

PROJEKT LEBENDIGE DONAUSTADT RIEDLINGEN

Gefördert durch:



Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Ergebnis-Protokoll

Sitzung Lenkungskreis, Arbeitskreis Interessierte der Riedlinger Genuss-Manufaktur

Termin: **Mittwoch, 29.03.2023, Großer Sitzungssaal im Rathaus Riedlingen**

1. Strategische Einordnung

Die Riedlinger Genussmanufaktur erfüllt folgende strategische Zielsetzungen:

- Sie soll ein **Leuchtturm-Projekt** für die gesamte Innenstadt-Belebung sein. Ein aktives Besatz-Management soll weitere Leerstände füllen. Für die Markenstärke der Innenstadt ist es dabei wichtig, dass mehrere neue Start-ups ein gemeinsames Leit-Thema bespielen, das zur Genussmanufaktur passt. Dieses Thema könnte z. Bsp. die **Flohmarkt-Stadt Riedlingen** sein, mit Geschäften wie Upcycling von Mode und Möbeln sowie Repair-Cafés.
- Die Innenstadt soll **Teilhabe-Projekt der Bürger/innen** sein. Das bedeutet, dass die Riedlingerinnen und Riedlinger die Ärmel hochkrempeln, mitarbeiten, aber auch mitfinanzieren und mitentscheiden. Wichtig dafür ist es, dass alle Mitwirkenden sich als Multiplikatoren/innen verstehen und möglichst viele für das Projekt gewinnen.

Entscheidende **Erfolgsfaktoren** für das Projekt sind die Aktivierung von genügend Bürger/innen und Produzenten/innen sowie die Einbringung des Gebäudes durch die Stadt. Was die Produzenten/innen anbetrifft, so haben sich bereits mehrere Interessenten gemeldet, die mit einer täglichen, deutlich sicht- und erlebbaren Manufaktur-Produktion in die Halle gehen wollen.

2. Besatzkonzept

Christian Skrodzki erläutert das erste Grobkonzept für unsere Genussmanufaktur:

- Eine **Gin-Manufaktur, Brennerei** oder – ein Zukunftstrend – eine **Manufaktur für Wermut** könnte einen starken Anziehungspunkt darstellen.
- Eine **Bäckerei** bietet starke Sinnesreize – insbesondere, wenn Holzöfen zum Einsatz kommen. Eine **Konditorei** könnte eine sehr gute Ergänzung sein.
- Eine **Nudel- oder Maultaschen-Manufaktur** vermittelt typisch regional-oberschwäbische Genusskultur.
- Eine **Schokolateria** könnte zahlreiche Themen bespielen.

PROJEKT LEBENDIGE DONAUSTADT RIEDLINGEN

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

- Eine **Weinhandlung mit Verkostung** könnte z. Bsp. im Untergeschoss untergebracht werden und Einkauf plus Genießen vor Ort zeitgleich bedienen. Der Keller bietet dafür ein hervorragendes, ortstypisches Ambiente.
- Ein **Regionalladen** bietet die Möglichkeit, **ausgewählte, feine Produkte aus lokaler Produktion** anzubieten, die nicht vor Ort hergestellt werden.
- Im Obergeschoss könnten **Kunsthändler/innen** ihr neues Domizil finden, wie z. Bsp. Goldschmiede, Töpfereien, Nähereien, Seidenmalereien oder ähnliches.
- **Veranstaltungen** könnten im Obergeschoss, aber auch im Erdgeschoss – z. Bsp. in der Nähe des Gastrobereiches stattfinden. Außerdem ist die Einbeziehung des direkten Platzes vor der Halle sowie des gesamten Wochenmarktes möglich.

In der Diskussion schälen sich vor allem die folgenden Punkte heraus.

- Die Genussmanufaktur muss als **Business-Modell** funktionieren. Nur wenn am Ende Gewinn erwirtschaftet wird, werden genügend Bürgergenossen/innen zu gewinnen sein.
- Die **Mietpreise** der Genussmanufaktur werden sich auf ortsüblichem Niveau bewegen.
- Die **Waren** sollten vorwiegend aus der Region kommen – d. h. aus einem Umkreis von ca. 75 Kilometern.

3. Kommunikation

Die "Riedlinger Genussmanufaktur" braucht, um erfolgreich zu sein, eine stark aufgestellte Kommunikation. Dazu zählt:

- Ein durch Profis klar definiertes **Markenbild** (Logo etc.), das den Anspruch der Manufakturen verdeutlicht.
- **Historische Film- und Foto-Aufnahmen**, die Emotion vermitteln.
- **Social-Media-Marketing-Maßnahmen**.
- Eine **Website**, die mit Emotion und aktuellen Nachrichten Besucher/innen anlockt.
- Regelmäßige **Pressearbeit** und evtl. eine eigene gedruckte "**Riedlinger Genuss-Postille**".
- **Plakatierungen** in und um die Stadt.
- **Events** wie den Tag der offenen Tür, an dem die Fortschritte des Ausbaus zu besichtigen sind. Vielleicht auch einen **Riedlinger Genuss-Markt** im Freien auf dem Wochenmarkt.

PROJEKT LEBENDIGE DONAUSTADT RIEDLINGEN

Gefördert durch:



Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

- Ergänzend sollen die angestrebten **52 Wochen Veranstaltungsprogramm** insbesondere mit Konzertangeboten Lust auf die Genussmanufaktur machen.
- Exkursionsangebote für alle Interessierten – z. Bsp. in die Allgäuer Genussmanufaktur.

In der Diskussion wird vor allem folgender Punkt deutlich:

- Wir brauchen "**Riedlinger Genuss-Botschafter**", die mit ihrer Persönlichkeit für den Erfolg der Genussmanufaktur stehen und sich entsprechend in der Öffentlichkeit einsetzen.

4. Fahrplan

Die entscheidenden Schritte des Fahrplans für die "Riedlinger Genussmanufaktur" sind der beigefügten Präsentation zu entnehmen. Wesentlich dabei sind die folgenden Punkte:

- **Aufbau der Bürgergenossenschaft:**
 - 2023, Quartal II: Zielgröße sind Absichtserklärungen für den Erwerb von **333 Anteilen**.
 - 2023, Quartal III: Zielgröße sind Absichtserklärungen für den Erwerb von **555 Anteilen**.
 - 2023, Quartal IV – 2024, Quartal IV: Einwerbung weiterer Anteile.
- **Bauliche Planung:**
 - 2023, Quartal II: Beauftragung Architekt, Recherche von Fördermöglichkeiten, Klärung mit dem Denkmalamt, Zugang zum Keller schaffen (ganze Halle ist zu besichtigen).
 - 2023, Quartal III: Bauplanung im Detail und Baueingabe
 - 2023, Quartal IV: Baugenehmigung
 - 2024: Umbau Gebäude und Gestaltung des Vorplatzes

Die Eröffnung der Riedlinger Genussmanufaktur ist für das erste Quartal 2025 geplant.

Voraussetzung ist der Einsatz zahlreicher Botschafterinnen und Botschafter für die Genussmanufaktur. Bei rascher Einwerbung von Anteilen ist auch ein früherer Eröffnungstermin möglich.

Protokoll: Reiner App