



Drucksache Nr. 2004/AWfö/002-01

- öffentlich -

Beschlussvorlage

Beratungsgegenstand

**Zielsetzungen und Aufgaben der Stabsstelle für
Wirtschaftsförderung beim Kreis Nienburg/Weser**

Beschlussvorschlag

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Wirtschaftsförderung nimmt Kenntnis.

Beratungsfolge

Gremium:

- Ausschuss für Wirtschaftsförderung

Datum:

03.03.2004

Sachverhalt

Seit dem 01.01.04 ist die Wirtschaftsförderung des Kreises Nienburg/Weser vom Amt für Regionalplanung und Wirtschaftsförderung auf die Stabsstelle für Wirtschaftsförderung übergegangen.

Für die Stabsstelle ergeben sich eine Reihe von Zielen und Aufgaben, die ihre Grundlage in allgemeinen Grundsätzen der Wirtschaftsförderung, in den bisherigen Wirtschaftsförderungsaktivitäten der Kreisverwaltung und im Regionalen Entwicklungskonzeptes (REK) finden.

Hauptziel der regionalen Wirtschaftsförderung ist die Schaffung eines möglichst freundlichen Wirtschaftsklimas im Kreis Nienburg/Weser. Die Standortzufriedenheit der ansässigen Unternehmen soll gesteigert und auswärtige Investoren für den Standort interessiert werden.

Das Regionale Entwicklungskonzept hat im Jahr 2001 neun wichtige Handlungsfelder für die regionale Wirtschaftsförderung genannt. Diese gehen in vier Kernaufgaben ein, auf die sich die Stabsstelle ausrichten möchte:

- Unternehmensbetreuung
- Existenzgründungsförderung
- Standortmarketing
- Gewerbeflächenvermarktung

Die Effektivität der Kreiswirtschaftsförderung wird in Zukunft auch davon abhängig sein, inwieweit es gelingt, die Aktivitäten der regionalen Wirtschaftsakteure zu bündeln. Deshalb will die Stabsstelle die öffentlichen und privaten Partner in ihre Arbeit einbinden. Hierzu sollen bestehende Arbeitsstrukturen aufgegriffen und neue Netzwerke aufgebaut werden:

- Arbeitskreis der Wirtschaftsförderer im Kreis Nienburg/Weser: Der Arbeitskreis soll dem Austausch der Wirtschaftsförderer im Kreis dienen, um deren Zusammenarbeit zu verbessern und die "regionale Perspektive" zu stärken.

Ziel ist die Abstimmung der einzelgemeindlichen Aktivitäten und die Planung und Umsetzung von regional ausgerichteten Massnahmen, zum Beispiel zur Gewerbeflächenvermarktung.

- Weitere Arbeitsgruppen sollen themenorientiert arbeiten. Sie sind offen für die Mitarbeit der privaten Wirtschaftsakteure sowie der IHK, der Handwerkskammer u.a. wirtschaftsförderungsrelevanten Organisationen. Zuerst soll eine Arbeitsgruppe "Existenzgründung" eingerichtet werden.

Auch die themenorientierten Arbeitsgruppen dienen der gegenseitigen Abstimmung sowie der Planung und Umsetzung gemeinsamer Projekte.

Unternehmensbetreuung

Die Betreuung der kreisansässigen Unternehmen hat grundsätzlich das Ziel, den Firmen vor Ort möglichst gute Arbeitsbedingungen zu bieten. Die Absicherung der regionalen Wirtschaftsbasis ist von gleichrangiger Bedeutung wie die Akquisition externer Investoren.

Da die Anliegen der Unternehmen naturgemäss sehr unterschiedlich sind, soll das Beratungs- und Unterstützungsangebot der Stabsstelle offen angelegt sein. Die Wirtschaftsförderung versteht sich dabei als Lotse, der den anfragenden Unternehmen eine Orientierung durch die Kreisverwaltung gibt bzw. kompetente externe Ansprechpartner benennt. Dabei sind neben den Interessen und Anliegen der anfragenden Unternehmen auch die der beteiligten Gemeinden zu berücksichtigen, die deshalb frühzeitig miteinbezogen werden sollen. Die Unternehmensbetreuung der Kreiswirtschaftsförderung steht nicht in Konkurrenz zu den Bemühungen in den Gemeinden, sondern versucht, diese sinnvoll zu ergänzen. Erster Ansprechpartner für die Unternehmen sollten deshalb die Standortgemeinden sein.

Obwohl die Unternehmensbetreuung im Einzelfall thematisch offen angelegt ist, sollen zukünftig Beratungs- und Informationsangebote organisiert werden, die den Bedürfnissen der Unternehmen entsprechen. Auch hierfür ist seitens der Kreiswirtschaftsförderung die Kooperation mit anderen regionalen Wirtschaftsakteuren erwünscht. Ziel muss es sein, Angebote zu machen, die von einzelgemeindlicher Seite aus nicht ermöglicht werden können. In Kürze wird eine Technologie- und Innovationsberatung durch das Regio-Institut, Oldenburg, angeboten. Dieses Angebot ist noch im Baudezernat vorbereitet worden.

Neben konkreten Hilfestellungen, soll auch die "alltägliche" Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreiswirtschaftsförderung verbessert werden, z.B. durch Firmenbesuche oder Unternehmensgespräche.

Durch eine Unternehmensbefragung möchte die Wirtschaftsförderung eine detailliertere Kenntnis über das regionale Wirtschaftsklima erhalten, das durch die Kreisverwaltung, aber auch eine Vielzahl anderer öffentlicher und privater Institutionen geprägt wird. Die Befragung soll genauere Informationen über die Unternehmenszufriedenheit bzw. mögliche Kritikpunkte liefern, so dass gezielter an bestehenden Problemen angesetzt werden kann.

Gründungsförderung

Auch die Förderung von Existenzgründern ist eine Möglichkeit, die Ansiedlung von Arbeitsplätzen zu unterstützen und einen positiven Beitrag zur regionalen Wirtschaft zu leisten.

Schon bisher konnten sich Gründungswillige durch den Kreis beraten lassen. Teilweise bieten auch die Gemeinden Gründungsberatung an. Hinzu kommen weitere Beratungsangebote, zum Beispiel durch die Handwerkskammer oder die IHK.

Die Kreiswirtschaftsförderung will Existenzgründern auch in Zukunft eine kompetente Einzelberatung anbieten. Darüberhinaus soll aber vor allem das Zusammenspiel der regionalen Beratungsangebote verbessert werden. So sollen zum Beispiel Doppelberatungen vermieden werden. Hierzu will die Kreiswirtschaftsförderung das bestehende Gründungsnetzwerk reaktivieren. Dabei sollen die Gemeinden miteinbezogen werden, so wie es im REK vorgeschlagen worden ist.

Ziel ist es, die regionalen Angebote untereinander abzustimmen und das Beratungsangebot für die Gründer transparenter zu machen. Als erster Schritt soll hierzu der Gründungswegweiser in überarbeiteter Form neu aufgelegt werden.

Darüberhinaus soll das Gründungsnetzwerk auch weitergehende Massnahmen zur Unterstützung von Existenzgründern planen und umsetzen. Denkbar ist hier zum Beispiel die Bereitstellung eines intensiveren Beratungsangebotes durch einen Gründerlotsen, der die verschiedenen sektoralen Beratungen inhaltlich bündelt.

Neben praktischen Hilfen für Existenzgründern ist aber auch eine Öffentlichkeitsarbeit wichtig, die ein positives Klima für Gründer im Kreis erzeugt. Die Vergabe eines regionalen Existenzgründerpreises wäre hier ein geeignetes Instrument zur Steigerung der Thematik in der öffentlichen Wahrnehmung.

Standortmarketing

Das Regionale Standortmarketing verfolgt im Sinne des REK das Ziel, den Kreis als Wirtschafts- und Unternehmensstandort im überregionalen Bereich positiv darzustellen. Die Wirtschaftsförderung möchte dabei insbesondere die unternehmensrelevanten Standortstärken kommunizieren. Ein umfassendes Standortmarketing, das auch Standortfaktoren wie die hohe Wohn- und Freizeitqualität miteinbezieht, soll durch die Einbindung von geeigneten Partnern gewährleistet werden.

Neben auswärtigen Akteuren soll das Standortmarketing auch die bereits ansässigen Unternehmen ansprechen. Auch sie sollen von den Stärken ihres eigenen Standortes überzeugt werden und diese möglichst selbst nach aussen vertreten. In diesem Sinne möchte die Wirtschaftsförderung interessierte Unternehmen für gemeinsame Aktivitäten gewinnen (Co-Finanzierung von Imagebroschüren, gemeinsame Messeauftritte usw.).

Eine weitere Zielgruppe für das Standortmarketing sind die Gemeinden und die wirtschaftsrelevanten Institutionen im Kreis. Sie sollen in eine "regionale Perspektive" eingebunden werden, die konkretere Absprachen (z.B. zur Gewerbeflächenentwicklung) vorbereitet und unterstützt.

Das Standortmarketing ist eine Daueraufgabe, die von Zeit zu Zeit auch einer Erfolgskontrolle und Neuausrichtung unterzogen werden muss. Die Grundlagen hierfür sollen durch ein Standortmarketing-Konzept geschaffen werden, das folgende Aufgaben zu erfüllen hat:

- Ermittlung der Zielgruppen, auf die das Regionalmarketing abzielt
- Ermittlung der Standortstärken und –chancen, die nach aussen vermittelt werden sollen
- Entwicklung von Instrumenten, mit denen die Standortstärken vermarktet werden können
- Klärung darüber, welche Teilaufgaben die relevanten Akteure im Rahmen des Regionalmarketings selbst übernehmen können

Damit das Standortmarketing funktionieren kann, ist das Verhältnis der Teilregionen zur Gesamtregion zu diskutieren und auf eine realistische Basis zu stellen. In Teilen des Kreises bestehen unterschiedliche Verflechtungsbeziehungen zu Nachbarzentren und –räumen. Hier gilt es die Vorteile einer gemeinsamen Sicht auf die Region Nienburg/Weser und die Vorteile gemeinsamen Handelns zu erörtern. Dabei kann auch diskutiert werden, ob die Region durch die Kreisgrenzen definiert wird, oder ein räumlich weiterer Regionsbegriff Vorteile in der Standortvermarktung bieten könnte.

Da die Erarbeitung eines Standortmarketing-Konzeptes zeitweise einen grossen Teil der Arbeitskraft der Wirtschaftsförderung binden würde, wird vorgeschlagen, das Konzept extern erarbeiten zu lassen. Dies hätte auch den Vorteil, dass die Kreiswirtschaftsförderung während der Erarbeitung des Konzeptes offener die Perspektive der Gesamtregion vertreten könnte.

Das Konzept sollte weniger analytisch-konzeptionell als handlungsorientiert ausgelegt sein, da schon durch das REK eine aktuelle Datengrundlage vorliegt. Das Standortmarketing ist deshalb als praktische Umsetzung des REK zu verstehen.

Im Haushaltsplan 2004 sind Mittel in Höhe von 50.000,00 € eingeplant. Mit Blick auf das Einwerben von Landesmitteln findet am 19.02.2004 ein Gespräch beim Institut für Wirtschaftsforschung in Hannover statt. Über das Ergebnis wird in der Sitzung berichtet.

Gewerbeflächenvermarktung

Die Kreiswirtschaftsförderung will die Vermarktung von Gewerbeflächen in der Region unterstützen. Die Bemühungen der kreisangehörigen Gemeinden werden hierdurch nicht berührt. Vielmehr soll standortsuchenden Firmen über die Kreisebene ein zusätzlicher Zugang zum regionalen Gewerbeflächenangebot geschaffen werden.

Die Vermarktung des regionalen Gewerbeflächenangebotes ist für die Kreiswirtschaftsförderung eine wichtige Teilaufgabe, die vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Situation aber realistisch beurteilt werden muss. Die Gewerbeflächenvermarktung zielt zudem nicht nur darauf ab, neue Firmen in

der Region anzusiedeln, sondern auch darauf, bereits kreisansässigen Firmen bei Verlagerungsbedarf geeignete Flächen im Kreis anbieten zu können.

Für die laufende Flächenvermarktung ist die direkte Erreichbarkeit der Kreiswirtschaftsförderung durch standortsuchende Unternehmen von grosser Bedeutung. Hierfür ist zum Beispiel auch eine geeignete Internetpräsentation wichtig. Deshalb hat die Wirtschaftsförderung die Wirtschaftsseiten auf der Homepage des Kreises überarbeitet, um sie stärker an die Informationsinteressen der Zielgruppen Unternehmen und Existenzgründer anzupassen.

Da im Moment keine aktuellen Informationsmaterialien vorhanden sind, müssen ausserdem kurzfristig neue Materialien erstellt werden, die an interessierte Unternehmen weitergegeben werden können. Die endgültige Gestaltung von Informationsmaterialien soll aber von der Entwicklung einer neuen "Dachmarke" für den Kreis durch das Standortmarketing abhängig gemacht werden.

In Zukunft will die Kreiswirtschaftsförderung Standortgesuche standardisiert an die Gemeinden weitergeben, um von dort eine Rückmeldung über geeignete Ansiedlungsmöglichkeiten zu erhalten. Ziel muss es sein, standortsuchenden Unternehmen kurzfristig ein qualifiziertes Gewerbeflächenangebot vorlegen zu können.

Bei Standortanfragen, für die nur bestimmte Gewerbeflächen infrage kommen, wird die Kreiswirtschaftsförderung gegebenenfalls Standortvorschläge aus eigener Erwägung weitergeben.

Neben dieser eher passiven Komponente, will die Stabsstelle für Wirtschaftsförderung die Flächenvermarktung aber auch aktiver angehen. Das REK hat vorgeschlagen, den Kreis in den angrenzenden Wirtschaftsräumen Bremen, Hannover und OWL als Entlastungsstandort zu vermarkten.

Gegebenenfalls kann dieses Vorgehen durch Instrumente des Direktmarketings, mit denen gezielt bestimmte Branchen und Unternehmen angesprochen werden, ergänzt werden. Hierzu sind aber noch genauere Überlegungen anzustellen, welche Branchen sinnvollerweise angesprochen werden könnten.

Eine weitere Möglichkeit, externe Standortinteressenten zu erreichen, ist die Teilnahme an überregional bedeutsamen Messen, die aber mit hohen Kosten verbunden sind. Es sollen deshalb die Möglichkeiten einer überregionalen Kooperation oder der Zusammenarbeit mit interessierten Firmen geprüft werden.

Mittelfristig wird es notwendig sein, mit den Gemeinden für die Gewerbeflächenvermarktung strategische Zielvorstellungen zu entwickeln. Zum Beispiel darüber, ob es sinnvoll ist, alle vorhandenen Flächen in die Vermarktungsbemühungen aufzunehmen, oder nur die marktgängigen Flächen zu betrachten. Hier besteht ein enger Zusammenhang zur Koordinierten Gewerbeflächen-Entwicklungsstrategie, die im Amt für Regionalplanung entwickelt wird. Das Amt für Regionalplanung und die Wirtschaftsförderung haben sich bereits zur Gewerbeflächen-Entwicklungsstrategie ins Benehmen gesetzt. Die Wirtschaftsförderung wird sich in den Erarbeitungsprozess einbringen.