“ am Leben halten

Inhaltsverzeichnis.

Wo findet sich was

1. Einleitung: Zielsetzung & Prozess
2. Reflexion: Status quo & Umfeld
3. Marke: Werte & Persönlichkeit
4. Stadtleitbild: Positionierung & Handlungsfelder
5. Tourismuskonzept: Handlungsfelder & Projekte
6. Realisierung: Umsetzung & Projekte

Hinführung zum ganzheitlichen Konzept.

Ausgangslage

Umgeben von Wald und Wiesen liegt auf der Mittleren Schwäbischen Alb die Stadt Burladingen. Mit der in Burladingen entspringenden Fehla, die sich 17,5km bis Hermentingen schlängelt und in die Lauchert mündet, ist die Stadt umgeben von einem Naturschutzgebiet das Naherholung in der Natur bietet. Mit dem Nähberg, auf dem die Ruine Hohenringingen steht, befindet sich ebenfalls ein Landschaftsschutzgebiet in Burladingen.

Insgesamt wird ein hoher Freizeitwert geboten. Für Gäste und Einwohner bietet sich so eine malerische Landschaft für Rad- und Wandtouren in der Umgebung an, gespickt durch romantische Burgruinen und kulturelle Ziele. Auch für jene, die es gerne sportlich aktiv mögen, ist mit einem Bike-Park und der Downhillstrecke, der Mountainbikestrecke „Alb-Crossing“ oder dem Albsteig für jeden etwas dabei. Das Theater Lindenhof, als einziges Regionaltheater in Deutschland, das Peitschen- oder Heimatmuseum, der bekannte Maimarkt oder der Nachtwächter sowie viele weitere Veranstaltungen bieten auch Kulturinteressierten spannende Erlebnisse.

Hinführung zum ganzheitlichen Konzept.

Zielsetzung

Die Stadt Burladingen hat sich dazu entschlossen, die gesamte Entwicklung der Stadt nochmals in einen Guss zu bringen und den Tourismus als wichtiges Standbein näher zu beleuchten. Daher soll zum ersten die Marke Burladingen nochmals thematisiert, das Stadtleitbild aktualisiert und ein touristisches Gesamtkonzept erstellt werden. Insgesamt gilt es mit dem Prozess, eine positive Entwicklung für Bürger:innen und Gäste zu schaffen und den Tourismus durch eine klare Positionierung und Strategie zu stärken.

Das ganzheitliche Konzept „Marke – Stadtleitbild – Tourismus“ klärt dabei folgende Inhalte:

- **Klärung der Markenpositionierung für die Stadt Burladingen**
  Welche Werte stehen für Burladingen bei Bürger:innen und Gästen? Worin liegt die besondere Identität und wie können wir diese intern wie extern transportieren und sichtbar machen?
- **Strategisches Stadtleitbild Burladingen**
  Wie wollen wir uns als Stadt strategisch in die Zukunft begeben? Welche wichtigen Themen gilt es zu forcieren? Was sind wichtige Zielsetzungen?
- **Tourismuskonzept Burladingen**
  Wie sieht die konkrete touristische Positionierung für Burladingen aus? Welche touristischen Themen leiten sich ab und welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?
- **Klärung der dazu notwendigen Umsetzungsarbeit**
  Wie und mit welchen Strategien und Maßnahmen kann diese Marke und die Tourismusentwicklung ganzheitlich umgesetzt werden? Wer sind wichtige Partner:innen?

Gesamtprozess in der Übersicht.

Entwicklung des Marke-Stadtleitbild-Tourismuskonzeptes für Burladingen

Für die Erstellung des Marke-Stadtleitbild-Tourismuskonzeptes wurde eine Lenkungsgruppe von 24 Personen aus unterschiedlichen Bereichen zusammengestellt, die den Prozess intensiv begleitet haben. Im gesamten Prozess wurde auf eine breite Beteiligung von Leistungsträger:innen und Bürger:innen gesetzt.

Juni 2024	Juli 2024	Oktober 2024	Januar 2025	Februar/März 2025	März 2025	März/April 2025
Reflexion	Kick-Off Lenkungsgruppe / Reflexions-Workshop	Zukunfts-werkstatt 1	Zukunfts-werkstatt 2	Entwurf Marke-Stadtleitbild-Tourismus-konzept	Redaktions-Workshop	Finalisierung Marke-Statdtleitbild-Tourismus-konzept
Erfassung der Ist-Situation, Durchführung von Besichtigungen, Expertengesprächen, Umfeld- und Mitbewerberanalyse, Stakeholder-Analyse, Stärken-Schwächen	Präsentation Reflexion, Rahmenbedingungen, Trends, Stärken & Schwächen, Status altes Stadtleitbild und notwendige Anpassungen, Marken-Relevanz-Analyse	Präsentation Ist-Analyse, Erkenntnisse, Stärken & Schwächen, Vision erarbeiten, Limbic-Marken-persönlichkeit, Entwicklung Markenprofil	Präsentation MarkenCompass, Positionierung, Handlungsfelder, Sammlung von Zielen und Projekten	Aufbereitung der Ergebnisse Analyse, inkl. Erstellung des Stadtleitbildes, Fixierung der Marke & Ausarbeitung der Strategien, Projekte	Diskussion, Verabschiedung Entwürfe, Umsetzungsleitlinien, Projektklärung und -priorisierung, Organisation, Umsetzungspläne	Einarbeitung letzter Änderungen und Details in das Marke-Stadtleitbild-Tourismuskonzept und finale Berichterfassung

Inhaltsverzeichnis.

Wo findet sich was

1. Einleitung: Zielsetzung & Prozess
2. Reflexion: Status quo & Umfeld
3. Marke: Werte & Persönlichkeit
4. Stadtleitbild: Positionierung & Handlungsfelder
5. Tourismuskonzept: Handlungsfelder & Projekte
6. Realisierung: Umsetzung & Projekte

Kulisse.

Burladingen

Stadt Burladingen

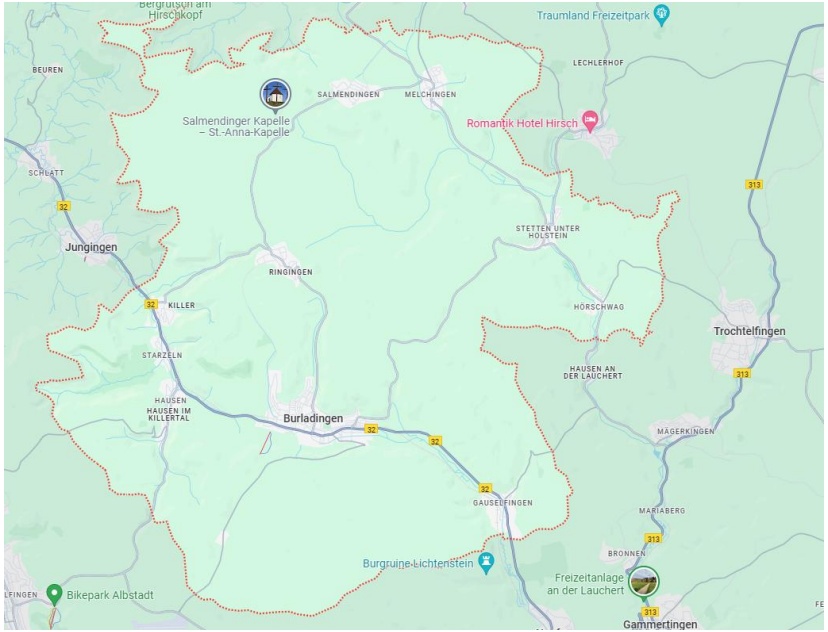
123,33 km²

12.273
Einwohner:innen

Burladingen Kern mit
9 Stadtteile:
- Gauselfingen
- Hausen i.K.
- Hörschwag
- Killer
- Stetten u. H.
- ….

Touristisch interessante größere Städte in der Umgebung:
- Tübingen
- Sigmaringen
- Reutlingen
- Ulm…

Sehenswürdigkeiten in der Umgebung:
- Burg Hohenzollern
- Schloss Lichtenstein
- Schloss Sigmaringen

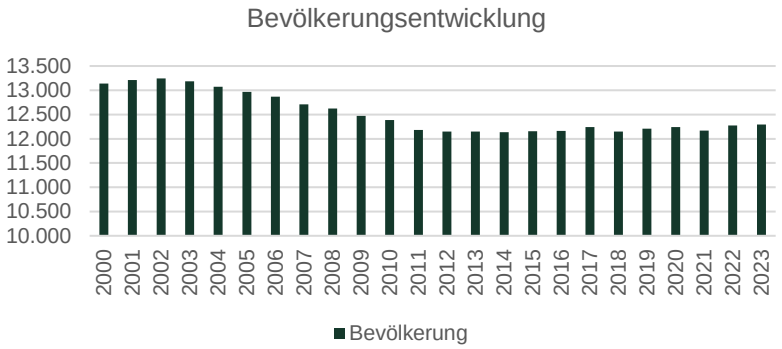


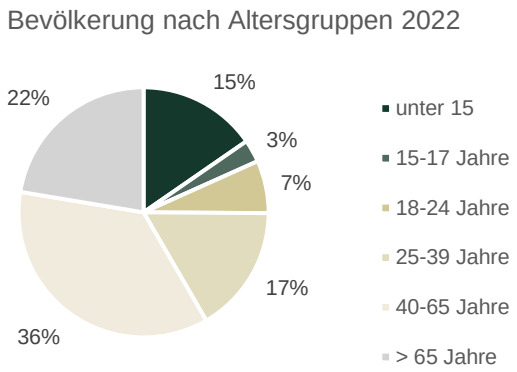
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa), 2023; Burladingen 2024;

Bevölkerung.

Entwicklung und Altersgruppen

- Nur geringe Veränderungen in der Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahrzehnten
- Auch in der Bevölkerungsvorausberechnung bis 2040 wird aktuell nur von einer minimalen Steigerung ausgegangen (2023 -12.273 => 2040 - 12.599)
- Positives Wanderungssaldo, aber negatives Geburtensaldo



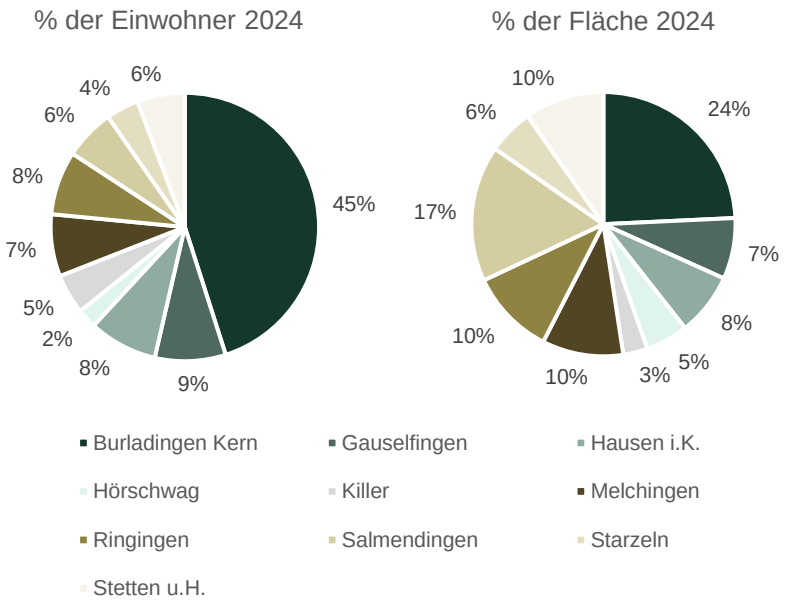


- Überalterung der Gesellschaft ist auch in Burladingen spürbar mit 60% der Bewohner:innen über 40 Jahre alt
- Das Durchschnittsalter in Burladingen liegt bei 45,8, in Baden-Württemberg bei 43,8

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa) 2024

Kulisse.

Burladingen Ortsteile



Quelle: Burladingen.de

- Burladingens Stadtteile sind unterschiedlich geografisch gelagert:
  - Auf der Oberen Alb sind die Stadtteile Salmendingen, Melchingen, Stetten u.H., Ringingen und Hörschwag
  - Im Fehlatal befindet sich Gauselfingen sowie Burladingen Kernstadt
  - Im Killertal sind die Ortsteile Hausen i.K., Killer und Starzeln

Soziales.

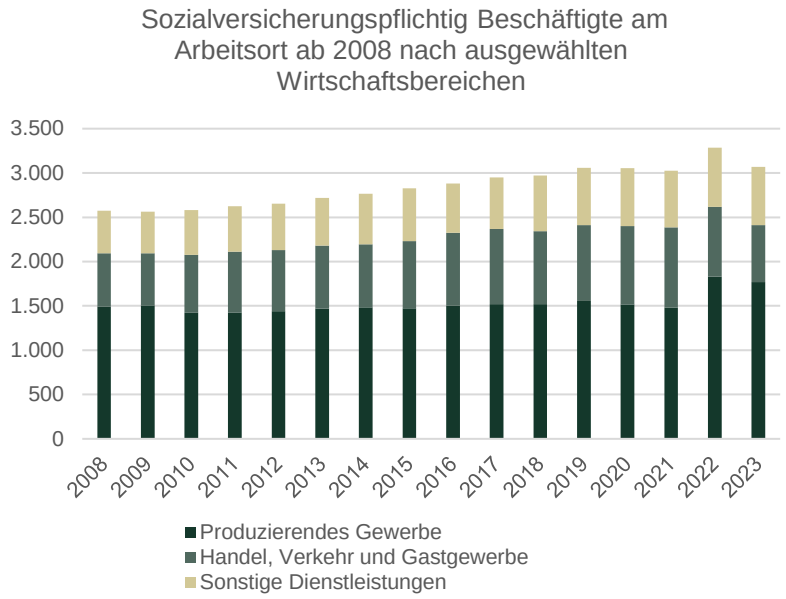
Versorgung, Betreuung und Wohnen

- Grundversorgung durch soziale Infrastruktur ist derzeit gut ausgebaut (Kinderbetreuungseinrichtungen, Schulen, Senioreneinrichtungen)
- Medizinische Versorgung durch Ärztehaus, verschiedene Praxen und Apotheken vorhanden
- Wohnraum Zunahme seit 2010 & Unterstützung der Stadt Burladingen für privaten Wohnungsbau sowie für junge Familien
- Generell hoher Sanierungsbedarf vorhanden, auch privat, aber gemischtes Sanierungsinteresse
- Gute Vernetzung der Ortschaften, aber stärkere Zusammenarbeit gewünscht
- Nahversorgung in der Befragung 2021 als mittel bis schlecht bewertet
  - Insbesondere in den Ortsteilen
  - Mögliche Alternativen mobile Einkaufsmöglichkeiten
- Einkaufsmöglichkeiten v.a. in Burladingen Kern vorhanden, aber Rückgang der inhabergeführten Geschäfte
- Sehr große Vereinslandschaft mit insg. 167 Vereinen
  - Burladingen: 47
  - Hausen i.K.: 12
  - Gauselfingen: 19
  - Hörschwag: 7
  - Killer: 11
  - Melchingen: 12
  - Ringingen: 18
  - Salmendigen: 17
  - Starzeln: 10
  - Stetten u.H.: 14

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa), 2024; Gesamtstädtisches Entwicklungskonzept zur Aufnahme als Schwerpunktgemeinde im Entwicklungsprogramm ländlicher Raum, 2021

Wirtschaft.

Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen & Pendler

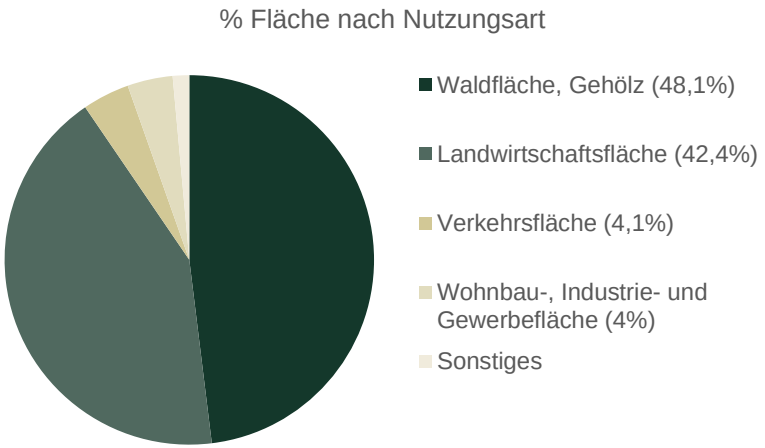


Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2024, Statista 2024

- Insgesamt gehörten 57,3 % (2023) der Sozialversicherten Beschäftigten am Arbeitsort Burladingen zu dem produzierenden Gewerbe. In Baden-Württemberg waren es 34,7 %.
- Trigema, mit Sitz in Burladingen ist der größten Hersteller von Sport- und Freizeitbekleidung in Deutschland, mit über 1000 Mitarbeiter:innen.
- Trigema hat im Jahr 2022 einen Umsatz von 127.2 Millionen Euro realisiert.
- Burladingen hat ein negativen Pendlersaldo – insgesamt pendeln 2.312 mehr Personen aus Burladingen aus als ein.

Flächennutzung.

Nach Nutzungsart



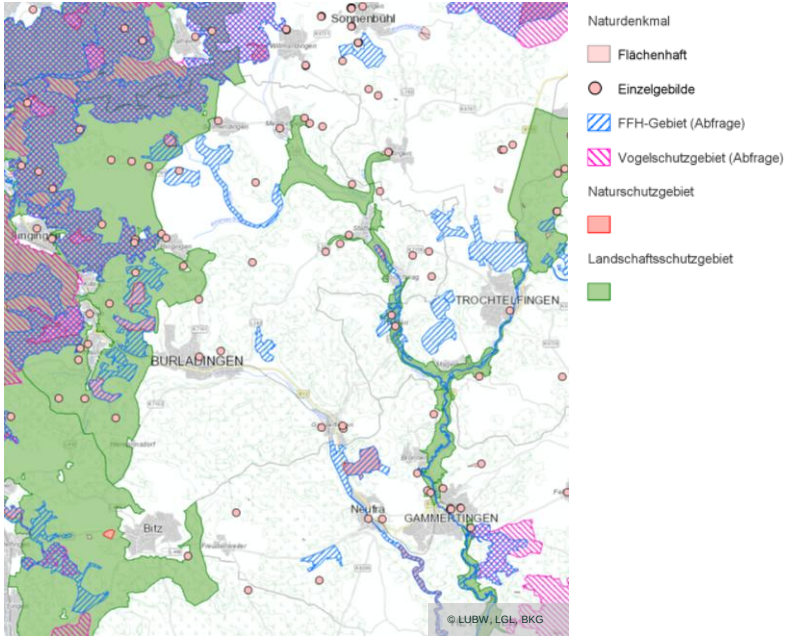
- Ca. 4000 ha (ca. 68%) der Waldflächen sind in Besitz der Stadt Burladingen
- Die Nutzungsflächen von Gewässer liegt bei 0,2% und Moor, Heide, Sumpf und Unland machen zusammen 0,9% und die Friedhofsfläche 0,1% der Flächennutzung aus.
- Die Sport-, Freizeit- und Erholungsgebiete machen 0,3% der Fläche aus, im Vergleich liegt die Fläche in Bad Urach bei 0,9%, in Baden-Württemberg bei 1,1%

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa), 2023; Stadt Burladingen 2024

Schutzgebiete.

Burladingen

- Schutzgebiete gehen zum Teil über die Grenzen Burladingens hinaus
- **6 Naturschutzgebiete :**
  Bei der Mühle, Kornbühl, Nähberg, Oberberg-Köpfle, Wacholderbusch, Scharlenbachtal-Hofwald
- **2 Landschaftsschutzgebiete:**
  Laucherttal mit Nebentälern, Oberes Starzeltal und Zollerberg
- **6 Fauna-Flora-Habitat-Gebiete (FFH):**
  Reichenbach und Killertal zwischen Hechingen und Burladingen, Salmendingen/Sonnenbühl, Albtrauf zwischen Mössingen und Gönningen
- **2 Vogelschutzgebiete:**
  Mittlere Schwäbische Alb, Südwestalb und Oberes Donautal



Touristische Performance.

Statistische Kennzahlen 2023

- Die Zeitreihenanalyse basiert auf den verfügbaren Daten des Statistischen Landesamt Baden-Württemberg (StaLa).
- StaLa bezieht sich nur auf Betriebe mit mind. 10 Schlafgelegenheiten.

4 statistisch erfasste Betriebe mit 92 Betten

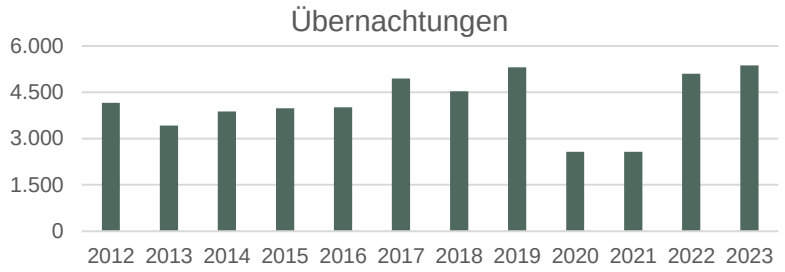
2.557 Ankünfte

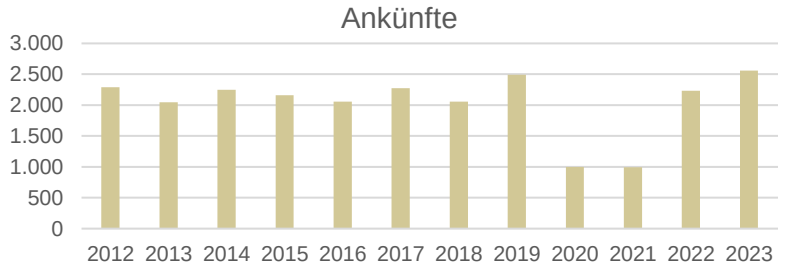
5.375 Übernachtungen

Ø Aufenthaltsdauer 2,1 Tage

Auslastung von 16,8%

- Burladingen verfügt 40 Ferienwohnungsanbieter, die bei StaLa nicht berücksichtig werden. Eine Umfrage im Oktober 2024 hat gezeigt:
  - > 70% sind gut bis sehr gut ausgelastet
  - ~ 50% haben eher Handwerker als Gäste, durch geringe Werbung ansonsten recht ausgeglichen
  - Touristen eher Kurzurlauber
  - Sehr unterschiedliche Vermarktung





Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa) 2024

Touristische Performance.

Touristische Kennzahlen Burladingen

- Die Tourismusintensität von 0,1 % in Burladingen bedeutet im Durchschnitt 0,1 Übernachtungsgäste pro Tag je 100 Einwohner:innen.
- Burladingen hat eine Tourismusdichte (Betten pro km²) von 0,7 und liegt damit unter dem Wert des Landkreises Zollernalbkreis (3,9) und unter dem der Stadt Albstadt (9,3). Bartholomä (20,0) und Großschönau (30,4) haben eine eindeutig höhere Tourismusdichte.

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa) 2024; Regionaldaten Gemeindestatistik Sachsen 2024

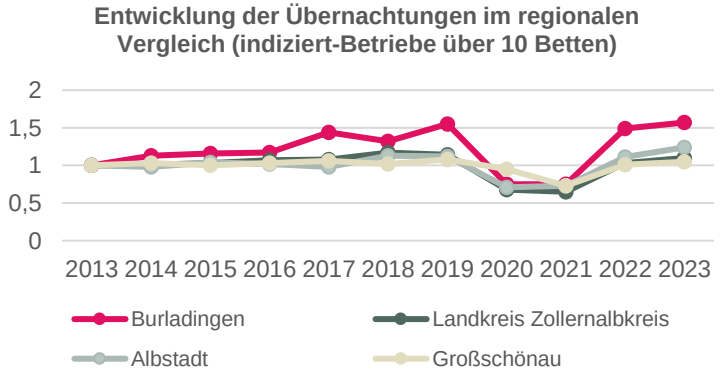
Touristische Performance.

Touristische Kennzahlen Burladingen

- Das Unternehmen Trigema lockt viele Tagesgäste nach Burladingen.
- Die Aufenthaltsdauer der Gäste ist daher in der Regel eher kurz, oder es handelt sich um Handwerker.
- In Burladingen ist klar zu bemerken, dass im Sommer eindeutig mehr Tourismus vorhanden und im Winter die Auslastung eher gering ist.

- Einschätzung der Tagesgäste
  - Keine konkrete Berechnung zum Tagestourismus in Burladingen vorhanden
  - In Baden-Württemberg wurden ca. 495,0 Mio. Tagesreisende geschätzt, die jeweils ca. 27,30 € pro Tag ausgeben (2019).

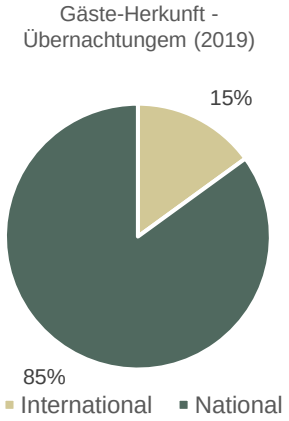
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa) 2024; Regionaldaten Gemeindestatistik Sachsen 2024

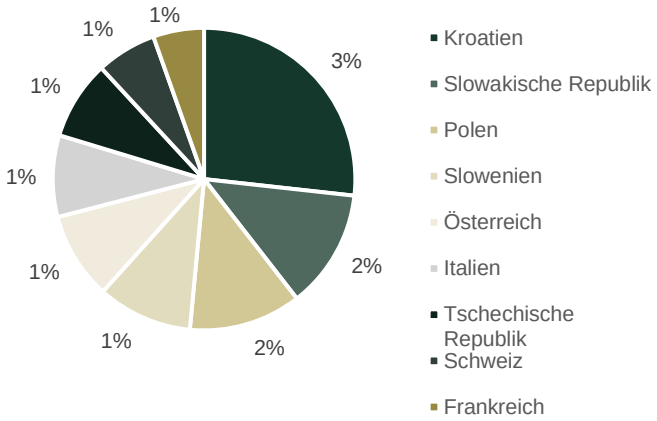


- Burladingen hat vor Corona einen schwankenden Anstieg der Übernachtungen verzeichnen können.
- Der Einbruch durch die Coronabeschränkungen in 2020 deckt sich mit dem Landkreis und der Stadt Albstadt. Lediglich Großschönau ist nicht so stark eingebrochen.
- In 2022 konnte sich Burladingens Tourismus im Vergleich stärker erholen.

Touristische Performance.

Quellmärkte der Übernachtungsgäste 2019





- 2023 wurden 4.556 Übernachtungen durch nationale Gäste und 819 Übernachtungen durch internationale Gäste in Burladingen gezählt.
- 11 % der Ankünfte Burladingens kommen aus dem Ausland. Burladingen liegt damit unter dem baden-württembergischen Landesdurchschnitt von 19,5 %.

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (StaLa) 2022

Organisation und Marketing.

Tourismusorganisation Burladingen

Organisation

- Tourismus ist Teil der Öffentlichen Verwaltung der Stadt Burladingen und ist Teil des Sachgebiets Bildung, Kultur & Tourismus
- In Burladingen gibt es keine Tourist-Information sondern die Ansprechpartner sitzen im Rathaus. Broschüren zur Auslage ebenfalls im Theater Lindenhof in Melchingen.
- Insgesamt ist 1 Vollzeitäquivalente für den Tourismus im Sachgebiet Bildung, Kultur & Tourismus vorhanden

Marketing

- Es wird nur sehr gering spezifisches Marketing (Print & Online) individuell für Burladingen gemacht
- Vertretung auf Messen und Ausstellungen gemeinsam über die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Zollernalb
- Diverse Anzeigen und Advertorials
- PR und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media

Überblick über bestehende Konzepte und Unterlagen.

Regionale Konzepte & Strategien

LEADER Mittlere Alb 2023-2027

- Regionales Entwicklungskonzept zur Entwicklung der Mittleren Alb
- Burladingen seit 2023 dabei
- 3 Handlungsfelder mit 4 Querschnittszielen
- Leitprojekte inkl. Umsetzungsplan für unterschiedliche Bereiche

Wichtige Aspekte

- Interkommunaler Naherholungs- und Tourismusinfrastruktur über LEADER fördern lassen

Entwicklungskonzept ELR 2021

- gesamtstädtisches Entwicklungskonzept (GEK) als Schwerpunktgemeinde für Entwicklungsprogramm ländlicher Raum
- seit 2014 ca. 20 Maßnahmen mit 1.323.500 € gefördert
- 5 Handlungsfelder mit konkreten Leuchtturmprojekten und möglichen Umsetzungsideen

Wichtige Aspekte

- Notwendigkeit der Unterstützung der Ortsvorsteher
- Kernthemen Demografischer Wandel, Siedlungsentwicklung, Natur- & Landschaftsschutz, Mobilität über ELR fördern lassen

Überblick über bestehende Konzepte und Unterlagen.

Regionale Konzepte & Strategien

Stadtleitbild & Maßnahmen Burladingen 2003-2005

- Erarbeitung des Stadtleitbildes in 3 Phasen: Grundlagenermittlung (2003), Stadtleitbild (2004), Maßnahmenkatalog (2005)
- Erarbeitetes Stadtleitbild Burladingen als Leitlinie für die zukünftige Stadtentwicklung ab 2005
- Definition von 4 Handlungsfeldern mit konkreten Zielen und Teilzielen
- Erarbeiteter Maßnahmenkatalog mit priorisierten Maßnahmen und Zuständigkeiten

Wichtige Aspekte

- 4 Handlungsfelder umfassen alle Bereiche der Stadt
- Stärkung der Wirtschaft und Erhöhung der Attraktivität für Unternehmen
- Freizeitangebote ausbauen, Kultur und Gastgewerbe fördern
- Verbesserung des Stadtbildes durch Leerstandsbeseitigung und Fassadenverschönerung
- Umwelt- und sozialverträgliche Entwicklung der Stadt Burladingen

Maßnahmen 2005.

Ausgewählte umgesetzte Maßnahmen Stadtleitbild 2005

- **Wirtschaft, Dienstleitung und Einzelhandel:**
  - Offensive Vermarktung der Fördermöglichkeiten zur Gewerbeansiedlung (EU-Fördergebiet)
  - Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Burladingen stärker in bestehende (über-) regionale Informationsangebote einbinden
  - Einrichtung eines ständigen Wirtschaftsforums in Burladingen
  - Veranstaltungen mit Eventcharakter zur Belebung der Innenstadt

- **Stadt, Umwelt und Verkehr**
  - Installation von Wasserspielen
  - Brachflächenmanagement sowie gezielte Ansprache der Eigentümer der Immobilien sowie Wiederbelebung von leerstehenden oder vernachlässigten Häusern in der Innenstadt
  - Planung eines Baumpfades
  - Einrichtung einer innenstadtnahen, multifunktionalen Freizeitfläche
  - Erhöhung des Erlebniswertes durch Einbindung der Bachläufe (Lauchert, Fehla, Starzel)

- **Naherholung, Freizeit und Kultur**
  - Neuauflage von „Burladingen fährt Rad“
  - Organisation von Events: Afterwork Reihe, Vereinsfeste,
  - Mountainbike-Strecke bzw. Bike/BMX-Park am Skilift
  - Errichtung thematischer Rundwanderwege
  - Intensivierung der Zusammenarbeit mit Nachbarkommunen, Verbänden
  - Vermarktung der Angebote über die Homepage der Stadt Burladingen sowie die Verbände

- **Wohnen, Bildung und Soziales**
  - Intensivierung der Vereinsförderung
  - Weitere Unterstützung der Sozialstation in der Josengasse
  - Erhöhung der Wohnqualität in der Innenstadt (z. B. durch Verkehrsberuhigung, gestalterische Aufwertung)
  - Verbesserung von außerschulischen Bildungsangeboten/Erwachsenenbildung

Aktuelle Veränderungen.

Durch Corona, Energiekrise und Inflation

Neue Trends

- **Nachhaltigkeit** wird als einer der wichtigsten Megatrends des Jahrzehnts gesehen. Verschiedene Krisen verändern gängige Konsummuster und Marktlogiken.
- Die **Digitalisierung** wird unseren Lebens- und Arbeitsalltag und unsere Kommunikation völlig verändern. Künstliche Intelligenz, Big Data, Automatisierung sind nur wenige der Schlagworte.
- Mehr Individualisierung führt zur Sehnsucht nach einem **„Wir-Gefühl“**, nach dem Wunsch mehr **Gemeinschaft** zu erfahren und zu erzeugen.
- **Regionalität** erfährt eine neue Renaissance, nicht nur im Sinne regionaler Produkte, sondern auch bzgl. authentischer regionaler Erlebnisse und einem neuen Bewusstsein für **Heimat**.

Aktuelle Herausforderungen

- **Arbeitskräftemangel** wurde durch die Pandemie verstärkt und muss durch innovative und alternative Ideen gelöst werden.
- **Preissteigerungen** sind durch gestiegene Ausgaben – v.a. bei Lebensmitteln, Energie und Personal – unvermeidlich.
- **Schließungen von Betrieben und drohender Qualitäts- und Investitionsstau** durch aufgebrauchte Finanzpolster und andere Herausforderungen.
- **Extremwetterereignisse** passieren häufiger ob Überschwemmungen, Hitze, Regenfälle
- **Kurzfristige Reiseentscheidungen** machen Saison schwer abschätzbar, u.a. durch Extremwetter (Überschwemmungen, Hitze, Regenfälle,) halten Gäste sich verschiedene Optionen offen.

Reduktion & Minimalismus.

Das genug einer Generation.

- Trend des bewussten und achtsamen Verzichts.
- Dieser Trend kann als Gegenstrom zum Materialismus gesehen werden.
- Der Fokus liegt auf weniger, aber dafür hochwertigen Erlebnissen.
- Genügsamkeit wird zur neuen Lebenseinstellung.
- Schlagwörter: Sharing Economy, Geborgenheit, Lebensfreude, Ungezwungenheit, Sicherheit.

© Canva (jineff)

Neue Technologien.

Chatbot, IOT, VR, AR, Apps.....

- Vor allem die Generationen Y und Z setzten die Integration von neuen Technologien voraus und sehen diese als digital Natives als Selbstverständlichkeit.

- Integration von Chatbots, IOT, VR, AR und Apps sind daher essenziell, um die junge Generation und Gäste von Morgen aktiv anzusprechen. Um diese Gäste zu erreichen ist vor allem Social Media Marketing das Schlagwort!

- KI als Dienstleister: insbesondere Routineaufgaben können automatisiert und wesentlich schneller ablaufen (personalisierte Empfehlungen, automatisiertes Antworten, Erzeugung von KI-generierten Bildern, etc.)

Zeit, Immaterieller Luxus.

Wertschätzung von Platz, Raum, Ruhe & Zeit.

- Die Luxus Güter der Zukunft sind nicht materielle Wertgegenstände.
- Wertschätzung wird auf Platz & Raum gelegt, Ruhe, Zeit, Sicherheit und die Natur und Umwelt.
- Das wohl wertvollste gut in unserer schnelllebigen Zeit ist die Zeit an sich. Sich Zeit nehmen für Dinge, die einem wichtig sind und am Herzen liegen.
- Schlagwörter: Work-Life-Balance, Yoga Retreats, Achtsamkeit.

Bewegung im Freien.

Die Natur als Kraftquell.

- Menschen haben wieder vermehrt das Verlangen sich mit der Natur verbunden zu fühlen.
- Je digitaler das Arbeitsleben, desto mehr Sehnsucht nach Natur in der Freizeit.
- Trend für ungewöhnliche Rückzugsorte inmitten der Natur.
- Urlauber:innen haben den Wunsch aktiv zu sein und ihre Batterien aufzuladen, um gesund zu bleiben.
- Schlagwörter: Regrounding, Detoxing, Sportifity, Lebensenergie, Nachhaltigkeit, Waldbaden

Neo-Ökologie.

Neuausrichtung der Ökologie.

- Neuausrichtung der Ökologie, in der sich Konsum und Umweltschutz vereinen lassen.
- Der Wandel weg von einer Konsumgesellschaft, hin zu einem umweltbewussten Verbrauchertum.
- Die Abkehr vom „Age of Peak“ wird eingeläutet: weniger wegwerfen, lokaler wirtschaften, in Kreisläufen denken.
- HR ist aufgefordert, die nachhaltigen Unternehmens- und Arbeitnehmerinteressen zu vereinbaren und im Zuge des Employer Brandings eine ganzheitliche Unternehmensvision zu erschaffen.
- Ziel: eine ressourceneffiziente und nachhaltige Wirtschaft.

Tourismusumfeld.

Tourismus

Tourismuskonzept Baden-Württemberg

- Vorstellungen und Vorgaben des Landes für die touristische Entwicklung
- Listet die wichtigsten Ziele, Themen- und Handlungsfelder auf

Wichtige Aspekte

- Angebote sollten sich in die Landesthemen Natur, Genuss, Kultur, Gesundheit einfügen
- Strategische Handlungsfelder wie z.B. Digitalisierung und Tourismusbewusstsein aufgreifen
- Grundprinzipen Qualität, Nachhaltigkeit, Innovation und Tourismus für alle beachten

Weitere Infos:

Marketingkonzept Schwäbische Alb

- Marketingkonzept des SAT mit Kerngeschäftsfelder: Wandern, Rad, Städte, Kultur & Geschichte
- Weitere Themen: Regionale Kulinarik, Wellness & Gesundheit, Winter, Urgeschichte, Natur, AlbCard

Wichtige Aspekte

- Kerngeschäftsfelder Wander, Rad, Städte, Kultur & Geschichte aufgreifen
- Querschnittsthema Naturerlebnisse nutzen
- Aufgabenteilung berücksichtigen

Weitere Infos:

Tourismusumfeld.

Tourismus

Wirtschaftsförderung Zollernalb

- Enge Zusammenarbeit regional Akteure, kommunen & überregionale Partner
- Zielgruppenorientierung Wander- & Radreisende, Familien die an Naturerlebnissen & regionaler Kultur interessiert sind
- Qualitätssicherung von Betrieben

Wichtige Aspekte

- Fokus auf die Themen Wandern & Rad
- Winterangebote schaffen
- Kooperationsmöglichkeiten in Betracht ziehen

Weitere Infos:

Vergleichsstädte.

Großschönau

- Einwohner:innen: 5.268 (2022)
- Ankünfte: 40.413 (2023)
- Übernachtungen: 144.376 (2023)
- Highlights, Profil, Angebot & Marketing:
  - Textildorf Großschönau: Deutsches Damast- und Frottiermuseum, Schaufenstermuseum, Umgebindehäuser, Textilpfad, Werksbesichtigungen, Outletstores, etc.
  - Gemeinde Großschönau mit dem Erholungsort Waltersdorf ist Teil des Naturparks Zittauer Gebirge
  - Ausgangspunkt für spannende Unternehmungen im Naturpark Zittauer Gebirge (Radwandern, Klettern)
  - Trixi Ferienpark für Familien
  - 5 Energie-Erlebnisse (SternzeichenPark, Erlebnisausstellung Sonnenwelt, Wünschelroutenweg, etc.)

©Naturpark Zittauer Gebirge

©Heiko Pavlik

Zum Nachdenken:

- Aufbereitung der Textilgeschichte z.B. Museen, Geschichten, Chronik
- Attraktiver Ausbau der geschützten Flächen z.B. Rundwege mit Hinweisschildern
- Schaffung von Erlebnissen der Ruhe z.B. Entschleunigung, Auftanken von Energie

Vergleichsstädte.

Leibertingen

- Einwohner:innen: 2.144 (2022)
- Übernachtungen: ca. 35.000 (2019)
- Highlights, Profil, Angebot & Marketing:
  - Walderlebnispfad Leibertingen
  - Naturbad Thalheim: kostenlose freie Badestelle
  - Burg Wildenstein Jugendherberge: mittelalterliche Burganlage
  - Skulpturenfeld & Galerie Wohlhüter
  - Wildensteiner Jahrmarkt & Familiendrachenfest
  - Wandern: Donauberglandweg, Zollernalbweg, Jakobspilgerweg
  - Donauradweg, E-Bike Genuss-Tour „Rostbraten-Runde“
  - Campinggarten: Campingfass, Stellplätze, etc.

Zum Nachdenken:

- Erlebnisse für Familien schaffen z.B. Walderlebnispfad, Barfußpfad
- Übernachtungsmöglichkeiten in der Natur z.B: Camping, Hütten
- Attraktive Erweiterung des Rad-Tourismus z.B. durch Genuss-Tour, Schleifen

Vergleichsstädte.

Bartholomä

- Einwohner:innen: 2.050 (2020)
- Ankünfte: 9.585 (2023)
- Übernachtungen: 26.435 (2023)
- Highlights, Profil, Angebot & Marketing:
  - Wanderblume: 8 gut ausgeschilderte Wandertouren zusammengefasst
  - Campingplatz Amalienhof
  - Felsenmeet Wental, Naturschutzgebiet „Weiherwiesen“, „Rauhe Wiese“
  - Radfahren: „ALBUCHTOUR – Raderlebnis pur“
  - Roßtag: Brauchtumsveranstaltung alle zwei Jahre
  - Wirtsbergfestival: Musikfestival
  - Partnerschaft: Casola Valsenio (Provinz Ravenna/Italien)

Zum Nachdenken:

- Bündelung der vorhandenen Wanderwege z.B. Wanderblume, Tourenportal
- Partnerschaften mit anderen Städten für attraktive Veranstaltungen intensivieren
- Feste und Kulturveranstaltungen als touristischer Anziehungsfaktor z.B. Roßtag, Wirtsbergfestival

Experteneinschätzung.

Zitate aus den Gesprächen

Zur Erfassung der Erwartungen und Zielvorstellungen der Akteure (Einwohner:innen, Leistungsträger:innen, Gastgeber:innen) wurden Mitte 2024 Expert:inneninterviews mit unterschiedlichen Stakeholder:innen in Burladingen durchgeführt. Aussagen aus diesen Gesprächen zu der aktuellen Situation sowie der weiteren Entwicklung sind hier gebündelt dargestellt.

„Die Welt wird globaler und wir vertragen uns nicht mal zwischen Killer und Starzeln“

„Das, was Burladingen touristisch zu bieten hat ist ausreichend.“

„Die Industrie & die Natur sind die Zugpferde von Burladingen.“

„Das was wir haben, muss in den Mittelpunkt gestellt werden.“

„Naherholung besser als Tourismus, da Gäste und Einheimische davon profitieren.“

„Früher blühende Stadt, heute eher Wohngemeinde.“

„Tourismusakzeptanz größtenteils positiv.“

„Bevölkerung skeptisch gegenüber zugezogenen, Gästen und Veränderungen.“

Zusammengefasste Stärken.

Zusammenfassung aus der Reflexion

Stärken

- Naturräume in und um Burladingen
  Wald, Täler, Flüsse, Kornbühl, Hochebene mit hohem Erholungsfaktor
- Guter Ort zum Leben in der Kernstadt
  Bildung, Freizeit, Gesundheit, Arbeitsplätze, Daseinsvorsorge
- Wirtschaft und deren Geschichte
  Fabrikverkäufe, Unternehmen, Textilindustrie, hohe Bekanntheit
- Guter Zusammenhalt
  Bürger, Vereine, Ortsteile, Identifikation mit der Stadt
- Ortsbild & Vielfalt der Ortsteile
  Marktplätze erneuert, sauber, ländliche Idylle
- Kultur
  Theater Lindenhof, Nachtwächter, Märkte, Spulenfest, Fasnet, Vereinsfeste & -veranstaltungen
- Aktivitäten und Attraktionen in der Natur
  Wandern, Radfahren, Spielplätze, Aussichten, Höhlen, Ruinen

Zusammengefasste Schwächen.

Zusammenfassung aus der Reflexion

Schwächen

- Fehlende breite touristische Infrastruktur
  Gastronomisches Angebot, Freizeitanbieter, Parkplätze, Beschilderung
- Fehlende Übernachtungsmöglichkeiten
  Wohnmobilstellplätze, Campingplatz, Ferienwohnungen
- Fehlende Nachfolge/ältere Menschen
  Keine Betriebsnachfolge, Wissen geht verloren, geringe innovative Investitionen
- Tourismusbewusstsein/Willkommenskultur
  Skepsis gegen Unbekannte, Mentalität
- Verkehrsanbindung
  ÖPNV-Anbindung, Autobahn Anbindung
- Geringe Basisversorgung in den Ortsteilen
  Einkaufen, Ärzte, gastronomisches Angebot
- Ausbaufähige Radinfrastruktur
  Wenig Radwege, fehlende Angebote, E-Bike Verleih, Ladestationen, Rad-Shuttle

Inhaltsverzeichnis.

Wo findet sich was

1. Einleitung: Zielsetzung & Prozess
2. Reflexion: Status quo & Umfeld
3. Marke: Werte & Persönlichkeit
4. Stadtleitbild: Positionierung & Handlungsfelder
5. Tourismuskonzept: Handlungsfelder & Projekte
6. Realisierung: Umsetzung & Projekte

Marke.

Burladingen

- Eine starke Marke ist das Fundament für die Positionierung und Wahrnehmung einer Stadt. Sie verbindet die einzigartigen Eigenschaften und Werte eines Ortes mit den Erwartungen und Assoziationen seiner Zielgruppen.
- Die Analyse der spontanen Assoziationen gibt wertvolle Einblicke in die wahrgenommene Identität Burladingens und können die Vielfalt der Themen verdeutlichen, die mit der Stadt in Verbindung gebracht werden. Sie verdeutlichen zentrale Ankerpunkte, die sowohl die Identität als auch das Potenzial Burladingens prägen.
- In der Zukunftswerkstatt 1 am 11. Oktober 2024 wurde ergänzend die Markenpersönlichkeit Burladingens in den Gruppen erarbeitet. Daraus wurden die Identität und die zentralen Werte der Stadt abgeleitet und in einem klaren Markenprofil zusammengefasst.

Spontanassoziationen aus dem Kick-Off der Lenkungsgruppe, 24. Juli 2024

Markenprofil.

Der Weg zur Marke

Schaffig

- praktisch, handwerklich, engagiert, eifrig, fleißig, aktiv, umtriebig, pfiffig, mutig, anpackend, schwungvoll

Kreativ

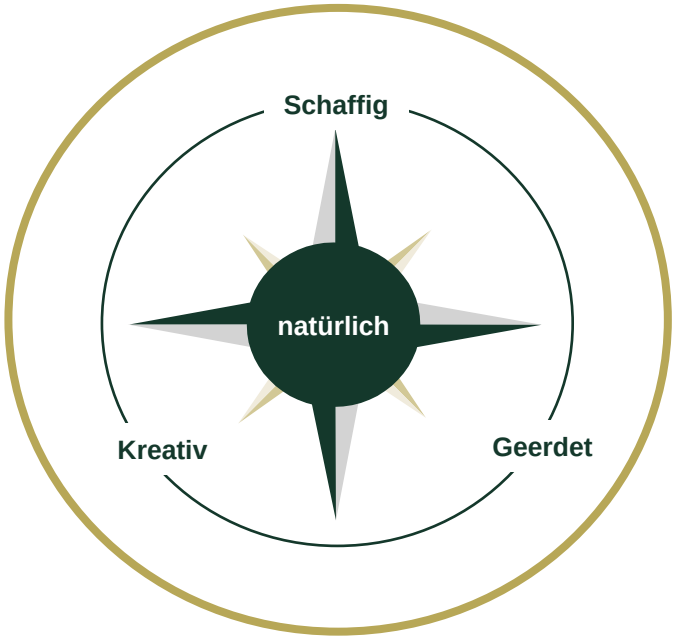
- innovativ, zukunftsorientiert, ideenreich, clever, erfinderisch, einfallsreich, findig, produktiv, inspirierend

Geerdet

- heimatverbunden, naturverbunden, ursprünglich, heimisch, bescheiden, realistisch, zufrieden

Natürlich

- Unverfälscht, ursprünglich, ehrlich, ungeschönt, echt, authentisch



Marken Slogan.

Für die Stadt Burladingen

Kohl > Partner ist keine Marketing Agentur die Slogans entwickelt. Dennoch sind während des Prozesses Ideen entstanden, die direkt genutzt oder als Basis für einen Slogan dienen können.

Burladingen

„Wo die Alb die Täler küsst“

Herleitungen zur Slogan-Idee:

- „Alb“ = als Verortung für die Schwäbische Alb, Natur
- „Täler“ = Hinweis verschiedene Täler, Flüsse; Wasser, Natur
- „küsst“ = positives Aufeinandertreffen, animierende Sprache
- Macht insgesamt ein sehr positives Bild und Emotionen auf, integriert sowohl Natur wie auch die menschliche Komponente über das „Küssen“ und bringt gleichzeitig Spannung und Bewegung mit.
- Setzt an der bisherigen Formulierung „Wo die Alb auf die Täler trifft“ an.

Hinweis: Im Marketing sollten sowohl die Albhochflächen wie auch die drei Täler Killertal, Fehlatal sowie das Laucherttal immer wieder genannt werden.

Marken Slogan.

Weitere Solang Ideen für die Stadt Burladingen aus dem Prozess

Während des Prozesses sind viele weitere Ideen entstanden, die hier als Ideensammlung aufgeführt werden. Sie können als Grundlage für eine Weiterentwicklung dienen.

- Burladingen – Wo Sie Ihren roten Faden finden
- Burladingen - rundum.natürlich.Alb
- Burladinger Alb mit seiner Vielfalt
  -Natur pur - Wandern – Radfahren–
- Rundum ALBNATÜRlich
- #naturinspiriert
- natürlich.inspirierend.Alb
- Natürlich leben. Einfach sein.
- Berühren.Bewahren.Bewegen
- Alb.Hoch.Burg
- Schwungvoll natürlich
- rundum beeindruckend
- rundum bewegend
- Authentisch aus Überzeugung
- Alb I Täler I Textil und der Mensch
- Alb. Vielfalt. Natur.
- authentisch.anders.alb
- Burladingen – Aktiv und Erholung zugleich
- Burladingen Pur – rundum Natur

Markenprofil.

Zusammengefasst im Golden Circle nach Simon Senek

WHY – Warum tun wir, was wir tun?

Wir glauben an eine Zukunft, in der Tradition und Fortschritt Hand in Hand gehen. Burladingen soll ein lebenswerter Ort für alle Generationen bleiben – mit einer starken Gemeinschaft, einer florierenden Wirtschaft und einer intakten Natur. Unsere Identität ist geprägt von Fleiß, Erfindergeist und Bodenständigkeit, die wir bewahren und weiterentwickeln wollen.

HOW – Wie setzen wir das um?

Unser 4-Punkte-Leitbild ist unser Orientierungsrahmen. Wir glauben an eine Stadt, in der Menschen nicht nur wohnen, sondern sich zu Hause fühlen, in der wirtschaftliche Stabilität und nachhaltige Entwicklung Hand in Hand gehen. Burladingen ist geprägt von einem starken Miteinander, das sich in einer engagierten Gemeinschaft, einer lebendigen Wirtschaft und dem bewussten Umgang mit unserer einzigartigen Naturlandschaft zeigt. Unser Ziel ist es, einen zukunftsfähigen Lebensraum zu gestalten, der Familien, Unternehmen und Natur in Einklang bringt und allen Generationen eine hohe Lebensqualität bietet.

WHAT – Was tun wir konkret?

Wir entwickeln Burladingen als attraktiven Lebens-, Arbeits- und Erholungsort weiter. Mit starken Unternehmen, einer einzigartigen Landschaft für Naturerlebnisse und einer lebendigen Kultur schaffen wir ein Umfeld, das Wohlstand, Zusammenhalt und Lebensqualität fördert. Wir gestalten unsere Stadt so, dass Einheimische und Gäste sich gleichermaßen wohlfühlen und Zukunftsperspektiven finden. Dazu haben wir konkrete Projekte definiert, die wir in den nächsten Jahren angehen werden.

Roter Faden.

Das „Narrativ“ für die Stadt Burladingen

Die Natur der Schwäbischen Alb als Grundstein unseres Handelns

Eingebettet in die sanften Hügel der Schwäbischen Alb, geprägt von grünen Tälern, saftigen Wiesen und dichten Wäldern, ist Burladingen ein Ort, in dem die Natur seit jeher eine zentrale Rolle spielt. Sie bietet nicht nur Raum zur Erholung und Inspiration, sondern ist auch ein entscheidender Faktor für unsere Lebensqualität und wirtschaftliche Entwicklung. Dieses wertvolle Naturerbe zu bewahren und verantwortungsvoll zu nutzen, ist die Grundlage für unser Handeln – sei es in der nachhaltigen Stadtentwicklung, im Tourismus oder in der Art und Weise, wie wir unser Zusammenleben gestalten.

Die Textilgeschichte als prägender Faktor, Wasser als verbindendes Element

Burladingen wurde durch die Textilindustrie maßgeblich geprägt. Generationen von Menschen haben mit handwerklichem Können, Innovationskraft und unternehmerischem Mut die Gesamtstadt als Standort für hochwertige Textilproduktion etabliert. TRIGEMA, als größter deutscher Hersteller von Sport- und Freizeitbekleidung, steht beispielhaft für diesen Pioniergeist. Auch wenn sich Märkte und Technologien weiterentwickeln, bleibt dieser industrielle Charakter ein wichtiger Teil unserer Identität. Fehla, Killer und Lauchert verbinden die verschiedenen Täler mit der Albhochfläche, und das Thema Wasser bildet das starke verbindende Element der Natur in Burladingen.

Die starke Gemeinschaft als Pfund für die Zukunft

Burladingen lebt von einem starken Miteinander. In unseren 167 Vereinen, bei Festen, Märkten oder im kulturellen Leben zeigt sich der besondere Zusammenhalt, der unsere Stadt ausmacht. Dieses Wir-Gefühl ist nicht nur ein Ausdruck von Tradition, sondern auch eine entscheidende Kraft für die Zukunft. Ob in wirtschaftlichen, sozialen oder ökologischen Herausforderungen – unsere Gemeinschaft gibt uns Rückhalt, schafft Perspektiven und macht Burladingen zu einem Ort, in dem Engagement und Zusammenhalt den Weg nach vorne weisen.

Inhaltsverzeichnis.

Wo findet sich was

1. Einleitung: Zielsetzung & Prozess
2. Reflexion: Status quo & Umfeld
3. Marke: Werte & Persönlichkeit
4. Stadtleitbild: Positionierung & Handlungsfelder
5. Tourismuskonzept: Handlungsfelder & Projekte
6. Realisierung: Umsetzung & Projekte

Burladingen 2035.

Alleinstellungsmerkmale als Visions-Basis

Ausgangsbasis für die Vision sind die Stärken und Schwächen sowie die besonderen Alleinstellungsmerkmale: Die Dinge, die die Stadt mit ihren Ortsteilen von Anderen unterscheidet.

Die Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale von Burladingen sind:

- Die prägende Textilgeschichte mit TRIGEMA als bekannte Markenassoziation
- Eine naturbelassene Landschaft mit Tälern, Flüssen, Bergen und Hochebene, die viel Ruhe und Entschleunigung bietet
- Die Kultur mit vielen aktiven Vereinen, Festen, Märkten, dem Theater Lindenhof, Museen und den Ruinen
- Der Kornbühl als markantes Landschaftselement und Kraftort der Schwäbischen Alb

STADT
BURLADINGEN

© Stadt Burladingen

Burladingen 2035.

Vision für die Stadt und den Tourismus

Auf Basis der vorangehenden Analysen, den vorhandenen Konzepten und der geführten Diskussionen wurde in den darauffolgenden Zukunftswerkstätten am 11. Oktober 2024 und 31. Januar 2025 folgende Vision festgehalten:

Burladingen - attraktiver Lebensort für Bürger und Gäste, mit starker Gemeinschaft und einzigartiger Natur.

Mission: „Weitblicke“ für Burladingen
Im Prozess wurden positive und zukunftsorientierte Äußerungen und Einstellungen zur Entwicklung Burladingens sichtbar. Es zeigte sich deutlich, dass der Blick in die Zukunft gerichtet ist und eine Bereitschaft besteht, gemeinsam auf die Vision hinzuarbeiten. Sinnbild für die positive Entwicklung sind fokussierte Projekte als „Weitblicke“ für Burladingen.

Burladingen 2035.

4 Punkte-Leitbild

1 Wohnen & Infrastruktur

Burladingen positioniert sich als Wohnstandort mit hoher Lebens- und Freizeitqualität, der insbesondere Familien und durch Barrierefreiheit allen ein gutes Leben auf der Schwäbischen Alb mit allen notwendigen Infrastrukturen ermöglicht.

2 Gemeinschaft & Soziales

Burladingen setzt auf eine starke Gemeinschaft, die vom „WIR“ geprägt ist. Ehrenamtliches Engagement, die Vielfalt der Generationen, das lebendige Kulturleben die enge Zusammenarbeit der Ortsteile und eine gelebte Willkommenskultur machen die Stadt zu einem Ort des Miteinanders.

Burladingen - attraktiver Lebensort für Bürger und Gäste,
mit starker Gemeinschaft und einzigartiger Natur.

3 Wirtschaft & Freizeit

Burladingen unterstützt die Wirtschaft, um Arbeitsplätze und Einkommen zu erhalten. Mit innovativen Ansätzen wird ein qualitätsvoller und sanfter Tourismus entwickelt, der sowohl die Wertschöpfung steigert als auch die Freizeitqualität für Bürger und Gäste verbessert.

4 Natur & Nachhaltigkeit

Burladingen ist sich der Bedeutung seiner einzigartigen Natur bewusst und fördert ein nachhaltiges Wirtschaften. Im Fokus stehen der Schutz der Umwelt, eine verantwortungsvolle Land- und Forstwirtschaft sowie die Förderung von Kreislaufwirtschaft für eine zukunftsfähige Entwicklung.

Städtisches Handlungsfeld.

Wohnen & Infrastruktur

- Burladingen arbeitet kontinuierlich daran, Wohnen und Infrastruktur zu verbessern, um den Standort für alle Generationen attraktiv zu gestalten.
- Burladingen ist eine familienfreundliche Stadt und stellt die notwendige Infrastruktur für Familien und entsprechenden Wohnraum zur Verfügung.
- Das Stadtbild Burladingens, insbesondere der Kernstadt, ist durch Begrünung und ansprechende Gestaltung aufgewertet.
- In den Ortsteilen Burladingens ist die Grundversorgung dauerhaft gesichert und die Ortsbilder sind gepflegt und individuell.
- Die Ortsteile sind durch den ÖPNV gut mit Burladingen Stadt und umliegenden Großstädten verbunden.

Städtisches Handlungsfeld.

Wohnen & Infrastruktur

Wohnen & Infrastruktur	
Top Projekte	**Weitere Projekte**
➤ Altersgerechtes, barrierefreies Wohnen aller Generationen und entsprechende Wohnformen fördern/zulassen ➤ Bessere Anbindung an den ÖPNV durch Regionalstadtbahn ➤ Flusslauf und Umgebung der Fehla mit attraktiven Verweilorten aufwerten ➤ Stadtbild und Durchfahrtsstraßen nachhaltig verschönern z.B., Plätze, Verweilbereiche, Wasserstellen, Fassadenprogramm und Stadtbegrünung ➤ Barrierefreiheit in Infrastrukturen und Angeboten berücksichtigen ➤ Leerstand durch flexible Zwischennutzung fördern	➤ Ungenutzte Altbauten durch Wohnraum oder Grünflächen und Obstwiesen fördern ➤ Schulen und Kindergärten neu bauen, ausbauen oder modernisieren ➤ Pflegeplätze bedarfsgerecht fördern und zulassen ➤ Attraktive Ortseingänge und Begrüßungsbeschilderung gestalten ➤ Innenraumverdichtung durch gezielte Anreize fördern (ELR etc.) ➤ Mehrgenerationenhäuser für gemeinschaftliches Wohnen errichten ➤ Sportanlage und Hallenbad dauerhaft erhalten und modernisieren

Städtisches Handlungsfeld.

Gemeinschaft & Soziales

- In der Gesamtstadt Burladingen herrscht nach wie vor ein starkes Gemeinschaftsgefühl, unterstützt durch eine starke Vernetzung der Ortsteile.
- In der Gesamtstadt Burladingen gibt es ein aktives Vereinsleben und bürgerschaftliches Engagement in allen Bereichen, die das „Wir-Gefühl“ stärken.
- Traditionen werden gepflegt und wiederaufleben gelassen.
- Kulturelle Stätten wie Museen, Ruinen und Fabrikgebäude sind aufgewertet, bewahren das kulturelle Erbe und werden durch innovative Nutzungskonzepte wie Veranstaltungen oder Ausstellungen ergänzt.
- In der Gesamtstadt Burladingen gibt es Begegnungsräume für Menschen jeden Alters – von der Kinderbetreuung bis zu Senioreneinrichtungen – die ein aktives Miteinander fördern und die Stadt zu einem Wohlfühlort machen.
- Die medizinische Versorgung mit Ärztehaus, Praxen und Apotheken bildet eine solide Grundlage.

Städtisches Handlungsfeld.

Gemeinschaft & Soziales

Gemeinschaft & Soziales	
Top Projekte	**Weitere Projekte**
➤ Jährliches Stadtevent, das jährlich in einem anderen Ortsteil stattfindet, zur Vernetzung der gesamten Stadt: z. B. Stadtradeln, Geschichtlich – Lauchertfest, Peitschenfest, Hausierer. ➤ Kulturwochenende (Theater Lindenhof, Nachwächter, Vereine) inkl. anbieten von Gesamtpakte mit Übernachtung ➤ Stadt und Ortsteile durch einen „Roten Faden“ thematisch vernetzen (z.B. Thema Wasser, Burgen) z.B. durch Fahrradrouten, Rally mit Fragen pro Ortsteil mit thematischen und spezifischen Fragen (Bsp. Grüner Pfad Ostalbkreis) ➤ Treffpunkte und Angebote für junge Menschen, z. B. „Junge Burladinger“ schaffen für eine bessere Einbindung, Spielplätze ➤ Attraktive bedarfsgerechte Anreize für Ärzte schaffen	➤ Bürgerpark mit z.B. weiterentwickelten Spielplätzen, Mehrgenerationenplätze, Sitzplätze, Festplatz, Kneipp etc. ➤ Ausbau Veranstaltung aller Stadtteile (z.B. Fasnetspiel, Spulenfest, AfterWork Party) ➤ Willkommensgeschenk & Infomaterial für Neuankömmlinge/ Zugezogene (Neubürgerbroschüre schon in Druck) ➤ Innenmarketing/Bewusstseinsbildung für Weltoffenheit stärken ➤ Plattform „Vereinigte-Vereine“ zur gegenseitigen Unterstützung und Hardwareteilung aufbauen ➤ Ehrenamtsbörse einrichten ➤ Geschichte und Orte der Römer in Burladingen erlebbar machen ➤ Rotierender Vereinsstammtisch zur besseren Vernetzung ➤ Bürgercafé/Frühshoppen als Ort zum Austausch und Gemeinschaft ➤ „NextGen Workshop“ zur Umsetzung des Stadtleitbilds

Städtisches Handlungsfeld.

Wirtschaft & Freizeit

- In Burladingen ist die bestehende Wirtschaft fest verankert und neue, junge Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen sehen in Burladingen einen attraktiven Standort und siedeln sich an.
- Der Fokus liegt darauf, das bestehende Gewerbe zu sichern und zu erhalten.
- Der Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftszweig für Burladingen der fokussiert und priorisiert gefördert wird und durch neue Angebote mehr Wertschöpfung generiert.
- Der Freizeitwert von Burladingen inklusive der verankerten Kultur werden aufbereitet, verbessert und erlebbar gemacht, sodass auch vermehrt Verweilorte entstehen.

Städtisches Handlungsfeld.

Wirtschaft & Freizeit

Wirtschaft & Freizeit

Top Projekte

- Wirtschaftsmarketing ausbauen mit Fokus auf Kleingewerbe, Freiberufler und Start-ups unter Einbeziehung weicher Standortfaktoren
- Kneipp- und Wassertretanlage mit integriertem Wasser- und Kinderspielplatz prüfen (Standort) und entwickeln
- Spielplätze in den Ortsteilen als Freizeit- und Tourismusangebot aufwerten und gezielt vermarkten
- Touristische und Freizeitangebote aus Burladingen und allen Ortsteilen sammeln und gebündelt auf der Website darstellen und kommunizieren, v.a. Familientauglichkeit, Spielplätze, Barrierefreiheit, Verweilplätze

Weitere Projekte

- Gewerbeflächenentwicklung im Rahmen der Biotopverbund-planung und Fortschreibung des Flächennutzungsplans (FNP)
- „Electrical Valley“ weiterentwickeln und als Innovationsstandort positionieren
- Leerstandskataster erstellen
- Industriegeschichte in der Stadt sichtbar und erlebbar machen
- Fabriken als Industriekultur- und Baudenkmäler ausweisen und erhalten
- Ausbildungs- und Lehrstellen-Aktion mit den lokalen Betrieben
- Verkaufshütten (mobil) für Essen & Trinken an „Hotspots“/Themenwegen Sommer wie Winter und Bewirtung durch Vereine
- Attraktives Zentrum als Erlebnisort mit Verweilbereichen und Gastronomie schaffen
- Bestehendes gastronomisches Angebot sichern und neue Konzepte ins Zentrum holen
- Schulterrassen für Open-Air-Theater und Veranstaltungen nutzen

Städtisches Handlungsfeld.

Natur & Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit wird als zukunftsweisender Ansatz in allen Bereichen der Entwicklung Burladingens mitgedacht.
- Burladingen pflegt seine Naturschutzgebiete und macht die Nähe zur Natur in den Ortsteilen erlebbar, um die Balance zwischen Naturschutz und Erholungswert zu gewährleisten.
- Die vielfältigen Naturräume Burladingens prägen die Region, laden zu naturnahen und naturverträglichen Aktivitäten ein und bieten gleichzeitig Orte der Ruhe und Erholung mit entsprechender Infrastruktur.
- Bei der Ansiedelung neuer Unternehmen wird in Burladingen auf die Umweltfreundlichkeit der Betriebe geachtet.
- Land- und Forstwirtschaft sind prägend für die Kulturlandschaft Burladingens und bei allen Planungen zu berücksichtigen und einzubinden. Regionale Produkte und touristische Angebote sind ein Ansatzpunkt, die Land- und Forstwirtschaft zu unterstützen.

Städtisches Handlungsfeld.

Natur & Nachhaltigkeit

Natur & Nachhaltigkeit	
Top Projekte	**Weitere Projekte**
➤ Naturverträgliche Energiegewinnung durch Ausbau von Sonnen- und Windenergie sowie Nahwärmenetz fördern ➤ Ausblicke/Naturhighlights ausschildern und Wertschöpfung durch innovative Konzepte schaffen ➤ Landschaftliche Naturphänomene aufbereiten und gezielt kommunizieren ➤ Umfassende Gesamtübersicht der Wanderwege sowie Rad- und Mountainbike-Strecken in Burladingen kartieren und ansprechend darstellen, inkl. Hinweise für unterschiedliche Zielgruppen, möglichen Stationen, Themenwegen etc. ➤ Land- und Forstwirtschaft (und Jagd) prüfen auf regionale Produkte bzw. touristische Angebote (großes Waldgebiet nutzen) (=> Fokus bei touristischem Projekt „Trekkingcamps“)	➤ Nachhaltigkeit als wichtiges Thema bei Vereinen (Feste), Wirtschaft/Gewerbe, Tourismus (Sensibilisieren) ➤ Fair-Trade-Stadt ➤ Verknüpfung und zusammenbringen der Land-/Forstwirtschaft, Wirtschaft, Tourismus und Vereine und Förderung der Kreislaufwirtschaft (regionale Produkte, Freizeitangebote, Mitarbeiterangebote, Workshops zur Zusammenarbeit machen)

Inhaltsverzeichnis.

Wo findet sich was

1. Einleitung: Zielsetzung & Prozess
2. Reflexion: Status quo & Umfeld
3. Marke: Werte & Persönlichkeit
4. Stadtleitbild: Positionierung & Handlungsfelder
5. Tourismuskonzept: Handlungsfelder & Projekte
6. Realisierung: Umsetzung & Projekte

Touristische Positionierung.

Für Burladingen

Burladingen bietet Gästen die Möglichkeit die Natur und Kultur der Täler und Höhen der Schwäbischen Alb authentisch und natürlich zu erleben.

Burladingen
Wo die Alb die Täler küsst

Natur
- Wandern,
- Rad/E-Mountainbike
- Wasser
- Winter
- Aktiv: Wanderreiten, Gleitschirmfliegen

Kultur & Tradition
- Museen, Theater, Ruinen
- Veranstaltungen, Märkte
- Textilgeschichte, Verkauf
- Burladingens Geschichten

Qualität & Infrastruktur

Marketing & Organisation

Vertiefte Strategien im Tourismus.

Für Burladingen

1 Wandern bleibt im Fokus
Wandern als Angebot wird weiter gestärkt, da es zu den natürlichen Gegebenheiten der Region passt und eine hohe Nachfrage generiert. Durch neue Wanderrouten, Themenwege und -erlebnisse wird das Angebot erweitert.

2 Fahrradtourismus ergänzend ausbauen
Das Angebot für Fahrradtouren (Fokus E-bikes) und Mountainbikes wird fokussiert ausgebaut. Hierbei wird ergänzend zu den Routen auch in die Infrastruktur und mögliche Verleihstationen investiert.

3 Sicht- und Buchbarkeit Tourismus-/Freizeitangebote
Das touristische Angebot Burladingens wird sichtbarer und durch benutzerfreundliche Buchungsplattformen und/oder Schnittstellen für die Gäste leicht buchbarer gemacht.

4 Mosaik an echten Erlebnissen in Ortsteilen
In den Ortsteilen werden individuelle, authentische Erlebnisse angeboten, die den Gästen neue Perspektiven eröffnen. Diese „Mosaik“-Erlebnisse präsentieren die Vielseitigkeit der Region.

5 Besucherlenkung und Wertschöpfung schaffen
Besucherlenkungsmaßnahmen fördern eine Verteilung der Gäste. Neue Angebote und eine starke Marketingstrategie zielen darauf ab, die Wertschöpfung in der Region zu steigern und zusätzliche Potenziale zu erschließen.

6 Touristische Infrastruktur verbessern
Eine Erweiterung des Übernachtungs- und Verpflegungs-angebotes sorgt dafür, dass den wachsenden Bedürfnissen der Gäste gerecht wird. Dabei liegt ein Fokus auf dem Übernachtungsangebot.

7 Pflegen und erhalten touristischer Infrastruktur
Die touristischen Infrastrukturen, insb. Wanderwege & Beschilderungen, werden erhalten und gepflegt, um eine hohe Qualität der Angebote zu gewährleisten. Dies trägt zur langfristigen Attraktivität der Region und der Zufriedenheit der Gäste bei.

Touristisches Handlungsfeld.

Natur

Top Projekte
➤ Zusätzliche MTB-Trails schaffen, hierfür bestehende Wege als „Shared-Trails“ nutzen und Rundtouren erstellen z.B. Ruinen-Trail-Tour ➤ Mobile-Bewirtung/Verkaufshütten für Essen & Trinken an „Hotspots“/Themenwegen Sommer wie Winter mit Bewirtung durch die Vereine (Salmendiger Skihang, Kornbühl), alternativ Food-Trucks (Mobiler AfterWorkCubus Projekt mit Vereinen und Leader in Planung), ➤ Ausgeschilderte Fahrradrundtouren durch die Ortsteile unter einer Marke bündeln (z.B. Rad Distel, Thema Wasser, Textil) ➤ Rad- und Wanderwege mit dem Umfeld vernetzen und passende Anbindungen prüfen und schaffen. ➤ Schöne Ausblicke pflegen und inszenieren, z. B. mit Landschaftsrahmen und Hinweistafeln, auch als Themenweg für Ruhe und Entspannung. ➤ Kornbühl als Kraftort sensibel inszenieren (inkl. Besucherlenkung) ➤ Weitere Gleitschirmfliegen und Start-/Landeplätze in Abstimmung mit Genehmigungsbehörden prüfen und ggfs. Angebote (Tandemflüge) schaffen, Ortsteile prüfen ➤ Gelände Hoch- und Niederseilgarten in Hermannsdorf reaktivieren ggfs. Umnutzen ➤ Geführte Wandertouren nach Themen anbieten: Wasser, Ruinen, Alpaka, Familientour, Picknick Tour, Aussichtspunkte, Theater-führungen, Textiltouren

Touristisches Handlungsfeld.

Natur

Weitere Projektideen
➤ Albmühle weitere Entwicklung (z.B. Erlebnisgelände, Moorlehrpfad) prüfen und ggfs. entwickeln
➤ Baumwipfelpfad als Naturerlebnis schaffen
➤ Winterwander- und Winterreitangebote durch Ausschilderung und Wegpflege ausbauen
➤ Schneeschuhwanderungen anbieten
➤ GPX-Dateien für Wander- und Radwege auf der Webseite bereitstellen und mit Komoot verknüpfen
➤ Besucherlenkung für das Winterrodeln optimieren
➤ Temporäre Themenwege in Ortsteilen etablieren (Osterweg, Frühlingsrunde, Sommer-Schattenweg, Krippenweg..)
➤ Themenweg zu Textil, Wolle, Schaf, Wegkreuze etc. inklusive ergänzendes Informationsmaterial wenn bereits vorhanden aufbereitet oder notwendig
➤ Bessere Vernetzung der Wege in die Region, Bündelung der Wege eventuell Wanderungen mit Transfer

Touristisches Handlungsfeld.

Kultur & Tradition

Top Projekte

- Burgen und Ruinen touristisch aufwerten und erlebnisorientiert inszenieren
- Touristische Infrastruktur an relevanten Orten schaffen, pflegen und attraktiv gestalten

Touristisches Handlungsfeld.

Kultur & Tradition

Weitere Projektideen

- Spulenbahn (á la Kugelbahn mit z.B. Wollkugeln), z.B. am Themenwanderweg Wasser (Lauchert) als familienfreundliches Highlight umsetzen
- Faden-Wanderweg als thematischen Erlebniswanderweg gestalten (ev. auch als Radrunde)
- Interaktives Museum zur Textilgeschichte unter dem Konzept „Tex(til)perimenta“ entwickeln (auch Trigema, Firmen einbinden)
- Weitere interaktive Stadttouren mit thematischen Schwerpunkten anbieten und auch virtuelle Stadtführungen konzipieren.
- Kulturzentrum für Vereine und Kulturschaffende schaffen, z. B. in der Josengasse, um Leerstand zu beleben
- Kulturschätze und Museen durch interaktive Führungen aufwerten und Stadtgeschichte erlebbar machen
- Textilgeschichte und Werksführungen vertiefen und als buchbares Angebot aufbereiten
- „Textilorientierte“ Aktionen und Veranstaltungen (Großer Textilmarkt nach Vorbild Ostermarkt Sonnenbühl, „Eintextilen“ von Lampen, Schildern nach Vorbild Häkelaktionen, „Weltrekord-Nähen“ mit Eintrag in Guiness-Buch, Miniatur-Textilstadt nach Vorbild Häkelstadt Weinheim, Textilbanner/Patchwork-Textilbilder als Straßenüberspannung/-verkleidung/Girlanden nach Vorbild Lütje)

Touristisches Querschnitts-Handlungsfeld.

Qualität & Infrastruktur

Top Projekte

- Qualität und Buchbarkeit der bestehenden Betriebe verbessern, durch Informations- und Seminarangebote
- Wohnmobil Stellplätze in Ortsteilen einrichten, von einfach bis „mit Versorgung“ je nach Standort und Möglichkeiten, Start z.B. Alter Sportplatz Melchingen/Ringingen
- Gastronomisches Angebot sichern und ausbauen, z. B. „Genussgasse“ in der Josengasse, Pop-up-Gastronomie mit speziellem Fokus Hotspots, Albhütte, Food-Truck/Mobile Gastronomie, Food-Trucks und Unterstützung bei Nachfolgeprozessen, Pacht Ausschreibungen etc.
- Verbesserung und Pflege der Tourismus- und Freizeit-Infrastruktur: Beschilderungssystem, Ausweisung Wanderparkplätze, Öffentliche WC, Spielplätze, Grillplätze, Themenwege etc.), E-Bike Ladestationen
- Weiterentwicklung/Ansiedlung neue Übernachtungsmöglichkeiten: Bio-/Natur-/Landhotel, Campingplatz/Baumhäuser, Ausbau Ferienwohnungen, Wohnmobilstellplätze, Wellnesshotel, Themenhotel Textil, Tiny-Häuser; mit speziellem Fokus auf Trekkingcamps als Naturnahe Übernachtung, ergänzend Werbung machen & in Ortsteilen informieren

Touristisches Querschnitts-Handlungsfeld.

Qualität & Infrastruktur

Weitere Projektideen

- Aufbau einer Kreativ-Werkstatt, sowohl durch Einrichtung einer entsprechenden Location wie auch Betreuung bzw. Schaffung eines entsprechenden Programms/Angebotes bzw. Vermietung (z.B. Kreativ-Space in altem Fabrikgebäude)
- AlbCard-Gastgeber und Freizeiteinrichtungen in der Region generieren und aktiv einbinden

Touristisches Querschnitts-Handlungsfeld.

Marketing & Organisation

Top Projekte

- Ausbau Website für Tourismus und Freizeit bei der Stadt Burladingen
- Freizeitkarte mit Infos zu regionalen Angeboten, Verweilplätzen und Sehenswürdigkeiten der Ortsteile bereitstellen & in Willkommenspaket beifügen
- Kulturelle Besonderheiten der Ortsteile hervorheben, z. B. Theater Lindenhof stets in Verbindung mit Burladingen kommunizieren
- Textilprofilierung für Burladingen prüfen, z.B. Möglichkeit für spezielle touristische Angebote oder Angebotskombinationen zum Thema Nähen, Stricken (Näh-Kurse, Workshops), um Handarbeit und Do-it-yourself-Trend aufzunehmen, ev. in Kombination mit Naturführungen, Retreat, Wanderungen und mit Vertrieb/Kooperation Firmen, Blogger, Näh-Webseiten

Touristisches Querschnitts-Handlungsfeld.

Marketing & Organisation

Weitere Projektideen

- Information und Kartenmaterial aufbereiten und zur Verfügung stellen, auch mit Hinweis auf Betriebe (Wertschöpfung) wie Hofläden, Metzgereien, Bäckereien, auch mit QR-Codes um Parkplätze sichtbar zu machen
- Burladingen über bestehende Apps wie z.B. Zeigmal, AdventureLabs oder UrbnUp digital erlebbar machen
- Radwegenetz erweitern und Landesradfernwege stärker in die Vermarktung einbinden
- Attraktive Videos zur Präsentation von Burladingen sowie Rad- und Wandertouren erstellen
- Touristische Anlaufstelle z.B. im Bürgerbüro mit Gästeinformation und „I“-Kennzeichnung prüfen
- Tourismusakzeptanz durch Innenmarketing stärken und Erfolge wie After-Work-Events kommunizieren
- Authentische Erlebnisse sammeln, vermarkten und als buchbare Angebote verfügbar machen
- Schlechtwetterangebote und Ausflugsziele auf der Webseite kennzeichnen
- Rotierende Ausstellung in den Ortsteilen zu unterschiedlichen Themen, den Erfolgen, Besonderheiten (Textil, Waldwirtschaft, Natur, Kultur, Ortsteile..)
- Auszeichnung als „Erholungsort“ prüfen, für Burladingen gesamt oder einzelne Ortsteile
- Regelmäßige Treffen für Tourismusakteure und Vermieter etablieren
- Rahmenangebote für Busgruppen in Zusammenarbeit mit Werksverkauf, Gastronomie und Erlebnisangeboten schaffen
- Kooperationen zwischen Wirtschaft und Freizeit-/Tourismusangeboten zur Infrastrukturpflege und Vermarktung ausbauen

Zielgruppen Burladingen.

Haupt- und Nebenzielgruppe

Die touristische Vermarktung von Burladingen soll vor allem über die Marketingaktivitäten des Schwäbischen Alb Tourismus und der Zollernalb erfolgen. Daher orientiert sich Burladingen grundsätzlich an deren Zielgruppen. Diese werden jedoch nachfolgend nochmals „verfeinert“.

Zielgruppe	Motive, Angebote, Entwicklung
Naturorientierte Erholungssuchende **Wander:innen & Radfahrer: innen/ Familien**	➤ Kommen heute schon nach Burladingen wegen den naturorientierten Angeboten, vor allem Naturerlebnissen, Wandern, Rad. ➤ Aktuell eher in einfachen Unterkünften wie Ferienwohnungen, Gasthäusern, hier gibt es Bedarf. ➤ Wollen eine Auszeit vom Alltag, mit möglichst gutem Gewissen, mitten in der Natur und mit natürlichen erlebnisorientierten Angeboten. Sind an der Region und deren natürlichem sowie kulturellem Angebot und einem Austausch mit Einheimischen interessiert.
Ausflügler/Tagesgäste	➤ Verweilen nur wenige Stunden in der Region, oft auf der Durchreise oder als Ergänzung zu anderen Zielen. ➤ Vielfältige Besuchsanlässe: - Natur: Wandern/Rad - Veranstaltungen - konkrete Attraktionen (z.B. Theater Lindenhof, Werksverkäufe) ➤ Es besteht Potenzial, diese Gäste für die Region zu begeistern und sie zu längeren Aufenthalten zu motivieren.

Zielgruppen Burladingen.

Haupt- und Nebenzielgruppe

Ergänzende Information und Empfehlungen zum Thema Zielgruppen

- Nach der Benefit Zielgruppen-Segmentierung der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg, sind insbesondere die BeSt 1 „Intensivurlauber nachhaltig“ und BeSt 3 „Eintaucher nachhaltig“, für Burladingen eine hohe Relevanz. Diese sind ebenfalls die fokussierten Zielgruppen des Schwäbische Alb Tourismus SAT.
- Zusätzlich bieten die BeSt 5 „Aktive Nachhaltige“ großes Potenzial für Burladingen, da ihr Fokus auf Aktivitäten wie Radfahren, Wandern und Gleitschirmfliegen liegt. Für sie steht weniger das Reiseziel als vielmehr das Natur- und Aktiv-Erlebnis im Mittelpunkt.
- Das Herkunftsgebiet der Zielgruppen sollte vorrangig auf Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz ausgerichtet sein. International bieten die Schweiz und die Niederlande aufgrund ihrer geografischen Nähe zu Burladingen ein interessantes Marktpotenzial, insbesondere für naturverbundene Gäste.
- Darüber hinaus gibt es für Burladingen spezifische Nischenzielgruppen, darunter:
  - Kultur- und Theaterinteressierte (z.B. Theater Lindenhof)
  - Gruppenreisen (z.B. Werksverkäufe, Trigema)
  - Bürger:innen
  - Vereine

- Die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg ist derzeit dabei ihre Zielgruppen basierend auf einer psychografischen Segmentierung (Wünsche, Einstellung und Nutzen-erwartung) zu fixieren, die sogenannte „Benefit Segmentierung im Tourismus“.

Weitere Informationen finden Sie hier (Scan oder Link):

Inhaltsverzeichnis.

Wo findet sich was

1. Einleitung: Zielsetzung & Prozess
2. Reflexion: Status quo & Umfeld
3. Marke: Werte & Persönlichkeit
4. Stadtleitbild: Positionierung & Handlungsfelder
5. Tourismuskonzept: Handlungsfelder & Projekte
6. Realisierung: Umsetzung & Projekte

Umsetzungsleitlinien.

Vorgeschlagene Strategien zur Umsetzung

- **Stadt als Koordinator, Umsetzung als „Gemeinschaftsaufgabe“**
  Die Stadtverwaltung übernimmt die Rolle des Moderators und Treibers der touristischen Entwicklung in Burladingen. Wichtige, engagierte Partner:innen aus der Hotellerie, Gastronomie, dem Handel, der Kultur, dem Sport und der Wirtschaft müssen die Stadt jedoch intensiv bei der Umsetzung unterstützen. Nur durch engen Dialog und das Engagement aller Beteiligten kann der Schulterschluss für die wichtigsten Projekte erreicht werden. Es ist entscheidend, dass die Stadtverwaltung gezielt die relevanten Partner:innen – insbesondere Vereine, Ortsteile und die Wirtschaft – anspricht und in den Prozess integriert.

  Konkrete Maßnahmen sind:
  - Der Bürgermeister als Ansprechpartner und Treiber des gesamten Konzeptes
  - Der Gemeinderat als entscheidendes Gremium für Projekte und Maßnahmen
  - Die Stadtverwaltung als Umsetzungspartner der definierten Projekte
  - Die Tourismusstelle für die Realisierung der touristischen Aufgaben
  - Ortsteile, Firmen, Vereine, Bürger mit Engagement in der Umsetzung

  Ergänzende Empfehlung:
  - Beschluss von 1-2 Startprojekten mit dem Beschluss des Konzeptes im Gemeinderat
  - Einstellung eines jährlichen Sonderbudgets (z.B. 20.-30.000€) für Umsetzung von „Kleinprojekten“

Umsetzungsleitlinien.

Vorgeschlagene Strategien zur Umsetzung

- **Breite Kommunikation und Einbindung der Menschen**
  Das ganzheitliche Stadtleitbild und das Tourismuskonzept Burladingens besitzen ein enormes Potenzial. Ihr Erfolg wird jedoch nur dann gesichert, wenn die Bürger:innen, Anbieter:innen, Wirtschaft und Vereine sich mit der Positionierung identifizieren und aktiv an den Projekten teilhaben können. Das Konzept soll als täglicher Begleiter dienen und als Leitfaden für wichtige Entscheidungen fungieren. Es ist wichtig, das Konzept kontinuierlich in den Vordergrund zu rücken und Projekte sowie Maßnahmen in der Kommunikation und Darstellung immer wieder an dieser Strategie auszurichten und auch auf diese „zu erden“.

  Konkrete Maßnahmen sind:
  - Transparente Kommunikation des Konzeptes, Veröffentlichung auf Webseite, Social Media
  - Nutzung des Konzeptes und deren Inhalte bei Veröffentlichungen, Veranstaltungen
  - Laufende Kommunikation von Maßnahmen und Umsetzungsstand
  - Durchführung von Info- und Beteiligungsveranstaltungen in den Ortsteilen zur Konzeptumsetzung
  - Vorstellung des Konzepts und der Ideen bei Vereinen
  - Gründung einer Next-Generation-Initiative zur Zusammenführung von Jung-Unternehmer:innen
  - Einbindung der Jugend und Motivation zur Mitwirkung (Jugendclubs in Ortsteilen, Vereine, Schulen)
  - Führung von Gesprächen mit der Wirtschaft bzgl. finanzieller Unterstützung von Maßnahmen

Umsetzungsleitlinien.

Vorgeschlagene Strategien zur Umsetzung

- **Die „positive und visionäre Diskussion“ du die „Vernetzung“ am Leben halten**
  Für die erfolgreiche Umsetzung des ganzheitlichen Konzepts wird die Stadt von einem breit aufgestellten Gremium unterstützt, das Vertreter:innen der Ortsteile sowie wichtige Partner umfasst. Der Prozess hat gezeigt, dass es notwendig und sinnvoll ist, sich regelmäßig über die Zukunft Gedanken zu machen und sich zu gemeinsamen Ideen auszutauschen. Dieser Austausch ist wertvoll und sollte einmal jährlich stattfinden, um den aktuellen Stand der Umsetzung des Stadtleitbilds zu evaluieren, zu reflektieren und gegebenenfalls anzupassen und die Vernetzung zu forcieren.

  Konkrete Maßnahmen sind:
  - Jährliches „Burladingen-Forum“ mit den Beteiligten wie bei den Zukunftswerkstätten zur Diskussion des aktuellen Umsetzungsstands, Hürden und neuen Maßnahmen und auch, um Erfolge zu feiern
  - Jährliche Diskussion der Ergebnisse des Forums im Gemeinderat und Definition nächster Projekte
  - Zusammenbringen einer „Kreativ-Gruppe“ innovativer Köpfe, um visionäres Denken und Aktivitäten zu fördern und eine bessere Vernetzung hierzu zu erreichen

Umsetzungsleitlinien.

Vorgeschlagene Strategien zur Umsetzung

- **Projektfokussierung und -priorisierung mit höchstem Nutzen**
  Um eine möglichst nutzenstiftende Umsetzung des ganzheitlichen Konzepts zu sichern, sind Projekte nötig, welche verschiedene Aspekte der Umsetzung berücksichtigen. Für Burladingen ist besonders wichtig, nicht möglichst viele Projekte anzugehen, sondern die Kraft auf diejenigen Projekte zu konzentrieren, welche den höchsten Nutzen bringen. Nachfolgender Vorschlag für eine Projektpriorisierung beruht auf der Berücksichtigung folgender Faktoren:

  Projekte, die …
  - einen hohen Beitrag zu den Zielen leisten
  - viele verschiedene Interessen berücksichtigen
  - sowohl den Gästen als auch den Bürger:innen zu Gute kommen
  - von verschiedenen Partnern unterstützt werden
  - von Seiten der Verwaltung als umsetzbar eingestuft werden
  - auf mehrere Themen einzahlen
  - schnelle Erfolgserlebnisse ermöglichen

- Der Projektpool bzw. Projektbacklog (nicht fokussierte Top-Projekte und alle Projektideen) kann nach der Umsetzung der prioritären Projekte als Ideenspeicher genutzt werden, um in den nächsten Jahren neue Projekte und Maßnahmen abzuleiten und agil umzusetzen. Es bleibt den verschiedenen Akteur:innen und Verantwortlichen überlassen, sich bei freiwerdenden Ressourcen oder veränderten Rahmenbedingungen schon früher der Umsetzung der Projekte aus dem Projektpool zu widmen oder neue Projekte und Ideen zu ergänzen.

Fokusprojekte.

Priorisierte Projekte zum schnellen Start

- **10 Fokusprojekte aus 40 Top-Projekten und über 100 Projektideen**
  Aus dem Prozess heraus wurden im Dialog von externer Expertenmeinung und Diskussion in den Zukunftswerkstätten sowie mit der Lenkungsgruppe 10 Fokusprojekte aus den insgesamt 40 Top-Projekten der einzelnen städtischen wie auch touristischen Handlungsfelder definiert. Insgesamt sind in den Prozess über 100 Projektideen eingeflossen.

- **Idee: Umsetzungsförderung durch konkrete Projektsteckbriefe**
  Damit die Diskussion über die Fokusprojekt gelingt muss aufgezeigt werden, was konkret unter den Projekten verstanden wird. Dabei stellen kurze Projektsteckbriefe das probate Mittel dar, einen ersten Eindruck und Inhalt zu den einzelnen Projekten zu vermitteln. Für die im Fokus stehenden Projekte wird empfohlen konkrete Projektsteckbriefe mit der zeitlichen Umsetzungsmöglichkeit zu definieren und den Finanzierungsaufwand abzuschätzen. Für die Projekte wird außerdem empfohlen, konkrete Ansprechpartner:innen für die Umsetzung als „Kümmerer“ zu benennen sowie weitere Projektdetails zu fixieren.

Fokusprojekte.

Städtische Fokusprojekte inkl. Reserve

Städtische Fokusprojekte
Altersgerechtes, barrierefreies Wohnen aller Generationen und entsprechende Wohnformen fördern/zulassen
Jährliches Stadtevent, das immer in einem anderen Ortsteil stattfindet, z. B. Stadtradeln, zur Vernetzung der gesamten Stadt
Stadt und Ortsteile durch einen „Roten Faden“ thematisch vernetzen (z.B. Thema Wasser, Burgen) z.B. durch Fahrradrouten, Rally mit Fragen pro Ortsteil mit Thematischen und spezifischen Fragen (Bsp. Grüner Pfad Ostalbkreis)
Stadtbild und Durchfahrtsstraßen nachhaltig verschönern z.B., Plätze, Verweilbereiche, Wasserstellen, Fassadenprogramm und Stadtbegrünung
Treffpunkte und Angebote für junge Menschen, z. B. „Junge Burladinger“ schaffen für eine bessere Einbindung, Spielplätze

Städtische Reserve Top-Projekte
Kneipp- und Wassertretanlage mit integriertem Wasser- und Kinderspielplatz prüfen (Standort) und entwickeln
Leerstand durch flexible Zwischennutzung fördern
Umfassende Gesamtübersicht der Wanderwege sowie Rad- und Mountainbike-Strecken in Burladingen kartieren und ansprechend darstellen, inkl. Hinweise für unterschiedliche Zielgruppen, möglichen Stationen, Themenwegen etc.
Touristische und Freizeitangebote aus Burladingen und allen Ortsteilen sammeln und gebündelt auf der Website darstellen und kommunizieren, v.a. Familientauglichkeit, Spielplätze, Barrierefreiheit, Verweilplätze

Fokusprojekte.

Touristische Fokusprojekte inkl. Reserve

Touristische Fokusprojekte
Mobile-Bewirtung/Verkaufshütten für Essen & Trinken an „Hotspots“/Themenwegen Sommer wie Winter mit Bewirtung durch die Vereine (Salmendiger Skihang, Kornbühl), alternativ Food-Trucks (Mobiler AfterWorkCubus Projekt mit Vereinen und Leader in Planung),
Wohnmobil Stellplätze in Ortsteilen einrichten, von einfach bis „mit Versorgung“ je nach Standort und Möglichkeiten, Start z.B. Alter Sportplatz Melchingen/Ringingen
Zusätzliche MTB-Trails schaffen, hierfür bestehende Wege als „Shared-Trails“ nutzen und Rundtouren erstellen z.B. Ruinen-Trail-Tour
Ausgeschilderte Fahrradrundtouren durch die Ortsteile unter einer Marke bündeln (z.B. Rad Distel, Themen: Wasser, Burgen, Textil)
Ausbau Website für Tourismus und Freizeit bei der Stadt Burladingen

Touristische Reserve Top-Projekte
Weiterentwicklung/Ansiedlung neue Übernachtungsmöglichkeiten: Bio-/Natur-/Landhotel, Campingplatz/Baumhäuser, Ausbau Ferienwohnungen, Wohnmobilstellplätze, Wellnesshotel, Themenhotel Textil, Tiny-Häuser; mit speziellem Fokus auf Trekkingcamps als Naturnahe Übernachtung, ergänzend Werbung machen & in Ortsteilen informieren
Gelände Hoch- und Niederseilgarten in Hermannsdorf reaktivieren ggfs. umnutzen
Weitere Gleitschirmfliegen und Start-/Landeplätze in Abstimmung mit Genehmigungsbehörden prüfen und ggfs. Angebote (Tandemflüge) schaffen
Freizeitkarte mit Infos zu regionalen Angeboten, Verweilplätzen und Sehenswürdigkeiten der Ortsteile bereitstellen & in Willkommenspaket beifügen
Geführte Wandertouren nach Themen anbieten: Wasser, Ruinen, Alpaka, Familientour, Picknick Tour, Aussichtspunkte, Theater-führungen, Textiltouren

Touristischer Beitrag alle Ortsteile.

Projektideen für alle Ortsteile

Für die Entwicklung Burladingens ist es notwendig, dass die Ortsteile sich beteiligen. An folgenden städtischen und touristischen Projekten sollen und können sich alle Ortsteile Burladingens beteiligen:

- Jährliches Stadtevent, das immer in einem anderen Ortsteil stattfindet, z. B. Stadtradeln, zur Vernetzung der gesamten Stadt
- Stadt und Ortsteile durch einen „Roten Faden“ thematisch vernetzen (z.B. Thema Wasser, Burgen) z.B. durch Fahrradrouten, Rally mit Fragen pro Ortsteil mit Thematischen und spezifischen Fragen (Bsp. Grüner Pfad Ostalbkreis)
- Jährliche Wanderungen in allen Ortsteilen
- Touristische Infrastruktur an relevanten Orten schaffen, pflegen und attraktiv gestalten
- Ausgeschilderte Fahrradrundtouren durch die Ortsteile unter einer Marke bündeln (z.B. Rad Distel, Themen: Wasser, Burgen, Textil)
- Zusätzliche MTB-Trails schaffen, hierfür bestehende Wege als „Shared-Trails“ nutzen und Rundtouren erstellen z.B. Ruinen-Trail-Tour
- Freizeitkarte mit Infos zu regionalen Angeboten, Verweilplätzen und Sehenswürdigkeiten der Ortsteile bereitstellen & in Willkommenspaket beifügen
- Weiterentwicklung/Ansiedlung neue Übernachtungsmöglichkeiten: Bio-/Natur-/Landhotel, Campingplatz/Baumhäuser, Ausbau Ferienwohnungen, Wohnmobilstellplätze, Wellnesshotel, Themenhotel Textil, Tiny-Häuser; mit speziellem Fokus auf Trekkingcamps als Naturnahe Übernachtung, ergänzend Werbung machen & in Ortsteilen informieren

- In der Redaktionssitzung wurden viele konkrete Ideen für die Umsetzung des Konzeptes in den einzelnen Ortsteilen gesammelt.

  Nachfolgend ein Einblick in die wichtigsten Potenziale und Ideen. Eine detaillierte Liste der konkreten Themen und Ideen liegt intern per Protokoll vor.

  Es ist der ausdrückliche Wunsch aller Beteiligten, sich in den einzelnen Ortsteilen nochmals mit den speziellen Themen und dem Konzept zu beschäftigen.

Touristischer Beitrag alle Ortsteile.

Killertal

Im südwestlichen Teil von Burladingen liegt das Killertal mit den Ortsteilen Killer, Starzeln und Hausen. Diese gehören zwar nicht zu den touristischen Hochburgen Burladingens, haben jedoch eine gute Anbindung durch die B32 und das nahegelegene Schienennetz. Touristische Angebote finden sich in den vorhandenen, ausgefallenen Museen (Peitschenmuseum), sowie bei den Aktivangeboten aufgrund der Lage an überregionalen Rad- und Wanderwegen sowie durch das Gleitschirmfliegen. Jeder Ortsteil hat seine Potenziale:

Killer

- Ein verstärkter Fokus auf regionale Produkte durch Bio Pfister, der durch einen Biergarten/ein Café auch einen Verweilort anbieten kann. Den Namen „Killer“ zum Programm machen, etwa durch Angebote wie Schnitzeljagd, Escape-Walks/Games, Krimidinners etc. Es besteht außerdem die Möglichkeit, mit Schriftstellern aus dem Killertal zusammenzuarbeiten, um neue Angebote zu schaffen.

Starzeln

- Ein Ausbau der Wanderwege und die Einbindung des neu gestalteten Dorfplatzes sowie des Wasserspielplatzes können das touristische Angebot erweitern. Ebenso kann eine Aufwertung der Johanniter- und Pilgerstätten sowie die städtischen Ausgrabungen an der Wasserburg zum Anziehungspotential des Ortsteils beitragen.

Hausen i.K.

- Das römische Kastell mit Wachstation und dessen Geschichte sowie die Anbindung an die Römerstraße können aufbereitet touristisch genutzt werden. Die Kunstwerke der Wasserhüterinnen als kulturelle Elemente sowie die vor Ort arbeitenden Schriftsteller können in die Vermarktung der Region integriert werden.

Touristischer Beitrag alle Ortsteile.

Lauchertal

Im nordöstlichen Teil von Burladingen liegt das Lauchertal mit den Ortsteilen Stetten, Hörschwag und Melchingen. Eine Verbindung der Ortsteile wird durch den Themenwanderweg hergestellt, der durch weitere Wanderwege ergänzt wird. Wasserspezifische Attraktionen wie Badestellen, Mühlen und Spielplätze erweitern das Freizeitangebot. Kulturell bieten die Ortsteile eine Vielzahl von Veranstaltungen, darunter Theater, Märkte, Sportangebote (Modellfliegen). Das Potenzial der Ortsteile sehen wir in:

Stetten u.H.

- Ausbau des Themas Wasser als wichtiges Element und ergänzend zum Wanderweg einen Radwegen entlang der Lauchert. Überlegen wie die Hölnstein und die Höhlen touristisch verstärkt genutzt werden kann. Der Modellflugplatz inklusive des ehemaligen Rundwanderweges aufwerten und beschildern. Die Albmühle als kulturelles Erbe aufbereiten, touristisch entwickeln und das Thema Moor um die Mühle bespielen.

Hörschwag

- Auch hier das Thema Wasser und Radweg entlang der Lauchert stärker in den Fokus rücken und ausbauen. Ergänzend weitere Wander- und Radtouren im Umkreis von Hörschwag erarbeiten und beschildern. Veranstaltungen an/auf der Lauchert wie das „Fischerstechen“ stärker in den Vordergrund rücken.

Melchingen

- Die Quelle der Lauchert stärker in den Fokus rücken und ausbauen.Die Burgruine Hohenmelchingen als Veranstaltungsort nutzen, wobei sich neben Hochzeiten auch weitere (Mittelalter-) Märkte oder Konzerte anbieten. Insgesamt die Kultur stärker in den Vordergrund stellen. Die touristische Infrastruktur mit Übernachtungsmöglichkeiten und Gastronomie pflegen und weiter ausbauen. Der Windpark Himmelberg bietet sich als „Ruheort“ für Sonnenuntergänge an und kann dementsprechend vermarktet werden.

Touristischer Beitrag alle Ortsteile.

Tal der Fehla

Im Tal der Fehla liegen die Kernstadt Burladingen und der Stadtteil Gauselfingen. Burladingen ist überregional bekannt durch das Textilunternehmen Trigema. Die Kernstadt zieht als zentraler Versorgungs- und Veranstaltungsort mit Einkaufsmöglichkeiten, Fabrikverkäufen, dem gastronomischen Angebot und Veranstaltungen die Menschen an. Rund um Burladingen Kern und in Gauselfingen verlaufen überregionale Wander- und Radwege, es gibt Aussichtspunkte und einige Ruinen. Beide Stadtteile bieten unterschiedliche Potenziale:

Burladingen

- Ein Ausbau der Verweilorte, auch durch die Einbindung der Fehla im Kern schaffen. Den Bikepark aktiv in die Vermarktung aufnehmen und im Umkreis MTB Routen schaffen. Sicherung des Gastronomischen Angebotes, der touristischen Infrastruktur und Erweiterung der Übernachtungsmöglichkeiten in Burladingen. Kulturelle und industrielle Geschichten bergen großes Potential, dass durch eine bessere Aufarbeitung sichtbarer bzw. erlebbarer gemacht werden kann, z.B. Textilmuseum, alte Seilerei, Eiskeller. Für den Aktiven Gast wären eine Inwertsetzung des Geländes beim Niederseilgarten und die Mini Golfanlage in Hermannsdorf gute Angebote.

Gauselfingen

- Die Natur von Gauselfingen bietet sich an das Wander- und Radangebot zu erweitern. Hierbei sollten die Fehla wie auch die Ruinen und das Kastell genutzt werden für besondere Routen, Inszenierungen, Escape-Walks und Storytelling. Eine Reaktivierung des Pumptrack ergänzt das Mountainbike Angebot.

Touristischer Beitrag alle Ortsteile.

Obere Alb

Auf der Oberen Alb im Norden Burladingens liegen die Ortsteile Ringingen, Salmendingen und Melchingen. Diese Ortsteile zählen zu den touristisch aktiveren Räumen. Alle drei Ortsteile sind an überregionalen Wander- und Radwegen gelegen, die durch spezifische Routen mit unterschiedlichen Themen wie z. B. Wasser oder Alpakawanderungen ergänzt werden. Das Theater Lindenhof in Melchingen bereichert das kulturelle Angebot, ebenso wie die historischen Gebäude. Jeder Ortsteil hat seine eigenen Potenziale:

Ringingen

- Trotz unsicherer Winterverhältnisse bietet es sich an, hier die Loipen auch touristisch zu vermarkten und die entsprechende Infrastruktur zu etablieren. Als guter Ausgangspunkt für Wanderungen und mit Blick auf die vorhandenen Burgen können weitere Wanderrouten bzw. inszenierte Routen (z. B. Rallies, Escape Walks) und Angebote entwickelt werden. Aufgrund der Lage bietet es sich zudem an, die Übernachtungsmöglichkeiten auszubauen.

Salmendingen

- Die Natur rund um Salmendingen mit Ausblicken und dem Wasserfall pflegen, zugänglich machen und vermarkten. Den Kornbühl sensibel als Kraftort inszenieren, in die Vermarktung aufnehmen und überregional in die Kommunikation einbinden. Weitere Infrastrukturen für die Gäste schaffen, insbesondere im Übernachtungs- und gastronomischen Bereich. Aktiv- und Winterangebote aufbereiten und als Aktivitäten vermarkten.

Markenumsetzung

Ergänzende Maßnahmen und Ideen aus Expertensicht.

- **Textilthema in Burladingen sichtbarer machen**
  Die Textilgeschichte bildet einen prägenden Faktor für Burladingen und viel Potenzial zur Profilierung. Diese ist jedoch noch nicht so deutlich sichtbar und erlebbar. Maßnahmen und Ideen zur Verbesserung der Sichtbarkeit im Überblick aus dem Konzept sind: Textilmuseum, Roter Faden, Führungen zur Textilgeschichte, Werksverkäufe, „textilorientierte“ Aktionen und Veranstaltungen wie Textilmarkt, „Eintextilen“ von Lampen, Stadtverschönerung per Textil, „Weltrekord-Nähen“, Themenwege Textil oder auch spezielle touristische Angebotskombinationen rund um das Thema Nähen und Kleidung.

  Erster Schritt könnte dabei sein, gemeinsam mit lokalen Textilunternehmen eine spezielle Firmenkleidung für die Stadtverwaltung bzw. für alle Bürger und Gäste kaufbare Textilartikel (T-Shirt, Hemden, Hoody, Socken) mit Motiven von Burladingen (Natur, Traditionen, Zitaten) oder der Alb aufzulegen (z.B. nach dem Vorbild Schwarzwald Sneaker/ Schwarzwald Artwood).

- **Wasser als verbindendes Element in Szene setzen**
  Die Täler mit ihren Flüssen sind ein wesentliches verbindendes Element. Neben den bestehenden Rad- und Wanderwegen sowie Themenpfaden und Spielplätzen entlang der Gewässer wäre sinnvoll, die verschiedenen Angebote in einer Broschüre zu bündeln und insbesondere im Sommer unter dem Aspekt kühlender Plätze zu vermarkten.

Tourismusmarketing

Ergänzende Maßnahmen und Ideen aus Expertensicht.

- **Einheitliches und durchgängiges Erscheinungsbild Burladingens**
  Ein einheitliches Corporate Design Burladingens und eine Verbreitung dessen durch Schilder und Wegweiser sowie im digitalen Bereich ist notwendig. Zusätzlich ist die einheitliche Vermarktung der Burladinger Ortsteile unter dem Corporate Design der Stadt von großer Bedeutung, um einen gemeinsamen Widererkennungswert zu schaffen.

- **Tourismussichtbarkeit digital erhöhen**
  Durch eine verstärkte Kommunikation der Tourismus- und Freizeitangebote Burladingens über die eigene Website, soll die Sichtbarkeit dieser erhöht werden. Angebote müssen dafür erstellt und buchbar gemacht werden, um so mehr Interessenten zu erreichen.

- **Verstärkte Zusammenarbeit mit Zollernalb Tourismus und Schwäbische Alb Tourismus**
  Burladingen selbst hat mit einer eigenen touristischen Vermarktung im umkämpften Tourismusmarkt nur geringe Erfolgschancen. Daher ist es umso wichtiger, sich in die Vermarktungsaktivitäten und –kanäle der übergeordneten touristischen Organisationen einzubringen, die entsprechenden Daten zu pflegen und für die Vermarktung zuzuarbeiten. Für spezielle Themen wäre durchaus eine Kooperation mit Albstadt (Bikeangebote) oder Sonnenbühl (Familienangebote) anzustreben.

Tourismusmarketing

Ergänzende Maßnahmen und Ideen aus Expertensicht.

- **Claim-Entwicklung für Burladingen**
  Für die zielgerichtete Vermarktung sowohl nach Innen und Außen wäre ein konkreter Claim ein wichtiges Signal. Aufbauen auf den Alleinstellungsmerkmale, Besonderheiten, Markenwerten und den im Prozess erarbeiteten Inhalten empfiehlt sich, mit einer Werbeagentur entsprechend einen Claim zu entwickeln und (touristische) Marketingmaßnahmen umzusetzen.

- **Bestehende Anbieter und Angebote besser nutzen und vernetzen**
  Bereits bestehende Angebote, wie Werksführungen bei Trigema, Veranstaltungen im Theater Lindenhof oder Sonderaktionen bei Übernachtungs- und Gastronomiebetrieben, bieten großes Potenzial. Es gilt, diese Angebote besser miteinander zu verzahnen, die Anbieter zu vernetzen und den Gästen ein erweitertes Erlebnis durch zusätzliche Angebote (z. B. Museumsbesuche oder kulinarische Erlebnisse) zu bieten.

- **Marketingaktivitäten an bestehender Nachfrage ansetzen**
  Mehrere überregionale Wanderwege, bekannte Ausflugsziele und überregional anziehende Veranstaltungen stellen attraktive Ansatzpunkte für gezielte Marketingstrategien dar. Wichtige Fragen für das Marketing sind dabei: Wo können diese touristischen Highlights am effektivsten platziert werden? Auf welchen Plattformen sollten sie sichtbar gemacht werden? Welche Synergien mit anderen Angeboten können genutzt werden?

Tourismusorganisation

Ergänzende Maßnahmen und Ideen aus Expertensicht.

- **Tourismusstelle und Tourismusbudget**
  Die Tourismusstelle in Burladingen wurde erst vor kurzer Zeit geschaffen und ein entsprechendes Tourismusbudget definiert. Daher sind aus Expertensicht hier auf die nächsten 2-3 Jahre keine neuen Budgets und Stellen notwendig, sondern inflationäre oder projektorientierte Anpassungen sinnvoll.

- **Projektorientierte Tourismusentwicklung über städtischen Haushalt**
  Neben den Aktivitäten zur Koordination und Vermarktung des Tourismus sollte der Fokus der touristischen Entwicklung auf entsprechenden konkreten Projekten aus dem Tourismuskonzept liegen. Dafür sind neben der Tourismusstelle insbesondere der Bürgermeister und der Gemeinderat verantwortlich. Daher gilt es, jährlich in den Haushalt entsprechende Projekte einzubringen. Ergänzend dazu wären private Co-Finanzierungen von Anbietern und Firmen für konkrete Marketingaktionen bzw. Infrastrukturmaßnahmen von Wander-/Themenwegen (Bsp. Donaubergland) anzufragen.

- **Tourismuskreis etablieren und Interne Vernetzung forcieren**
  Zur nachhaltigen Umsetzung und Tourismusentwicklung empfiehlt Kohl ➤ Partner die Etablierung eines Tourismuskreises, um z.B. zweimal jährlich die touristischen Entwicklungs- und Marketing-aktivitäten gemeinsam mit den (aktiven) touristischen Anbietern direkt abzustimmen, die Umsetzung des Konzeptes laufend zu begleiten und für eine enge Kommunikation und Vernetzung zu sorgen.

Umsetzungsplan.

Nächste vorgeschlagene Schritte

Phase 1

Konzeptkommunikation

Projektsteckbriefe
Start erste Projekte

04.2025 – 12.2025

- Verabschiedung des Konzeptes im Gemeinderat
- Abstimmung und Beschluss von 1-2 „Startprojekten“, ev. Sonderbudget
- Zusammenfassung Konzept und Veröffentlichung Webseite, Social Media
- Vorstellung Konzept in weiteren Gremien und Wirtschaft, insbesondere auch Ortsteile und Vereine, Klärung eigene Aktivitäten
- Start Tourismuskreis, Umsetzung Marketingmaßnahmen Tourismus
- Start und Verwirklichung „1-2 Startprojekte“
- Interne Priorisierung und Detaillierung wichtigster Projekte durch Projektsteckbriefe
- Finanzielle Einplanung in den Haushalt 2026

Phase 2

Umsetzung fokussierte Projekte

Detail-Abstimmungen

01.2026 – 12.2026

- Umsetzung der fokussierten Projekte aus dem Gemeinderat aus der Einplanung 2025
- Intensive Kommunikation und Abstimmung mit den Partnern (Vereinen, Firmen, Ortsteile) von konkreten Projekten und Maßnahmen
- Jährliches Burladingen-Forum mit breiter Abstimmung, Rückblick auf erste Erfolge
- Etablierung „NextGen“ bzw. der „Kreativ-Gruppe“
- Diskussion nächste Fokus-Projekte und finanzielle Einplanung in den Haushalt 2027/2028

Phase 3

Laufende Konzeptumsetzung mit Partner:innen

ab 2027

- Evaluierung
- Umsetzung des Konzeptes mit allen Beteiligten
- Dauerhafte agile Umsetzung nach Priorisierung, Anpassung auf Basis veränderter Rahmenbedingungen
- Jährliches Burladingen-Forum mit breiter Abstimmung
- Laufende Überprüfung Projektliste, evtl. neue Projekte, evtl. neue Bewertung

Gemeinsam erfolgreich. Besten Dank.

Wir wünschen den Entscheidungsträgern Burladingens in der Weiterentwicklung der Stadt und des Tourismus viel Erfolg und bedanken uns für die gute Zusammenarbeit. Für etwaige weiterführende Fragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Dipl.-BW^{FH} Alexander Seiz
Schwäbisch Gmünd, 21. Mai 2025

Jana Große Hokamp
Schwäbisch Gmünd, 21. Mai 2025

Die vorgehenden Informationen wurden durch Kohl ➤ Partner Stuttgart nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Sie beruhen auf spezifischen Branchenerfahrungswerten, entsprechen dem letzten Wissens- und Informationsstand von Kohl ➤ Partner Stuttgart und basieren auf Informationen, die Kohl ➤ Partner Stuttgart zum Zeitpunkt der Berichtsausarbeitung zur Verfügung standen. Kohl ➤ Partner Stuttgart übernimmt keine Haftung für budgetierte Zahlen. Jede Entscheidung, die auf Basis der aufbereiteten Unterlagen getroffen wird, geschieht auf Verantwortung des Verwenders.

Kontakt.

Alexander Seiz
+49 7171 947 70-11
alexander.seiz@kohl-partner.eu

Kohl & Partner Stuttgart
Auf der Höhe 42, 73529 Schwäbisch Gmünd

© 2025 Kohl ➤ Partner Stuttgart, www.kohl-partner.eu. Alle Rechte vorbehalten. Rechte der Veröffentlichung, Übersetzung, Speicherung auf elektronischen Medien und dergleichen benötigen die schriftliche Genehmigung von Kohl & Partner Stuttgart.