

Sitzungsvorlage DS 2009/043

Wirtschaftsförderung
Gerhard Engele
Anita Müller
(Stand: **26.01.2009**)

Mitwirkung:

Wirtschaftsforum Pro Ravensburg
Eugen Müller

Aktenzeichen:

Verwaltungsausschuss
öffentlich am 02.02.2009

**Wirtschaftsförderung und Initiative Ravensburg 2008/2009
- Bericht und Programm**

Beschlussvorschlag:

1. Der Verwaltungsausschuss nimmt den Bericht für 2008 und das Programm 2009 der Wirtschaftsförderung und der Initiative Ravensburg zur Kenntnis.
2. Für die Projekte der Initiative Ravensburg werden 60.000 € für das Jahr 2009 bereit gestellt. Das Wirtschaftsforum Pro Ravensburg bringt einen Anteil von 20.000 € ein. Mit der Abwicklung der Projekte wird die Stadtmarketing GmbH Ravensburg beauftragt. Der Betrag wird in zwei Raten an die Stadtmarketing GmbH ausbezahlt

Wirtschaftsförderung Ravensburg – Bericht 2008/2009

Mit dem Jahresbericht 2008 gibt Ihnen die Wirtschaftsförderung wieder einen aktuellen Überblick über die geleistete Arbeit im vergangenen Jahr und einen Ausblick auf die anstehenden Aufgaben in 2009.

Neben den vielfältigen Aufgaben im Tagesgeschäft lagen die Aufgabenschwerpunkte im vergangenen Jahr insbes. bei der Unternehmensbetreuung und der Vermittlung von geeigneten Gewerbeimmobilien. Bedingt durch den zu verspürenden konjunkturellen Aufschwung seit Ende 2007 hat die Nachfrage nach Gewerbeimmobilien und Gewerbegrundstücken im Laufe des Jahres 2008 deutlich zugenommen.

Ende des Jahres 2008 konnten einige Unternehmen deutlich den Konjunkturabschwung als Auswirkung der weltweiten Finanzkrise verspüren. Intensivieren müssen wir in 2009 deshalb die Kontakte zu den Unternehmen, um möglichst frühzeitig drohende Probleme zu erkennen. Unsere Aufgabe wird es sein den Betrieben Unterstützung anzubieten oder Kontakte zu vermitteln.

Ein hochmotiviertes Team in allen Abteilungen der Wirtschaftsförderung – dem Stadtmarketing, der Immobilienabteilung und der Wirtschaftsförderung – steht den Unternehmen dafür täglich mit ihren Dienstleistungen zur Verfügung.

Ein weiterer Schwerpunkt wird die aktive Mitwirkung bei der Entwicklung des Gewerbegebiets Erlen und der Beginn der Umsetzung mit Akquise von neuen Unternehmen sein. Als Begleiter werden wir den Unternehmen während der Planungs-, Baugenehmigungs- und Umsetzungsphase zur Verfügung stehen.

Die Ende letzten Jahres in Auftrag gegebene Potentialanalyse zur Ermittlung des Bedarfs eines Existenzgründerzentrums in Ravensburg werden wir dem Gemeinderat in Kürze vorlegen. Das Gutachten wird aufzeigen, in wie weit in Ravensburg ein Existenzgründerzentrum erforderlich ist. Die Wirtschaftsförderung wird im Anschluss daran, sofern erforderlich, eine Konzeption zur Umsetzung erarbeiten.

Die Wirtschaftsförderung bedankt sich bei den Unternehmen für die vielen gute Gespräche, für das Vertrauen und die Mitwirkung bei vielen Veranstaltungen und Projekten.

Ebenso bedanken wir uns beim Gemeinderat für die politische Unterstützung unserer Arbeit und die finanzielle und personelle Ausstattung, ohne die manches Engagement nicht möglich wäre.

Die Themen im Einzelnen:

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
<p>9. Ravensburger Unternehmergespräch</p>	<p>Termin: Dienstag 11. März 2009 um 19.30 Uhr, Schwörsaal im Waaghaus Referent: Prof. Dr. Peter Jany, Hauptgeschäftsführer der IHK Bodensee-Oberschwaben Thema: "Wirtschaft in Turbulenzen: Kann unsere Region ihre Spitzenstellung im Wettbewerb behaupten?"</p>
<p>Wirtschaftspreis 2009 der Stadt Ravensburg</p>	<p>Der Gemeinderat hat in 2008 beschlossen, den Wirtschaftspreis ab 2009 künftig nicht mehr öffentlich auszuschreiben, sondern auf Vorschlag aus dem Gemeinderat, dem Wirtschaftsbeirat oder der Verwaltung zu vergeben.</p> <p>Preisträger können Unternehmen, Personen oder Personengruppen mit Sitz in Ravensburg sein.</p> <p>Vorschläge möglichst bis 20.03.2009, Beratungen im WB 02.04.09, VA 20.04.09 und Beschluss im GR am 27.04.09</p> <p>Preisverleihung im Oktober/November 2009</p>
<p>Unternehmens-Service</p>	<p>Messen Regelmäßig bieten wir den Unternehmen Gemeinschaftsmesseauftritte, teilweise auch in Kooperation mit der Landeswirtschaftsförderung Baden-Württemberg (BWI), für unterschiedliche Messen an. Darüber hinaus informieren wir die Unternehmen jeweils aktuell über die Angebote der verschiedenen Wirtschaftsförderungseinrichtungen über Internet im Link Unternehmer/aktuell, per Mail oder mit direkten Anschreiben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • InterTech Mai 2009, Dornbirn <ul style="list-style-type: none"> ○ 300 m² großer Gemeinschaftsstand für Unternehmen der Region

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
<p>Unternehmens-Service</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Interkommunale Zusammenarbeit der Wirtschaftsförderungen Stadt Ravensburg, Landkreis Ravensburg, Bodenseekreis und Land Vorarlberg ○ dadurch Interreg-Förderung nach dem Ausstieg der Olma-Messen St. Gallen wird die InterTech künftig im 2-jährigen Rhythmus ausschließlich in Dornbirn stattfinden. <ul style="list-style-type: none"> • Absolventenmessen <ul style="list-style-type: none"> ○ Akquisition von Fachkräften für Unternehmen der Region <p>Verwaltungslotsen-Service</p> <p>Tägliche Gespräche mit Unternehmen, sowie der Organisation und Moderation einer Vielzahl von Gesprächen mit Behörden und Ämtern der Stadt zur Lösung von Fragen und Problemen der Unternehmen haben auch im vergangenen Jahr die Arbeit der Wirtschaftsförderung wieder geprägt. Diesen intensiven und erfolgreichen Service werden wir unvermindert als Kerngeschäft der Wirtschaftsförderung beibehalten.</p> <p>Unternehmensgespräche und –besuche</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Betriebsbesuche und –gespräche gehören zu den wichtigsten Aufgaben unserer kommunalen Wirtschaftsförderung. • Im Zuge der sich abzeichnenden wirtschaftlichen Schwierigkeiten einzelner Branchen wird die Wirtschaftsförderung in 2009 die Betriebskontakte insbesondere in diesem Bereich verstärken. So können sich abzeichnende Probleme frühzeitig kommuniziert werden und ggf. Maßnahmen zur Unterstützung ergriffen oder vermittelt werden. • Insgesamt gab es 89 Firmenkontakte in 2008

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<p>Existenzgründungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Erstkontakte von Existenzgründern • Migrantenberatungstage – Beratung von existenzgründungswilligen Migranten • Erstellung einer Potentialanalyse für ein Existenzgründerzentrum in Ravensburg <p>Erstkontakt zu neu angemeldeten Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> • 565 Neuanmeldungen von Unternehmen in 2008 • Begrüßung mit einem Schreiben der Wirtschaftsförderung • Kalendervisitenkarte der Wirtschaftsförderung
<p>Projekt "Ich plane meine Zukunft"</p>	<p>Ausbildung und Berufswahl</p> <ul style="list-style-type: none"> • bereits zum 4. Mal unterstützt die Wirtschaftsförderung junge Menschen bei der Berufswahl im Rahmen der Bildungsmesse • Insgesamt 12 teilnehmende Firmen
<p>Fachkräfterekrutierung</p>	<p>„Karriere im Süden“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neugestaltung der Job-Börse www.karriere-im-sueden.de • Anpassung auf das Erscheinungsbild der Printmedien, In 2008 insgesamt 51.457 Zugriffe (20.000 mehr als 2007 !) auf die Stellenangebotsseiten der Unternehmen unserer Region. • Präsentation auf den Absolventenmessen (Bonding) an den Universitäten von <ul style="list-style-type: none"> - Berlin - Stuttgart - Karlsruhe - Dresden - Hamburg - Career Day Zeppelin University, FN - Karriere Start, Oberschwabenhalle RV

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> • In 2009 werden neu hinzukommen: <ul style="list-style-type: none"> - München - Hochschulen aus der Region: Ravensburg Weingarten, Furtwangen, Sigmaringen, Kempten <p>Karriere-Messe</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Karriere-Start“- Messe in der Oberschwabenhalle am 6.Mai 2009 – Kooperation der Wirtschaftsförderungen Stadt und Landkreis Ravensburg mit dem Schwäbischen Verlag • Gemeinschaftsstand für kleine Unternehmen die sich einen eigenen Messestand nicht leisten können.
<p>Unterstützung von Ortsteilzentren</p>	<p>Sicherung oder Wiederherstellung der Nahversorgung einzelner Wohnbezirke</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regelmäßige Gespräche mit den Händlern der Nahversorgungszentren von <ul style="list-style-type: none"> ○ Goetheplatz ○ Eschach/Oberhofen ○ Mittelösch ○ Oberzell ○ aktive Unterstützung und weitere Begleitung der Nachfolgenutzung der Nahversorgung in Burach-Ost durch Arneggers Ernteladen, ggf. Erweiterung des Angebots ○ Gestaltung von Ortseingangsanlagen

Standortmarketing

Wirtschaftsfilm Standort Ravensburg

Karriere-im-Süden

- Einheitliche Konzeption in Print und Internet
- Entwicklung eines Controllinginstruments (Postkarte), zur Messung der Studentenkontakte- und profile – in Abstimmung mit einem Newsletter alle drei Monate, der die Studenten über Stellenangebote, Praktika, Abschlussarbeiten informiert, sowie Tipps und Neues aus/zu unserer Region
- Give aways (Textmarker und Kugelschreiber)
- Studentenexkursion 2008 und 2009
2008: mit der TU Dresden in Kooperation mit der Bonding-studenteninitiative,
- 4 Tage im Juni an denen Studenten Unternehmen in der Region besuchten
- Fachrichtung: Maschinenbau, Elektrotechnik, Informatik im Hauptstudium
- Unternehmensbesichtigung bei 8 Unternehmen in der Region
Coperion GmbH, Waldner Laboreinrichtungen GmbH & Co. KG und DIEHL AKO
Stiftung & Co. KG, ZF Friedrichshafen AG, EADS Deutschland GmbH, Diehl BGT
Defence, Julius Blum GmbH, omicron electronics GmbH
In 2009 findet die Exkursion zusammen mit den Universitäten Berlin und Hamburg
statt – und in Kooperation mit der Fluggesellschaft Intersky,
vom 06. – 08. Mai 2009 für die Fachrichtungen Mechatronik, Informatik, Elektro-
technik mit Firmenbesichtigungen in der Region

Wirtschaftsmagazin Business Today

Themenwelt Bodensee

- Interkommunales, länderübergreifendes Standortmarketingprojekt der Bodensee-
region (D, A, CH)

Gewerbeentwicklung**Unternehmensansiedlung**

- aktive Ansiedlungsbemühungen für das GE Domäne Hochberg, in 2009 wohl vollständiger Verkauf der restlichen Gewerbegrundstücke
- Erarbeitung eines Gewerbeentwicklungskonzepts mit dem Büro Dr. Acocella als Grundlage für die Entwicklung des GE Erlen
- Weiterentwicklung des Güterbahnhofsareal in enger Kooperation mit SPA und Aurelis Projektentwicklung
- Aktive Mitwirkung bei der Entwicklung des Gewerbegebiets Erlen und Beginn der Umsetzung in 2009
- Mitwirkung bei unterschiedlichen Projektentwicklungen

Initiative Ravensburg (Stadt und Wirtschaftsforum Pro Ravensburg)

Entwicklungen und Programm 2009

Das Stadtmarketing in Ravensburg ist ein Instrument der Stadtentwicklung mit ganzheitlichem Ansatz. Es bleibt trotz professioneller Ausstattung und Anstrengungen oft hinter den Erwartungen einer „eierlegenden Wollmilchsau“, zurück. Die finanziellen Mittel und Personalressourcen, die Kompetenzen und Handlungsspielräume sind begrenzt. Deshalb ist es wichtig, die vorhandenen Mittel optimal zu nutzen, Entwicklungen zu beobachten, die Handlungsmöglichkeiten immer wieder neu auszuloten und mit den Entscheidungsträgern abzustimmen.

Was wird von einem „professionellen Stadtmarketing“ erwartet, was sind die Aufgaben für Ravensburg? Darauf gibt es sehr unterschiedliche Antworten - je nach Sichtweise. Es gibt nicht das Stadtmarketing schlechthin - vielmehr muss jede Stadt für sich immer wieder neu definieren, mit welchen Instrumenten, Partnern und Maßnahmen das oberste Ziel, die Erhaltung und Weiterentwicklung einer lebendigen und lebenswerten Innenstadt, erreicht werden kann. Stadtmarketing hat neben der klassischen Vermarktung der Stärken auch die Aufgabe, Defizite zu erkennen und Chancen für Entwicklungen aufzuzeigen. Voraussetzung ist die Beobachtung der Bedürfnisse der Menschen, die Veränderung der Rahmenbedingungen und eine große Flexibilität und Kooperationsbereitschaft der einzelnen Akteure.

Eine lebendige Innenstadt, in der Menschen wohnen, arbeiten, einkaufen und ihre Freizeit verbringen, zieht Menschen an. Ein umfassendes, individuelles Angebot an Waren und Dienstleistungen, eine gute Architektur, eine hohe Aufenthaltsqualität und eine gelungene Denkmalpflege, sind wirtschaftliche Standortvorteile, die vermittelt werden müssen. Die spannende Mischung aus Konsum, Kultur und Begegnung schaffen nachhaltige, gesellschaftliche Impulse im Wechsel der Jahreszeiten. Denn trotz Mobilität, Multimedia und Internet suchen Menschen sinnliche Erfahrungen, sie wollen „sehen, riechen, fühlen“. Die Begegnungen und Erlebnisse sollen nachhaltig in Erinnerung bleiben. Es ist eine Gratwanderung zwischen Markt und Planung, zwischen Eingreifen und Laufenlassen, zwischen Wenig und zu Viel, zwischen kurzfristigem Erfolg und nachhaltigem Ertrag. Es braucht gemeinsame Visionen aber genauso das Aushandeln im Alltag und Umsetzen in Taten.

Entwicklungen denen im Stadtmarketing Rechnung getragen werden muss:

- „convenience“ – kundenfreundliche, bequeme, stressfreie und zeitsparende Abläufe müssen gefördert werden,
- wo ein gutes Lebensklima ist, ist auch ein gutes Arbeitsklima.... Stadtplanung, Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing und die Unternehmen müssen in enger Kooperation stehen und gemeinsame Ziele definieren,
- die Vielfalt der Erwartungen erkennen, vieles im Blick haben wie Kultur, Kunst, Sport und Vergnügungen, Bildung und Wissen, Erholung und Entspannung....
- Menschen brauchen Bezugspunkte mit denen sie sich identifizieren und solidarisieren können und wollen,
- mit Kreativität und Innovationsfreude die Attraktivität der Innenstadt erhöhen, ausgefallene sinnliche Erlebnisse schaffen – damit den Menschen "Hören und Sehen" eben nicht vergehen.....,
- neue Ideen mit Kombinationen von Partnern unterschiedlicher Fachbereiche aus Wirtschaft, Verwaltung und anderen Institutionen entwickeln – Mut zu Phantasie und Tat,
- Orte in der Stadt "bespielen", sie in Szene setzen, neu erlebbar machen.

Stadtmarketing zielt sowohl auf die Erhöhung der Standortqualität der Wirtschaft als auch auf die Lebensqualität für die Bewohner und Besucher sowie auf die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, ab. Diese Zielsetzung vertritt das Stadtmarketing nicht exklusiv und auch nicht über sondern neben anderen Akteuren. Die gemeinsamen Ziele müssen abgestimmt und koordiniert werden um effektiv wirken zu können. Kooperationsbereitschaft und Vertrauen sind die Basis der Zusammenarbeit. Dies ist der "Ravensburger Weg", er wird in der Initiative Ravensburg fortgesetzt, die Kräfte aller werden gebündelt, gemeinsam Lösungen gesucht und passende Maßnahmen beschlossen.

Stadtmarketing in der Initiative Ravensburg ist Impulsgeber, Moderator und Mit-Gestalter für Entwicklung und Wandel.

Projekte der Initiative Ravensburg 2009

Unsere strategischen Ziele:

1. Einkaufs- und Erlebnisstadt stärken
2. Kinder- und Familienfreundliche Stadt fördern
3. Gesundheit und Nachhaltigkeit als Standortfaktoren ausbauen

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
Stadtraumentwicklung fördern	Konzepte und Kooperationen <ul style="list-style-type: none">- Baustellenmanagement im Einzelfall (z.B. Obere Breite Straße, obere Marktstraße)- Straßen-/Quartiersentwicklungen- Beleuchtungskonzept Innenstadt- Sauberkeit, Sicherheit, Möblierung
Werbung akzentuieren	Erstellung eines Werbeplanes <ul style="list-style-type: none">- Veranstaltungskalender- Türme-Post-Karten – junge Leute- Jahres-Marktflyer- Merchandisingkonzept: Neu: Taschen, Schirme, Mehli-Kinderlätzchen für neugeborene Ravens-

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	burgerInnen - Projektbezogene Werbung /Flyer/Plakate/sonst. - Anzeigen/Beilagen/Redaktion - Sommer-Plakataktion Ferienregion(Bahnhöfe, Fähren) - Management der Großflächenwerbung an den Stadteingängen (WF)
Einkaufs- und Erlebnisstadt stärker positionieren	Serviceinitiativen und Kampagnen - Einkaufsführer - Geschenkgutschein - Einkaufsnächte - Verkaufsoffener Sonntag - Neu: Kampagne "Gibt's nur in Ravensburg" - Neu: Kampagne "Freundliche Zone" Vernetzungen zwischen Handel, Gastronomie und städt. Ämter - Kunstnacht - Ravensburg läuft - Ravensburg spielt - Neu: Verstärkung Werbung "Museum Humpis-Quartier" – in üblichen Kommunikationsschienen mit einbauen (z.B. Einkaufsführer, Veranstaltungskalender, Marktflyer...), Marketingkonzept für Geschäfte Oberstadt erarbeiten – "Tor zur Geschichte"

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
Märkte weiter profilieren und sie als Anreiz für den Tourismus nutzen	Marketing Märkte <ul style="list-style-type: none"> - Ergebnis Wettbewerb Wochenmarkt analysieren und Zukunftsperspektiven mit Projektgruppe erarbeiten - Ravensburg blüht - Pferdemarkt - Kunstival im Hirschgraben, neu: In Werbelinie "Lieber Ravensburg" integrieren - Ravensburg is(s)t Bio - Neu: Werbelinie Martinimarkt entwickeln - Christkindlesmarkt weiter qualifizieren
Kinderfreundliche Stadt mit nachhaltigen Angeboten ausbauen	Veranstaltungen und Medien <ul style="list-style-type: none"> - Ravensburg spielt, - Familientag „Spiel und Spaß mit dem Osterhas“, - Martiniumzug - Vermarktungskonzept: Kinderstadtplan, Kinderkunstführer, „Mehli“ und „Katzenliesele“ - Neu 2009: Herausgabe und Vermarktung "12 x Geschichte" in Kooperation mit dem Stadtarchiv zur Eröffnung Museum Humpis-Quartier
"RV macht Sinn" weiterentwickeln	Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikationskonzept erstellen

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none"> - Aktionen - Fördermanagement
Standortfaktor Gesundheit stärken	<p>Offene Angebote zur Gesundheitsvorsorge</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pausenpark Hirschgraben - Künstlerpark Gänsbühl <p>Gesundheitsparcours</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planung neues Konzept ab 2010
Kooperationen und Identität schaffen	<p>Netzwerke</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einladung der Eltern der BA-Erstsemester-Studenten zum Christkindlesmarkt mit Empfang durch Oberbürgermeister Vogler und Direktor Hänssler im Schwörsaal - Enge Kooperation in verschiedenen Arbeitsgruppen mit städt. Ämtern, Wi-fo-Mitgliedern und anderen Institutionen - Vernetzung von Projekten und Aktionen (z.B. Einbindung der Gastronomie bei versch. Veranstaltungen) - Anregungen von außen aufgreifen und mit den gegebenen Möglichkeiten unterstützen - Einbringung von Vorschlägen in die Lenkungsgruppe - Installation und Moderation von Projektgruppen

Aufgaben	Themen/Projekte/Maßnahmen
	<ul style="list-style-type: none">- Stadtintern: „Marketing-Treff“- Wifointern: Arbeitsgruppen zu bestimmten Themen- Mitarbeit in verschiedenen Projektgruppen innerhalb der Stadtverwaltung

Erstellt, 20.1.2009:

Anita Müller, Stadt Ravensburg Wirtschaftsförderung

Eugen Müller, Wirtschaftsforum Pro Ravensburg