

Sitzungsvorlage DS 2011/113

Wirtschaftsförderung
Gerhard Engele
Anita Müller
(Stand: **10.03.2011**)

Mitwirkung:

Wirtschaftsforum Pro Ravensburg
Eugen Müller

Aktenzeichen:

Verwaltungsausschuss
öffentlich am 21.03.2011

**Wirtschaftsförderung und Initiative Ravensburg 2010/2011
- Bericht und Programm**

Beschlussvorschlag:

1. Der Verwaltungsausschuss nimmt den Bericht für 2010 und das Programm 2011 der Wirtschaftsförderung und der Initiative Ravensburg zur Kenntnis und stimmt den vorgeschlagenen Maßnahmen zu.
2. Für die Projekte der Initiative Ravensburg werden 60.000 € für das Jahr 2011 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 und Programm 2010/2011

Mit dem Jahresbericht 2010/2011 gibt Ihnen die Wirtschaftsförderung wieder einen aktuellen Überblick über die geleistete Arbeit im vergangenen Jahr und einen Ausblick auf die anstehenden Aufgaben in 2011.

Die Erschließung des Gewerbegebietes Erlen ist abgeschlossen, Gewerbeflächen zur sofortigen Bebauung stehen den Unternehmen zur Verfügung. Die Fa. Vetter ist mit dem Bau des ersten Abschnitts ihrer Logistik und optischen Kontrolle bereits weit fortgeschritten. Diese Ansiedlung wird für interessierte Unternehmen ein wichtiger Ansiedlungsfaktor sein.

Das Marketing, die Unternehmensakquise und die Ansiedlungsbemühungen werden von der Wirtschaftsförderung in 2011 unvermindert fortgeführt. Wichtig für die Ansiedlungen von Unternehmen in diesem Gebiet ist die zügige Herstellung der Breitbandversorgung, die wie sich gezeigt hat, für die ansiedlungswilligen Unternehmen ein zentraler Standortvorteil dieses Gewerbegebietes ist.

Nur noch ein Grundstück im Gewerbegebiet Domäne Hochberg steht der stadtnahen Ansiedlung von Unternehmen zur Verfügung.

Mit besonderem Interesse verfolgen wir daher die Fortschreibung des Regionalplanes für den Bereich der Stadt Ravensburg. Hier gilt es als Stadt die für künftige Entwicklungen erforderlichen Flächenpotentiale zu sichern, unabhängig davon ob und wann sie benötigt werden.

Die Machbarkeit eines Existenzgründerzentrums in Ravensburg wurde durch eine Potentialanalyse zur Ermittlung des Bedarfs für Ravensburg belegt. Die Wirtschaftsförderung und das Amt für Architektur und Gebäudemanagement arbeiten derzeit an einer Konzeption zur Einrichtung eines Zentrums für Existenzgründungen und andere Business Trends, die wir dem Gemeinderat in Kürze zur Beratung vorlegen.

Die Gewerbeschau Taldorf war ein großer Erfolg, insbesondere für die teilnehmenden Unternehmen. Mit unserem Angebot und unserer organisatorischen Unterstützung hatten die Unternehmen die Möglichkeit ihr breites Leistungsspektrum der Öffentlichkeit zu präsentieren.

Vom Erfolg dieser Veranstaltung überzeugt organisieren wir in diesem Jahr erneut eine Gewerbeschau, in diesem Jahr für die Unternehmen der Ortschafts Eschach. Dafür erhielten wir großen Zuspruch.

Ein weiteres Highlight war die "Erlebnis Technik Ravensburg". Unter dem Motto "Technik für die ganze Familie" öffnen Ravensburger Unternehmen ihre Türen rund um das Thema Technik. Vorbild ist dabei die uns allen noch in sehr guter Erinnerung stehende "Unternehmenskultur". Bei unserer jetzigen Veranstaltung soll jedoch der Fokus ganz auf die Technik gerichtet sein. In-

besondere jungen Menschen, Familien mit Ihren Kindern wollen wir die Technik und das was mit technischen Verfahren hergestellt werden kann in spannender, kurzweiliger Form näher bringen. Dazu brauchen wir natürlich die Unterstützung der Unternehmen.

Wieder mit einem Shuttlebus-Rundkurs werden wir die Besucher von Unternehmen zu Unternehmen bringen. Interessante Einblicke und Mitmachaktionen sollen diesen Abend wieder zu einem unvergesslichen Erlebnis für die ganze Familie machen.

Eine aktuelle Prognose der IHK zeigt auf, dass bis zum Jahr 2014 der Fachkräftemangel bei unseren Betrieben auf knapp 9 % ansteigen wird. Wir werden deshalb die nächsten Jahre, auch auf Wunsch der Unternehmen, an unseren Projekten zur Fachkräfteakquise unter dem Titel "Karriere im Süden" festhalten. Die KarriereStart Messe für Unternehmen der Region in der Oberschwabenhalle rundet diesen Programmschwerpunkt ab.

"Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee" – "Europaregion Bodensee" – eine gemeinsame Vision von vier Ländern, fünf deutschen Landkreise, fünf Schweizer Kantonen, einem österreichischen Bundesland und ein Fürstentum.

Gemeinsam wollen wir eine für alle Partner gültige Marke entwickeln, die die Kräfte und Ideen bündelt. Davon profitieren Wirtschaft, Tourismus, Kultur, davon profitiert die Region insgesamt als Wirtschaftsraum, als Erlebnisraum und als Lebensraum.

Eine aktuelle Untersuchung relevanter Standortfaktoren für die Ansiedlung und den Verbleib von Unternehmen kommt zu einem interessanten, für die Wirtschaftsförderung jedoch nicht neuen Ergebnis. "Damit Unternehmen in einer Kommune angesiedelt bleiben und neue Unternehmen zu einer Ansiedlung bewogen werden, muss die kommunale Wirtschaftsförderung (...) vor allem in die Entwicklung und Verbesserung der weichen Standortfaktoren investieren"¹.

Einen besonders hohen Stellwert dabei nimmt hier der Standortfaktor "Unternehmensfreundlichkeit der kommunalen Verwaltung" ein. Flexibilität, zügige Arbeitsweise, kurze Wege, Kundenorientierung und professionelle Unternehmens- und Unternehmerbetreuung sind erforderlich².

Dieser Aufgabe stellt sich die Wirtschaftsförderung seit Jahren mit großem Erfolg. Akzeptanz und Unterstützung bei den Unternehmen sind die tägliche Bestätigung dieser von uns praktizierten ganzheitlichen, umsetzungs- und am Unternehmen orientierten Wirtschaftsförderung.

¹ Vgl. Cortrie, S. (2009) S. 55

Weiche Standortfaktoren als Angelegenheit der kommunalen Wirtschaftsförderung S. 55

² Vgl. ebenda, S. 57

Initiative Ravensburg

Allgemeine Entwicklungen im Stadtmarketing

"Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile". Diese philosophische Weisheit von Aristoteles gilt auch für das Stadtmarketing. Umgekehrt kann aber das Große und Ganze nicht gedeihen, wenn die einzelnen Teile sich nicht gut entwickeln. Die Qualität einer Stadt hängt entscheidend von der **Lebens- und Standortqualität** der einzelnen Quartiere und Geschäftsstraßen ab.

Ein modernes Stadtmarketing darf sich nicht mehr nur auf gesamtstädtische Konzepte beschränken sondern muss sich an den kleineren Bezugsgrößen der Quartiere orientieren um so die Bereitschaft aller, sich für das Viertel zu engagieren, zu steigern. Das schafft Identität und fördert das Interesse und die Einbindung der Bürgerinnen und Bürger sowie der Geschäftstreibenden im gesamten Stadtmarketingprozess.

Die Vielzahl der Handlungsfelder eines zeitgemäßen **Quartiersmanagements** reicht von den vielfältigen Möglichkeiten einer nachhaltigen Stadtentwicklung über grundlegende Kommunikationsstrategien eines "urban design" wie Maßnahmen der Verkehrslenkung und Parkraumbewirtschaftung, Beleuchtungs- und Stadtmöbelierungskonzepte bis hin zu Sicherheitskonzepten. Aber auch die Sensibilisierung für Problem- und Handlungsfelder sowie die Ermutigung und Anleitung zur Selbstorganisation werden zukünftig stärker im Stadtmarketing verankert sein.

Mehr denn je wird die demographische Entwicklung **Veränderungsprozesse** erfordern. Neben der Entwicklung neuer Produkte und Leistungen oder der Erschließung neuer Handlungsfelder, gilt es Konzepte zu entwickeln, die aufzeigen, wie die Zentren lebendig gehalten und mit gesunden Nutzungsstrukturen gestärkt werden können.

Kulturelle Einrichtungen aber auch Handels- und Dienstleistungsbetriebe tragen zur Sozialisation bei und fördern durch ihre Vielfalt das Zusammenleben. Attraktive Innenstädte schaffen Basis für den Handel und lösen private Investitionen aus. "Mittendrin ist Leben" ein Slogan der auch in Zukunft gelten soll – das Stadtmarketing setzt sich gezielt für die Vielfalt und Qualität der Angebote sowie für die Attraktivität und das Zusammenleben der Menschen in der Stadt ein.

Das Stadtmarketing in Ravensburg hat einen ganzheitlichen Ansatz, das bedeutet, dass alle städtischen Problemfelder betrachtet und wenn möglich behandelt werden. Interessensgruppen werden eingebunden und in einem koordinierten Prozess werden möglichst viele Aspekte und Zusammenhänge erfasst und Lösungen erarbeitet.

Das Rollenverständnis des Stadtmarketings verändert sich mit den Anforderungen der Zukunft: Das Stadtmarketing ist Motor für Anpassungen von Maßnahmen, Strategien und Werten im sozialen System Stadt. Strategische Veränderungsinitiativen werden angestoßen und moderiert. Das Stadtmarketing wird zukünftig weniger selbst der "Macher" sein sondern vielmehr Prozesse die der Steigerung der **Lebensqualität** und dem **wirtschaftlichen Erfolg** der Stadt dienen, unterstützen.

Die Stadt soll ein Ort des Wohlfühlens sein - ein Ort, der Identität schafft.