

- 3.2.2: Erhalt bestehender und Nachverdichtung untergenutzter Gewerbeflächen
Bestehende Gewerbeflächen werden generell erhalten und untergenutzte Flächen entwickelt bzw. nachverdichtet.
- 3.2.3: Aktive Gewerbeflächenstrategie
Wir verfügen über ein kontinuierliches Angebot an Gewerbeflächen, primär Grundstücken, die einer aktiven Gestaltung der Unternehmensentwicklungen und -ansiedlungen dienen.

Strategisches Ziel 3 - Branchenmix

In Ludwigsburg gibt es eine große Vielfalt an Unternehmen aus unterschiedlichen Bereichen. Dies führt dazu, dass Arbeitsplätze geschaffen und erhalten werden, die Stadt über eine stabile Finanzlage verfügt und die Bedürfnisse der Stadtbevölkerung gedeckt werden.

Operative Ziele

- 3.3.1: Förderung Cluster Kreativwirtschaft
Hochschulen und Kreativschaffende bzw. -unternehmen finden in Ludwigsburg optimale Rahmenbedingungen für ihre (Weiter-)Entwicklung vor.
- 3.3.2: Start-up Förderung
Die Anzahl an Start-Ups in Ludwigsburg wird bis 2030 verdoppelt und eine aktive Vernetzung etabliert/implementiert.
- 3.3.3: Branchenspezifische Unterstützung des Handwerks
Die Vielfalt der Handwerksbetriebe in Ludwigsburg bleibt erhalten. Ihre Zukunftsfähigkeit wird unterstützt.
- 3.3.4: Forschung und Zukunft
Die Ludwigsburger Hochschullandschaft und die Forschungs- und Entwicklungsbereiche bestehender Unternehmen erfahren bestmögliche Unterstützung. Neuansiedlungen in diesem Bereich sowie von Zukunftsbranchen genießen Priorität.
- 3.3.5: Nahversorgung
Eine wohnortnahe, bedarfsgerechte und umfängliche Nahversorgung, mit einem hohen Anteil an lokalen Erzeugnissen, ist in allen Stadtteilen gegeben.

Strategisches Ziel 4 - Tourismusdestination, Kongress- und Veranstaltungsort

Ludwigsburg wird durch einzigartige, touristische Angebote sowie vielfältige und bedeutende Veranstaltungen als innovative Barockstadt regional, national und international wahrgenommen

Operative Ziele

- 3.4.1: Umsetzung Tourismuskonzept
Grundlegendes Ziel aller Aktivitäten ist die Schärfung eines klaren touristischen Imagebildes der Stadt Ludwigsburg und die Erhöhung des Bekanntheitsgrades. Das Tourismuskonzept gibt hierfür die Leitlinien und Handlungsfelder vor.
- 3.4.2: Prägende Veranstaltungen
Einzigartige Kultur- und Sportveranstaltungen ziehen das Publikum national und international an, schärfen das Image und erhöhen den Bekanntheitsgrad Ludwigsburgs.
- 3.4.3: Professionelle Strukturen
Professionelle Strukturen und Kapazitäten optimieren Marketing und Vertrieb der Veranstaltungsstätten.
- 3.4.4: Wettbewerbsfähige Veranstaltungsstätten
Bauliche und technische Weiterentwicklung bzw. Sanierung der Veranstaltungsstätten verbessern die Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für den Kongress- und Veranstaltungsstandort Ludwigsburg.
- 3.4.5: Erhalt der Steillagen
Touristische Angebote und -Vermarktungsstrategien tragen substantiell zum qualitativen Erhalt der einzigartigen Kulturlandschaft der terrassierten Steillagen bei.

Strategisches Ziel 5 - Wirtschaftsstandortmarketing

Die vielfältige Vernetzung der Wirtschaftsakteure ist ausgebaut. Modernes Standortmarketing macht den Wirtschaftsstandort und seine Unternehmen sowohl nach innen als auch nach außen bekannt.

Operative Ziele

- 3.5.1: Aktive Vernetzung
Ein lebendiges System an Netzwerken und Vernetzungsformen stärkt den Austausch und die Zusammenarbeit.
- 3.5.2: Veranstaltungen
Zielgerichtete Veranstaltungen fördern das Netzwerken, den Austausch und dienen dem Wissenstransfer.

- 3.5.3: Standortmarketing
Ludwigsburg wird als attraktiver Wirtschaftsstandort mit seinen Unternehmen bundesweit wahrgenommen.
- 3.5.4: Fachkräfte
Gemeinsam mit Partnern, wie dem Landkreis, der Agentur für Arbeit, den Kammern sowie den Ludwigsburger Hochschulen werden Maßnahmen unterstützt, initiiert und begleitet, die den Erhalt und die Gewinnung von Fachkräften fördern.
- 3.5.5: Vielfalt und Vereinbarkeit
Ludwigsburg zeichnet sich als vielfältiger und inklusiver Wirtschaftsstandort mit einem besonderen Augenmerk auf eine bestmögliche Vereinbarkeit von Familie, Pflege und Beruf aus.