

2.3. Ansiedlung eines Factory Outlet Centers (FOC)

Auch im dritten Betriebsjahr des Factory Outlet Center Wertheim Village setzte sich die positive Entwicklung des Centers als Touristendestination in Tauberfranken mit überregionaler Bedeutung fort. Bis Ende 2006 waren 73 Einzelhandelsbetriebe sowie zwei Gastronomiebetriebe und die Tourist-Information im Center angesiedelt.

2.3.1. Bauliche Erweiterung

Die im Oktober 2005 begonnene bauliche Erweiterung des Centers wurde nach rd. 10-monatiger Bauzeit abgeschlossen. Mit der Inbetriebnahme der Erweiterung am 10. August 2006 wurden die baulichen Voraussetzungen geschaffen, um die in den vorgeschalteten Rechtsverfahren geprüfte und genehmigte Gesamtverkaufsfläche von 9.800 m² auszuschöpfen. Bereits zum Zeitpunkt der Inbetriebnahme des Erweiterungsabschnittes waren von den neu geschaffenen 32 Gebäudeeinheiten 16 mit Einzelhandelsbetrieben (Shops) belegt. Bis Ende 2006 eröffneten weitere 4 Shops. Weitere Gebäudeeinheiten werden im Laufe des Jahres 2007 durch Einzelhandelsbetriebe bezogen und nehmen kurzfristig den Betrieb auf.

Aufgrund der baulichen Erweiterung des Centers wuchs die Zahl der Beschäftigten im Wertheim Village bis Ende 2006 auf 480 an. Bei der überwiegenden Zahl der Beschäftigungsverhältnisse im Center handelt es sich um sozialversicherungspflichtige Voll- und Teilzeitarbeitsplätze; bei lediglich 25 % der Arbeitsplätze handelt es sich um 400 Euro-Kräfte.

2.3.2. Endausbau

Bereits in seiner öffentlichen Sitzung am 13. Juni 2005 hat der Gemeinderat nach eingehender Beratung den Weg frei gemacht für den geplanten Endausbau des Centers und die damit verbundene Erhöhung der Gesamtverkaufsfläche auf 13.500 m². Gleichzeitig hat das Gremium den Aufstellungsbeschluss im Bauleitplanänderungsverfahren zur planungsrechtlichen Umsetzung des Endausbaus beschlossen. Das Bauleitplanänderungsverfahren wurde bis Februar 2006 abgeschlossen (siehe Jahresbericht 2005). Der Bauantrag für den Endausbau, der die Schaffung weiterer 28 selbständig nutzbarer Gebäudeeinheiten und den Bau einer 2-geschossigen Tiefgarage für rd. 350 Pkw-Stellplätze beinhaltet, wurde von der Fa. Value Retail am 17. Januar 2006 bei der Verwaltung eingereicht. Die Baugenehmigung für den Endausbau mit einem Investitionsvolumen von rd. 10 Mio. Euro wurde dem Unternehmen am 18. April 2006 erteilt. Nahtlos nach der Fertigstellung der baulichen Erweiterung (siehe Ziffer 2.3.1.) wurde mit der Realisierung des Endausbaus durch den beauftragten Generalunternehmer begonnen. Mit der Fertigstellung und Inbetriebnahme des Endausbaus wird bis zum Sommer 2007 gerechnet. Die Zahl der Beschäftigten im Wertheim Village wird sich nach Umsetzung des Endausbaus und Vollbelegung des Centers um weitere voraussichtlich 100 bis 150 erhöhen. Die Gesamtzahl der Beschäftigten im Center wird somit in absehbarer Zeit auf 600 bis 650 ansteigen, was einen deutlichen Impuls für den lokalen bzw. regionalen Arbeitsmarkt darstellt.

2.3.3. Überregionale Bedeutung

Gegenwärtig besuchen rd. 1,5 Mio. Besucher jährlich das Wertheim Village. Rd. 30 % der Besucher nehmen eine Fahrtzeit von mehr als 90 Minuten in Kauf. Nur rd. 23 % der Besucher kommen aus dem Naheinzugsbereich (= bis 30 Minuten Fahrtzeit). Rd. 6 % der Besucher stammen sogar aus dem Ausland. Ein hoher Anteil des Umsatzes des Wertheim Village stammt aus Einkaufslagen in weiter entfernten Oberzentren bzw. aus Metropolen. Dies unterstreicht die überregionale Bedeutung des Centers als Touristendestination in Tauberfranken.

Mehr als 200.000 zahlungskräftige Smart-Shopper konnten bislang in der "Tourist-Information" der Stadt Wertheim im Wertheim Village begrüßt und auf den Standort und die Region aufmerksam gemacht werden. Der Standort Wertheim und die Region Tauberfranken werden durch die erfolgreichen gemeinsamen Marketing- und Werbeaktivitäten der Stadt Wertheim mit dem Wertheim Village überregional und international beworben. Die Stadt Wertheim wird insbesondere bei der international ausgerichteten Werbung des Wertheim Village, die von der Stadt Wertheim alleine nicht umsetzbar wäre (z.B. touristische Bewerbung des asiatischen Marktes), angemessen berücksichtigt. Das Wertheim Village erschließt der Stadt Wertheim ferner neue bislang nicht erreichbare touristische Vertriebschienen (z.B. Romantische Straße, TUI-Kataloge).

Die freizeitorientierte Motivation für den Besuch des Wertheim Village stellt eine große Chance für den Tourismus der Region dar: Ein großer Teil der Center-Besucher unternimmt einen Tagesausflug vom Wohnort, andere unterbrechen eine Dienst- oder Urlaubsreise. Eine nicht geringe Zahl der Besucher schließen, entsprechend Erhebungen der Universität Regensburg, Institut für Geographie, im Jahr 2006, einen Stadtbummel mit ein, viele besuchen die örtliche Gastronomie oder planen noch eine weitere Einkaufsaktivität. So ist ferner festzustellen, dass im Juni 2006 14 %, im August 2006 18% der Center-Besucher im Anschluss an Ihren Einkauf im Center die Wertheimer Innenstadt besuchten. Wertheim wird von den Besuchern des Factory-Outlet-Centers als häufigster Ort für sog. "Kopplungsaktivitäten" genannt.

2.4. Ansiedlung eines Freizeit und Caravaning Centers

Nach nur rd. 11 Monaten Bauzeit öffnete am 15. Juli 2006 ohne viel Aufhebens das Freizeit und Caravaning Center Expocamp der CMC-/Hymer-Gruppe im Plangebiet „Almosenberg“ seine Pforten. Bereits am Eröffnungstag konnte Geschäftsführer Roland Haag mehr als 1.000 Besucher in dem 27.000 m² großen Center begrüßen.



Außenansicht des Expocamp

Auf einer Ausstellungsfläche von 17.000 m² sind permanent rd. 400 Reisemobile und Caravans der Marken Bürstner, Carado, Dethleffs, Hymer, Laika, LMC, Niesmann + Bischoff, Sunlight und TEC im Center zu sehen. Zum Angebot des Expocamp gehört ferner ein Movera-Zubehör-Shop, ein moderner rd. 3.000 m² umfassender Service- und Werkstattbereich sowie großzügig ausgestattete Seminarräume der neu gegründeten Caravaning-Akademie, ein markenübergreifendes Schulungszentrum. Für den Bau des Expocamp wurden rd. 350 Tonnen Stahl, 1.676 Betonfertigteile, 4.550 m³ Ortbeton und 17.775 m² Trapezbleche verbraucht, was die eindrucksvolle äußere Dimension des Projektes in unmittelbarer Nachbarschaft zum Wertheim Village unterstreicht. Rd. 20 Mio. Euro wurden zur Realisierung des Expocamp auf dem rd. 62.200 m² großen Grundstück investiert.

Das Expocamp am Standort Wertheim betritt Neuland in der Caravaning-Branche und ist mehr als nur ein reiner Handelsbetrieb in dem Fahrzeuge verkauft und vermietet werden. Das Center versteht sich als Kommunikationsplattform des Themas Caravaning, das auch Menschen erreichen wird, die bis dahin diese Freizeitform nicht im Fokus hatten. Das Expocamp wird jährlich rd. 80.000 Besucher anziehen, wobei davon ausgegangen werden kann, dass ein nicht unerheblicher Anteil der Gäste längerfristig die Region besuchen wird. Gemeinderat und Verwaltung sehen deshalb in dem Ansiedlungsvorhaben Expocamp nach dem Wertheim Village einen weiteren wichtigen Baustein zur Steigerung der überregionalen Bedeutung der Stadt Wertheim als Tourismus- und Einkaufsstandort.

Nach einem mehrwöchigen, erfolgreichen Probelauf erfolgte am 23. September 2006 die offizielle Eröffnung des Expocamp. Eröffnet wurde die Ganzjahres-Ausstellung für Reisemobile und Caravans durch Ministerpräsident Günther H. Oettinger, MdL, der damit das Engagement der CMC-/Hymer-Gruppe in Baden-Württemberg würdigte. Gemeinsam mit Erwin Hymer, Aufsichtsratsvorsitzender der Hymer AG, Oberbürgermeister Stefan Mikulicz, Expocamp-Geschäftsführer Roland Haag und den Geschäftsführern der beteiligten Fahrzeughersteller übergab der Ministerpräsident das innovative Ansiedlungsvorhaben seiner Bestimmung. Mehr als 600 geladene Gäste nahmen an der feierlichen Eröffnung des Centers teil.



*Eröffnung des Expocamp am 23.09.2006;
v.l.n.r. Oberbürgermeister Stefan Mikulicz, Vorstandsvorsitzender der
Hymer AG, Erwin Hymer, Ministerpräsident Günther H. Oettinger, MdL,
Minister Prof. Dr. Wolfgang Reinhart, MdL, und Expocamp-Geschäfts-
führer Roland Haag*

Im 2. Halbjahr 2006 fanden mehrere Gespräche zwischen der Geschäftsführung des Expocamp, Vertretern des Wertheim Village, der Fremdenverkehrsgesellschaft Romantisches Wertheim mbH und der Verwaltung zur Konzeption und Erarbeitung gemeinsamer Marketingmaßnahmen statt. Als eine der ersten sichtbaren Projekte wurde das Expocamp im Rahmen der Neuauflage des Flyers „Einkaufen und Erleben“ Ende Dezember 2006 berücksichtigt und das Center mit einer eigenen Haltestelle an den Bus-Shuttle-Verkehr zwischen dem Wertheim Village und der Innenstadt angebunden (s. hierzu 2.7.4.). Weitere gemeinsame Marketingmaßnahmen sind in der Planung und werden im Laufe des Jahres 2007 umgesetzt.

Bis Ende 2006 wuchs die Zahl der Beschäftigten im Expocamp auf 51 an. Das Center zog seit der feierlichen Eröffnung am 23. September 2006 rd. 18.500 caravaninteressierte Besucher an.

2.5. Ansiedlung Creativ-Welten Wertheim

Der Gemeinderat hat in seiner öffentlichen Sitzung am 27. März 2006 die zur Realisierung des Investitionsvorhabens erforderliche Änderung des Flächennutzungsplanes und den Bebauungsplan als Satzung einstimmig beschlossen. Damit hat das Gremium die bereits im Jahr 2003 begonnenen Bauleitplanverfahren abgeschlossen und Planungsrecht für die Umsetzung der Creativ-Welten Wertheim geschaffen. Das Regierungspräsidium Stuttgart hat mit Erlass vom 21. April 2006 die Änderung des Flächennutzungsplanes genehmigt. Die Genehmigung des Flächennutzungsplanes sowie der Beschluss des Bebauungsplanes als Satzung wurden am 20. Mai 2006 öffentlich bekannt gemacht. Der Bebauungsplan „Gewerbe- und Sondergebiet Almosenberg“ ist somit seit dem 20. Mai 2006 rechtskräftig.

Am 26. Juni 2006 hat die Projektgesellschaft zur Realisierung der Creativ-Welten Wertheim die ihr in dem im Jahr 2003 geschlossenen Ankaufsrechtsvertrag eingeräumte Option zum Erwerb des Ansiedlungsgrundstückes durch notarielle Erklärung fristgerecht ausgeübt. Der Grundstückskaufvertrag über das insgesamt 10 ha umfassende Grundstück ist damit rechtswirksam zustande gekommen.

In der öffentlichen Sitzung des Gemeinderates am 31. Juli 2006 wurde das Gremium mit einer Sitzungsvorlage und durch die Vertreter der Projektgesellschaft über den aktuellen Projekt- und Verfahrensstand des Ansiedlungsvorhabens mit einem Investitionsvolumen von rd. 120 Mio. Euro unterrichtet. Die regionale und überregionale Presse wurde in einem Gespräch am gleichen Tag umfassend über die aktuellen Projektinhalte, die Bedeutung des Ansiedlungsvorhabens für Wertheim und die Region sowie über das geplante weitere Verfahren informiert.



Parkübersicht Creativ-Welten Wertheim (Entwurfsplanung)

Die zeitaufwändigen und komplexen Finanzierungsgespräche und die Gewinnung von Marketing- und Kooperationspartnern für das Investitionsvorhaben durch die Projektgesellschaft nahmen das gesamte Jahr 2006 in Anspruch und werden voraussichtlich

Anfang 2007 erfolgreich abgeschlossen. Mit dem Eingang eines Bauantrages für den ersten Bauabschnitt der Creativ-Welten Wertheim wird deshalb noch im 1. Halbjahr 2007 bei der Verwaltung gerechnet. Dieser erste Bauabschnitt soll den gesamten Bereich der Hotellerie sowie ggf. weitere einzelne Themenbereiche des Parks beinhalten. Mit dem Baubeginn (Spatenstich) des für die Weiterentwicklung als Wirtschafts- und Tourismusstandort bedeutenden Investitionsvorhabens wird im Laufe des Jahres 2007 gerechnet.

2.6. Innenstadtentwicklung

2.6.1. Bahngelände als innerstädtische Ergänzungsfläche, Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelverbrauchermarktes

Gemäß dem Auftrag des Gemeinderates vom Juli 2005 (siehe Jahresbericht 2005) hat die Verwaltung mit den beiden Handelsunternehmen EDEKA und Kaufland intensive und zeitaufwändige Vertragsverhandlungen geführt, mit dem Ziel dem Gemeinderat jeweils einen beurkundungsreifen Options- und Städtebaulichen Vertrag zur Realisierung eines großflächigen Lebensmittelverbrauchermarktes auf einer Teilfläche des Bahngeländes vorzulegen.

Nach Abschluss der Vertragsverhandlungen Anfang Februar 2006 und Erstellung einer umfangreichen Sitzungsvorlage zu dieser Thematik konnte sich der Gemeinderat in seiner Sitzung am 20. Februar 2006 mit dieser Ansiedlungsentscheidung befassen.

Dem Gremium wurden hierbei die mit beiden Handelsunternehmen ausgehandelten Options- und Städtebaulichen Verträge im Detail vorgestellt. Hierbei wurde insbesondere auch der Ablauf der Vertragsverhandlungen dargestellt und die sich in den Verträgen widerspiegelnden finanziellen Konditionen beider Anbieter miteinander verglichen und bewertet. Auf der Grundlage der vorgelegten Angebote und Vertragsentwürfe hat sich der Gemeinderat für die Ansiedlung des Handelsunternehmens Kaufland zur Nutzung einer Teilfläche des Bahngeländes als Standort für einen großflächigen Lebensmittelverbrauchermarkt ausgesprochen und den Options- und Städtebaulichen Vertrag beschlossen. Die Verwaltung wurde beauftragt die notarielle Beurkundung des Vertrages vorzunehmen.

Die vom Gemeinderat nach eingehender Beratung gefasste Entscheidung zur Ansiedlung von Kaufland im Bahngelände ist keinesfalls ausschließlich auf der Grundlage der Bewertung der angebotenen finanziellen Leistungen beider Bewerber erfolgt. Nach Überzeugung der Verwaltung, der sich der Gemeinderat mehrheitlich angeschlossen hat, sprechen weitere wichtige Argumente für die Realisierung eines großflächigen Lebensmittelverbrauchermarktes durch das Handelsunternehmen Kaufland. Die bestehende Marktsituation, die erwartete Zentralitätssteigerung, das aktive Ansiedlungsinteresse, eine erwartete Verbesserung der Angebotsvielfalt für den Kunden, die Kombination des Angebotes eines Vollsortimenters mit einem Discounter, die vorgesehene städtebauliche Konzeption in Verbindung mit den vorgesehenen Baukörpern sowie auch der von Kaufland zugesagte Fassadenwettbewerb, waren für die Entscheidung zugunsten von Kaufland erhebliche Faktoren.

Um dem verständlichen und nachvollziehbaren Informationsbedürfnis der Bürgerinnen und Bürger Rechnung zu tragen, hat die Verwaltung in einem Pressegespräch am 21. Februar 2006 über die wesentlichen Beweggründe und die Entscheidung des Gemeinderates in der Sitzung am 20. Februar 2006 informiert.

Die notarielle Beurkundung des Options- und Städtebaulichen Vertrages mit der Fa. Kaufland erfolgte am 8. März 2006.

2.6.2. Bürgerbegehren zur Erhaltung des Kupsch-Marktes

Am 17. März 2006 informierten Herr Werner Thomann, Herr Klaus Schwitt und Frau Dorothea Meisinger die Verwaltung über die Gründung einer bürgerschaftlichen Vereinigung mit der Bezeichnung „Initiatorenkreis Bürgerbegehren zur Erhaltung des Kupsch-Marktes“. Der Initiatorenkreis hat am 3. April 2006 der Verwaltung ein Bürgerbegehren gemäß § 21 Abs. 3 Gemeindeordnung Baden-Württemberg, das insgesamt 3.994 Unterschriften beinhaltet, übergeben. Ziel des Bürgerbegehrens ist die Aufhebung des Gemeinderatsbeschlusses vom 20. Februar 2006 über den Verkauf des Grundstückes „Bahngelände“ an die Fa. Kaufland zur Errichtung eines Verbrauchermarktes zum Zwecke der Erhaltung des Kupsch-Marktes.

Der Gemeinderat hat in seiner öffentlichen Sitzung am 31. Juli 2006 aufgrund einer umfangreichen Sitzungsvorlage die Unzulässigkeit des vom Initiatorenkreis eingereichten Bürgerbegehrens festgestellt. Das eingereichte Bürgerbegehren ist auf Grund von Falschbehauptungen in der Begründung und Fehlens eines zwingend erforderlichen Kostendeckungsvorschlages nach Auffassung der Verwaltung und des Regierungspräsidiums Stuttgart, der sich der Gemeinderat mehrheitlich anschloss, unzulässig.

Die Feststellung der Unzulässigkeit des Bürgerbegehrens wurde den drei Initiatoren des Bürgerbegehrens mit Bescheid vom 1. August 2006 förmlich mitgeteilt. Dieser Bescheid enthielt eine umfassende rechtliche Begründung. Gegen diesen Bescheid hat die von den Initiatoren beauftragte Rechtsanwaltskanzlei Baumann, Würzburg, mit Schreiben vom 10. August 2006 Widerspruch eingelegt. Nachdem monatelang eine Begründung des Widerspruchs ausblieb und das Verfahren so nicht weiter bearbeitet werden konnte, mahnte die Verwaltung mit Schreiben vom 17. November 2006 eine Widerspruchsbegründung an. Diese ging am 28. November 2006 bei der Stadt Wertheim ein. Die Verwaltung leitete den Widerspruch nach Prüfung am 1. Dezember 2006 an das Regierungspräsidium Stuttgart als zuständige Widerspruchsbehörde weiter.

Mit Schreiben vom 20. November 2006 beehrte der Initiatorenkreis beim Verwaltungsgericht Stuttgart im Wege des Eilantrags den Erlass einer einstweiligen Anordnung durch das Gericht. Eine einstweilige Anordnung dient dazu, zu verhindern, dass vollendete Tatsachen geschaffen werden, die einen im Sinne des Initiatorenkreises erfolgreichen späteren Bürgerentscheid ins Leere laufen ließen. Erforderlich ist also die Gefährdung eines potentiellen zukünftigen Bürgerentscheids.

Der Rechtsvertreter des Initiatorenkreises beantragte beim Verwaltungsgericht konkret, der Stadt Wertheim aufzugeben, unverzüglich die Zulässigkeit des Bürgerbegehrens festzustellen und ferner es zu unterlassen, vor Durchführung des Bürgerentscheids Maßnahmen zu ergreifen, die geeignet sind, die Durchführung des Bürgerentscheids von vornherein zu unterlaufen.

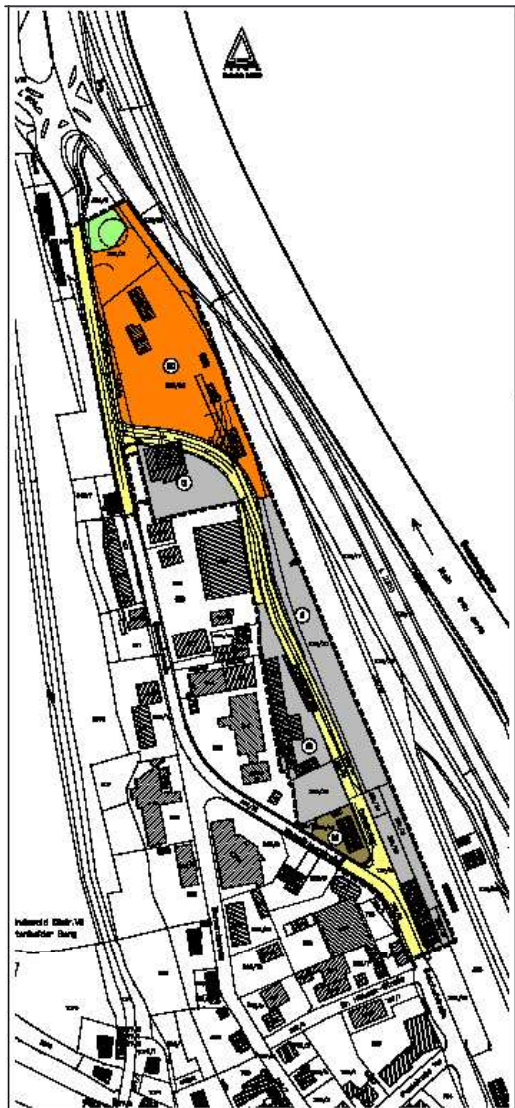
Mit Schriftsatz vom 1. Dezember 2006 erfolgte hierzu gegenüber dem Verwaltungsgericht Stuttgart die umfassende Stellungnahme der Verwaltung.

Bis Ende 2006 war weder über den Widerspruch durch das Regierungspräsidium Stuttgart, noch über den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Anordnung durch das Verwaltungsgericht Stuttgart entschieden.

2.6.3. Bauleitplanverfahren Bahngelände

Der Gemeinderat hat die Verwaltung in seiner öffentlichen Sitzung am 31. Juli 2006 unmittelbar nach der Feststellung der Unzulässigkeit des Bürgerbegehrens (siehe 2.6.2.) beauftragt, die Bauleitplanverfahren zur Realisierung eines großflächigen Lebensmittelverbrauchermarktes durch die Fa. Kaufland auf einer Teilfläche des Bahngeländes fortzuführen und dem Gremium zeitnah die Vorentwürfe vor Durchführung der frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange vorzustellen. Das Gremium hat hiermit seinen Auftrag an die Verwaltung im Rahmen des bereits am 28. Juni 2004 gefassten Bauleitplanaufstellungsbeschlusses für das Bahngelände wiederholt und bekräftigt.

Die Verwaltung hat daraufhin im 2. Halbjahr 2006 umfassende Vorentwürfe zur Bauleitplanung Bahngelände erarbeitet. Die Vorentwürfe für die Bauleitplanung sehen auf einer Teilfläche ein Sondergebiet vor, auf dem lediglich eine SB-Warenhaus als großflächiger Einzelhandelsbetrieb zulässig ist. Für die weiteren Flächen des Bahngeländes ist die Ausweisung von Gewerbe- und Mischgebietsflächen vorgesehen. Im Rahmen der Erarbeitung der Vorentwürfe durch die Verwaltung wurde eine Prüfung der raumordnerischen und städtebaulichen Eignung des Areals insbesondere für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelverbrauchermarktes sowie eine Prüfung der verkehrlichen Anbindung des Plangebietes an das regionale und überregionale Straßenverkehrsnetz vorgenommen.



Flächennutzungsplan-Vorentwurf für den Bereich des Bahngeländes

Das Regierungspräsidium Stuttgart hat hierbei schriftlich bestätigt, dass die geplante Ansiedlung des SB-Warenhauses mit einer Gesamtverkaufsfläche von 4.150 m² im Bereich des Bahngeländes keine Durchführung eines Raumordnungsverfahrens erfordert. Das Vorhaben entspricht aus Sicht der Behörde und der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Ludwigsburg, den raumordnerischen Vorgaben. Die Planung fügt sich auch in das zentralörtliche Versorgungssystem ein. Das städtebauliche Gefüge und die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns sowie die verbrauchernahe Versorgung werden durch das geplante SB-Warenhaus in der Innenstadt nicht beeinträchtigt. Die geplante Ansiedlung des Vorhabens wird aus Sicht der Gutachter auch keine städtebaulich relevanten Beeinträchtigungen der Altstadt zur Folge haben.

Des Weiteren wurde eingehend geprüft, ob die Kapazitäten der Verkehrsanbindung des Bahngeländes für die Ansiedlung eines SB-Warenhauses und weiterer gewerblicher Ansiedlungen ausreichend sind. Zusammenfassend konnte hierbei festgestellt werden, dass eine Anbindung des Areals mit der geplanten Ringstraße an die Weingärtner- und Bismarckstraße attraktiv und leistungsfähig realisierbar ist.

Dem Gemeinderat wurden das Städtebauliche Konzept für das Bahngelände und die Vorentwürfe für die Bauleitplanung für das Areal in seiner öffentlichen Sitzung am 4. Dezember 2006 vorgestellt. Hierbei wurde auf die Ziele der Planung insbesondere im Zusammenhang mit dem im Jahr 2005 vorgestellten Innenstadtkonzept Wertheim hingewiesen. Mit der vorgelegten Planung für das Bahngelände wird eine altstadtnahe Ansiedlungsmöglichkeit für großflächigen Einzelhandel geschaffen, die die gewünschte Magnetfunktion (auch für das Umland) erreicht und damit als Frequenzbringer für die Innenstadt dient. Die Einzelhandelszentralität von Wertheim kann mit der Planung gestärkt und Kaufkraftabflüssen entgegengesteuert werden. Das Bahngelände stellt somit auch eine optimale Standortalternative zur innenstadtfernen „Grünen Wiese“ dar.

Der Gemeinderat hat nach eingehender Diskussion die vorgestellten Vorentwürfe zur Kenntnis genommen. Im weiteren Verfahren wurde die frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit in der Zeit vom 18. Dezember 2006 bis 26. Januar 2007 sowie die frühzeitige Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange in der Zeit vom 18. Dezember 2006 bis 19. Januar 2007 durchgeführt. Ferner soll im Januar 2007 eine öffentliche Veranstaltung stattfinden, in der den Bürgerinnen und Bürgern die Planungen vorgestellt und mit diesen erörtert werden. Ausdrücklich ist darauf hinzuweisen, dass diese Verfahrensschritte fern von jedem Beschluss eines Bebauungsplanes oder einer Planreife sind. Durch diese werden weder in tatsächlicher noch in rechtlicher Hinsicht Fakten geschaffen; sie beeinflussen weder das laufende Widerspruchsverfahren noch den vom Initiatorenkreis "Bürgerbegehren zur Erhaltung des Kupsch-Marktes" beim Verwaltungsgericht gestellten Eilantrag (siehe 2.6.2.).

In einem Pressegespräch am 4. Dezember 2006 hat die Verwaltung umfassend über den Stand des Widerspruchs- und Eilverfahrens und der Bauleitplanverfahren für das Bahngelände informiert. Hierbei wurden auch die vom Initiatorenkreis wiederholt vorgetragenen Argumente erwidert.

2.7. Standort- und Stadtmarketing

2.7.1. Vierte „Wertheimer Wirtschaftswoche“

Die Wertheimer Wirtschaftswoche präsentierte sich in ihrer 4. Auflage erneut erfolgreich als Schaufenster des wirtschaftlichen Lebens in Stadt und Region. Auch wenn das regnerische, kalte und zeitweise sogar stürmische Wetter der 4. Wertheimer Wirtschaftswoche stark zusetzte, fanden in der Zeit vom 24. bis 28. Mai 2006 dennoch rund 27.000 Besucher den Weg zur Ausstellung auf dem Messegelände Wertheim-Reinhardshof. Auf einer Fläche von 21.000 m² konnten sich die Besucher einen Eindruck von der umfangreichen Produkt- und Leistungspalette der rund 150 Aussteller, die sich in 12 Hallen sowie auf dem Freigelände präsentierten, verschaffen.



Das Engagement und die durchweg professionell gestalteten Messestände der überwiegend örtlichen und regionalen Aussteller dokumentierten die Bedeutung der regionalen Informations-, Verbraucher- und Verkaufsausstellung in Wertheim. Auch das örtliche Handwerk sowie eine neu eingerichtete Hochzeits- und Gesundheitshalle, in der sich erstmals auch das Städtische Krankenhaus Wertheim erfolgreich präsentierte, trugen zum Gelingen der Messe bei.

Die 4. Wertheimer Wirtschaftswoche wurde auch im Jahr 2006 wieder von der EURO Messebüro Steinacker GmbH, Ammerndorf, und der Fremdenverkehrsgesellschaft „Romantisches Wertheim“ mbH in enger Zusammenarbeit mit der Fachgruppe „Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing“ der Stadt Wertheim durchgeführt. Erneut standen die angrenzenden Parkierungsflächen mit 15.000 m² den Besuchern der Ausstellung kostenlos zur Verfügung. Während die Eintrittspreise seit der ersten Wirtschaftswoche im Jahr 2000 unverändert blieben, mussten die Ausstellerkonditionen geringfügig angehoben werden.

Zur Eröffnung der 4. Wertheimer Wirtschaftswoche begrüßte Oberbürgermeister Stefan Mikulicz den stellvertretenden Ministerpräsidenten und Wirtschaftsminister Ernst Pfister, MdL. Weitere Grußworte im Rahmen der offiziellen Eröffnung sprachen Jörg Hasenbusch, Erster Landesbeamter des Main-Tauber-Kreises, Karl Horst Steinacker, Geschäftsführer der Euro Messebüro GmbH, Thilo Bräuninger, Präsident der Handwerkskammer Heilbronn-Franken, sowie Manfred Wittenstein, Vizepräsident der Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken.



Eröffnung der 4. Wertheimer Wirtschaftswoche, Tisch der Ehrengäste (v.l.n.r.): Manfred Wittenstein, Jörg Hasenbusch, OB Stefan Mikulicz, stellv. Ministerpräsident und Wirtschaftsminister Ernst Pfister, MdL



Eröffnung der 4. Wertheimer Wirtschaftswoche durch den stellv. Ministerpräsident und Wirtschaftsminister Ernst Pfister, MdL

Neben einem bunten Spektrum an Informationen, Produkten und Dienstleistungen bot die 4. Wertheimer Wirtschaftswoche dank der regen Beteiligung von Vereinen, Partnerstädten, Hilfsorganisationen, Schulen und Verbänden auch Kunst, Kultur sowie Unterhaltung. Erstmals wurde das abwechslungsreiche Rahmenprogramm sowohl auf der Bühne in der Veranstaltungshalle als auch auf der neu eingerichteten Außenbühne dargeboten.

Die 5. Wertheimer Wirtschaftswoche soll entsprechend der gegenwärtigen Planung von Mittwoch, 21. bis Sonntag, 25. Mai 2008, ihre Tore öffnen – diesmal unter Einbeziehung des Feiertages „Fronleichnam“.

2.7.2. IHK-Bescheinigungsstelle im Rathaus

Eine erhebliche Erleichterung für die exportorientierte örtliche Wirtschaft brachte die Einrichtung der IHK-Bescheinigungsstelle im Rathaus. Vor Übernahme dieser Aufgabe durch das Bürgerservicezentrum im Rathaus mussten die Wertheimer Unternehmen lange Anfahrtswege zur IHK-Geschäftsstelle nach Bad Mergentheim in Kauf nehmen.

1997	2.030 Bescheinigungen	2002	1.999 Bescheinigungen
1998	1.841 Bescheinigungen	2003	1.641 Bescheinigungen
1999	1.893 Bescheinigungen	2004	2.986 Bescheinigungen
2000	2.475 Bescheinigungen	2005	3.384 Bescheinigungen
2001	1.889 Bescheinigungen	2006	3.358 Bescheinigungen

2.7.3. Weitere Maßnahmen



Eine wesentliche Aufgabe der Fachgruppe „Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing“ stellte im Jahr 2006 die Entwicklung und Umsetzung sämtlicher Marketingmaßnahmen im Zusammenhang mit den Heimattagen Baden-Württemberg 2006 in Wertheim dar. Das umfangreiche Marketingkonzept umfasste 25 Punkte mit insgesamt 89 Einzelmaßnahmen und reichte von A wie Aufkleber bis Z wie Zeitungsanzeigen. Am Anfang der Umsetzung des Marketingkonzeptes stand die Entwicklung einer Bildmarke als optisches Erkennungszeichen für die Heimattage

2006. Aus dieser Bildmarke leitete sich in der Folge ein konsequent durchgezogenes Corporate Design ab, welches sich in sämtlichen Publikationen, Produkten und Präsentationen wiederfand.

Der seit Eröffnung des Wertheim Village eingeführte kostenlose Busverkehr zwischen Factory Outlet Center und Innenstadt wird von Besuchern und Mitarbeitern des Centers zunehmend frequentiert. Seit November 2003 nutzten rd. 12.000 Fahrgäste den Shuttle-Service. Finanziert wird dieser durch einen Marketingzuschuss der Firma Value Retail.

Seit Mitte Dezember 2006 wurde auch das Expocamp der CMC-/Hymer-Gruppe in den bestehenden Bus-Shuttle-Verkehr zwischen dem Outlet Shopping Center Wertheim Village und der Innenstadt integriert. Eine eigene Haltestelle ermöglicht den Besuchern und Mitarbeitern des Expocamp eine kostenlose Fahrt in die Wertheimer Innenstadt. Das Center beteiligt sich mit einem angemessenen Marketingzuschuss an den Kosten des Bus-Shuttle-Verkehrs.

Rund 250.000 Exemplare der erstmals zur Eröffnung des Wertheim Village aufgelegten Broschüre „Einkaufen & Erleben“ (Einkaufsführer) wurden bis November 2006 verteilt. Der 9. Nachdruck der Broschüre mit einer Auflage von 30.000 Exemplaren wurde im vierten Quartal bearbeitet und Mitte Dezember ausgeliefert.

Zur Werbung für Unternehmensansiedlungen ist die Stadt Wertheim in die Aktivitäten der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit Baden-Württemberg mbH (GWZ) einbezogen. Die Region Heilbronn-Franken, der Main-Tauber-Kreis und die Stadt Wertheim präsentieren sich im Internet unter www.bw-invest.de. Weitere Informationen über die Stadt Wertheim und ihre Gewerbegebiete finden Interessenten auch unter www.sisfit.de, dem Standort- und Firmeninfosystem der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg.



Am Sonntag, 9. Juli 2006, präsentierten Fremdenverkehrsgesellschaft „Romantisches Wertheim“ mbH, Stadtverwaltung und Value Retail im Rahmen des 9. Regionaltages der Bürgerinitiative pro Region Heilbronn-Franken e.V. in Bad Rappenau die Vorzüge des Wirtschafts- und Tourismusstandortes Wertheim. Das Event unter dem Motto „Festival der Vielfalt“ ermöglichte am gemeinsamen Info-Stand eine gelungene Darstellung der Stadt Wertheim. Das 10. „Festival der Vielfalt“ findet am Sonntag, 10. Juni 2007, in Neckarsulm statt.

Die im November 2004 freigeschaltete Innenstadt-Datenbank von Einzelhandel und Gastronomie mit den aktuellen Öffnungszeiten ist auf der Homepage der Stadt Wertheim (www.wertheim.de) unter der Rubrik „Wirtschaft/Geschäfte der Innenstadt“ zu finden. Die Datenbank umfasst mittlerweile rd. 220 Einträge und wurde im Laufe des vergangenen Jahres aktualisiert.

Das der Wirtschaftsstandortbroschüre der Stadt Wertheim beiliegende Strukturdatenblatt wurde im Januar und August 2006 aktualisiert. Die Wirtschaftsstandortbroschüre und das aktuelle Strukturdatenblatt sind auf der städtischen Homepage abrufbar.

Im Jahr 2006 hat die Verwaltung mehrere Standortwerbeanzeigen in dem monatlich erscheinenden „pro-Magazin“ der Bürgerinitiative pro-Region Heilbronn-Franken, dem „w-news-Magazin“ der IHK Heilbronn-Franken und in weiteren überregionalen und regionalen Medien geschaltet.