



Wo steht die Wirtschaftsförderung 2014?

Gesamtauswertung

Juni 2014

ExperConsult.

- Wir bieten Beratungskompetenz in der gesamten Wertschöpfungskette der Wirtschaftsförderung und fast 30 Jahre an Erfahrung in der Wirtschaftsförderung in Deutschland.
- Rund 30 Mitarbeiter/innen stehen für Erfahrung und Qualität in Deutschland.
- ExperConsult wurde in 2014 als eines der besten deutschen Beratungsunternehmen für den Public Sector & Infrastruktur von brand eins ausgezeichnet.



Unsere Leistungen und Produkte.



Einige unserer Kunden.



Wartburgkreis



KYFFHÄUSER



EMS LAND
EIN STÜCK NAHER ZUR NATUR



landkreis
hameln-pyrmont



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Ministerium für Wirtschaft,
Mittelstand und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



IndustriePark
Lingen



HESSEN
TRADE & INVEST



gwSaar
Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Saar mbH



big bremen
Die Wirtschaftsförderer.



Wirtschaftsförderung
Oberhausen GmbH



Region Mittelhessen



Münsterland e.V.



ZUKUNFT LEBEN
IM ALLGÄU
sonthofen



Taunusstein



M INVEST
IN MECKLENBURG-VORPOMMERN

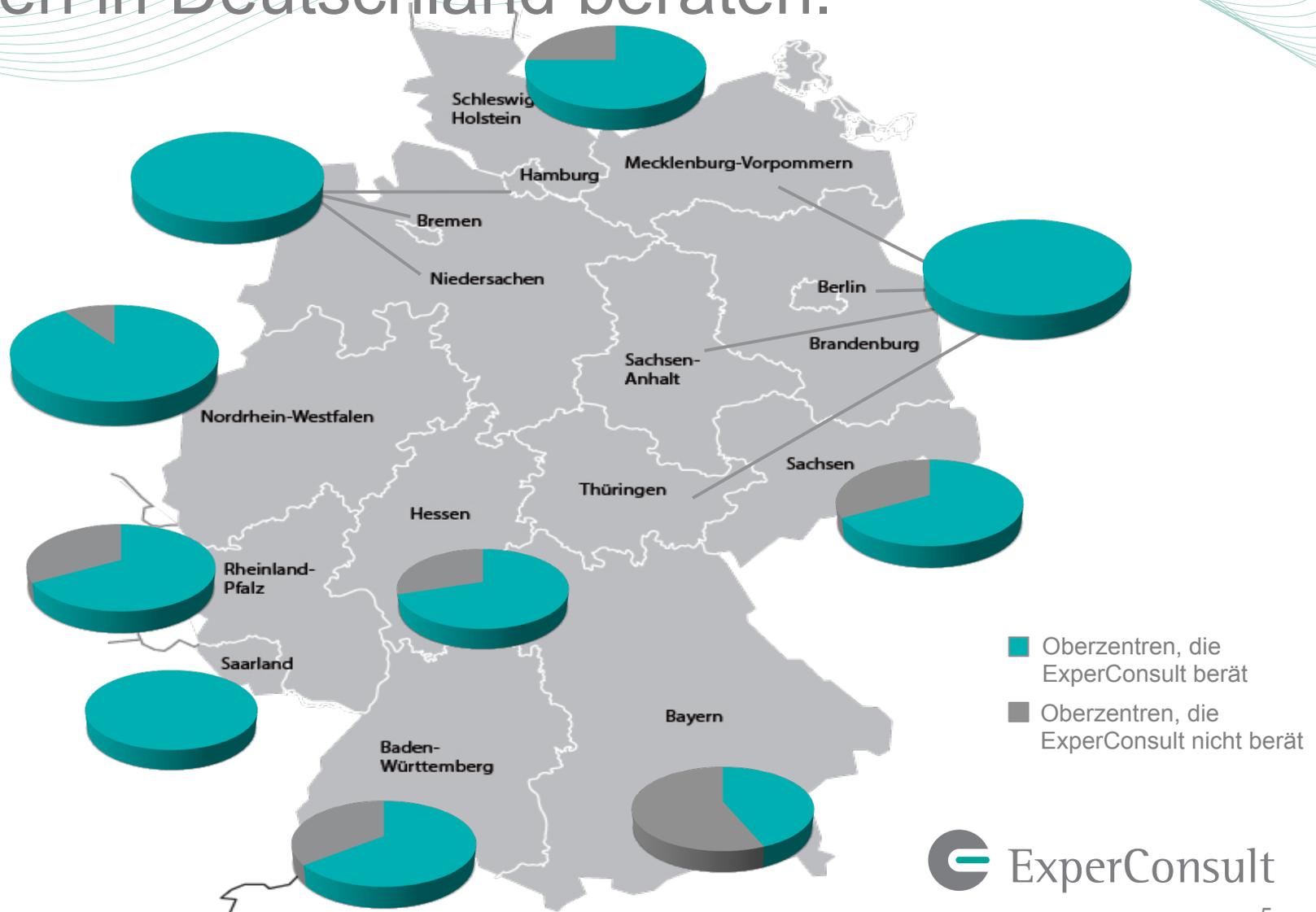


STUTTGART



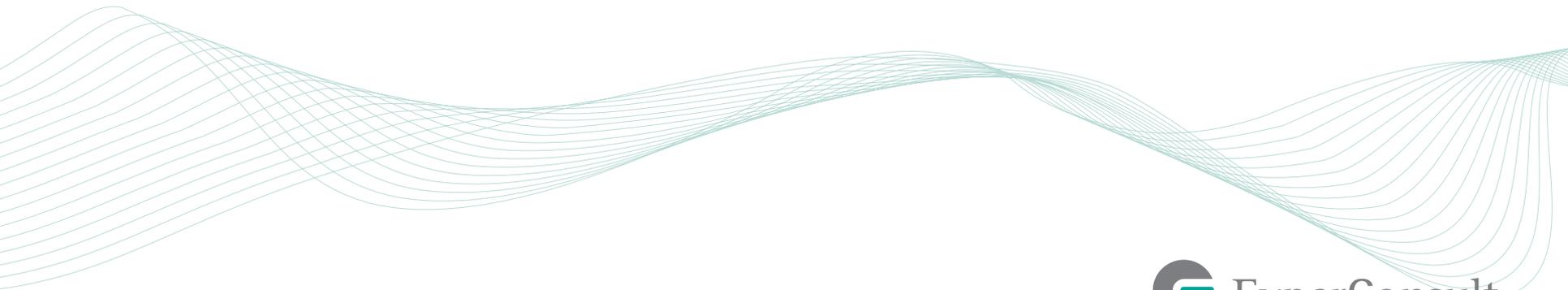
MANNHEIM²

ExperConsult hat bisher rund 75 % der Oberzentren in Deutschland beraten.





...und nun zu den Befragungsergebnissen...



Einmalig in Deutschland: Wo steht die Wirtschaftsförderung 2014?

Rahmendaten zur Umfrage

- Neunte Befragung von deutschen Wirtschaftsförderungen seit 1996
- Befragungszeitraum: 13. Mai 2014 bis 1. Juni 2014
- Rücklaufquote: 16,2 % (Beteiligung von 178 von 1.098 angeschriebenen Wirtschaftsförderungsinstitutionen)



Zusammenfassung der Ergebnisse (1)

Immer mehr Wirtschaftsförderungen sind privatrechtlich organisiert.

**Durchschnittlich beschäftigen die Wirtschaftsförderungen in Deutschland 11,3 Mitarbeiter.
Zum Vergleich: In Kommunen bis maximal 50.000 Einwohner sind es 3,7 Mitarbeiter.**

**Der Jahresetat einer Wirtschaftsförderung beträgt im Durchschnitt etwa 1.270.000 €.
Zum Vergleich: In Kommunen bis maximal 50.000 Einwohner stehen ca. 250.000 € zur Verfügung.**

Standortmarketing genießt höchste Priorität.

Für den Erfolg bei der Gewerbeflächenvermarktung sind persönliche Kontakte von höchster Bedeutung.

Zusammenfassung der Ergebnisse (2)

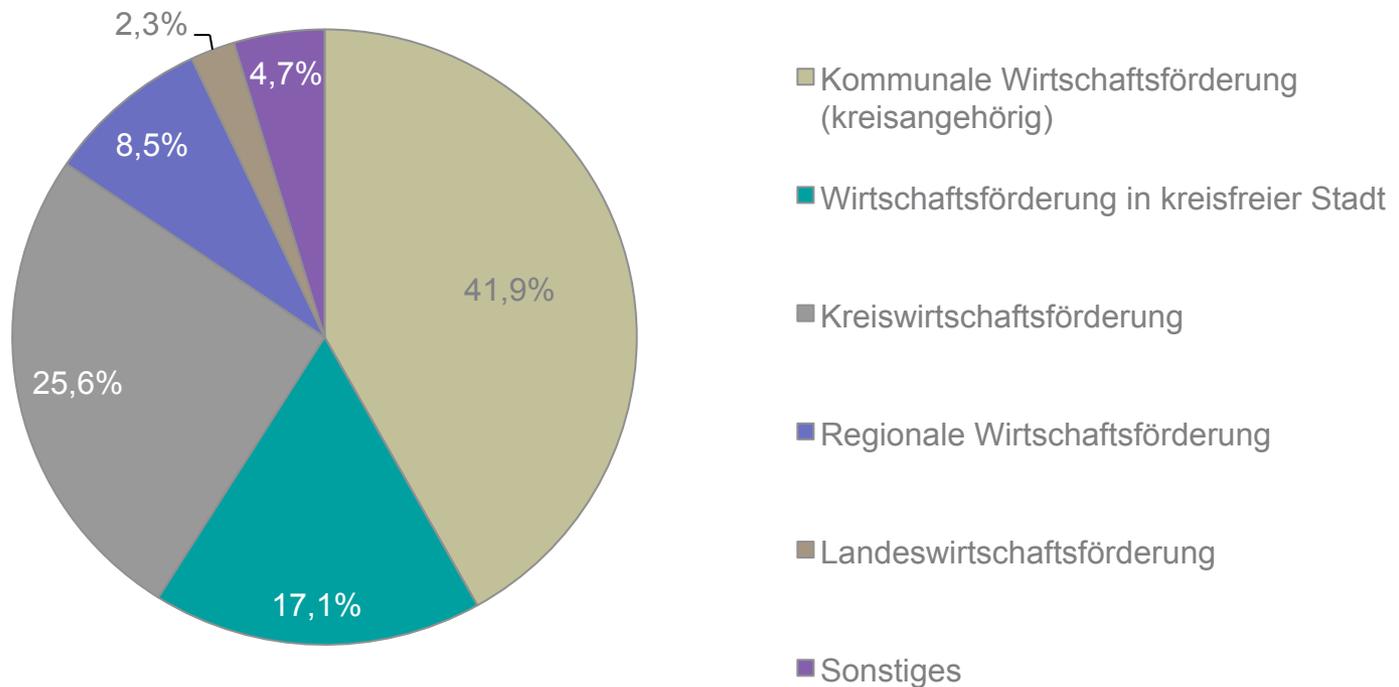
Social Media spielen in der Arbeit der Wirtschaftsförderung (noch) eine untergeordnete Rolle.

Nahezu $\frac{2}{3}$ der Wirtschaftsförderungen konnten in 2013 mindestens ein neues Unternehmen ansiedeln.

Produktionstechnologien sind ein Branchenschwerpunkt, dem sich die Wirtschaftsförderungen häufig widmen.

Die Themen demografischer Wandel und Fachkräftemangel sowie Standortmarketing rücken in den Fokus der Wirtschaftsförderung.

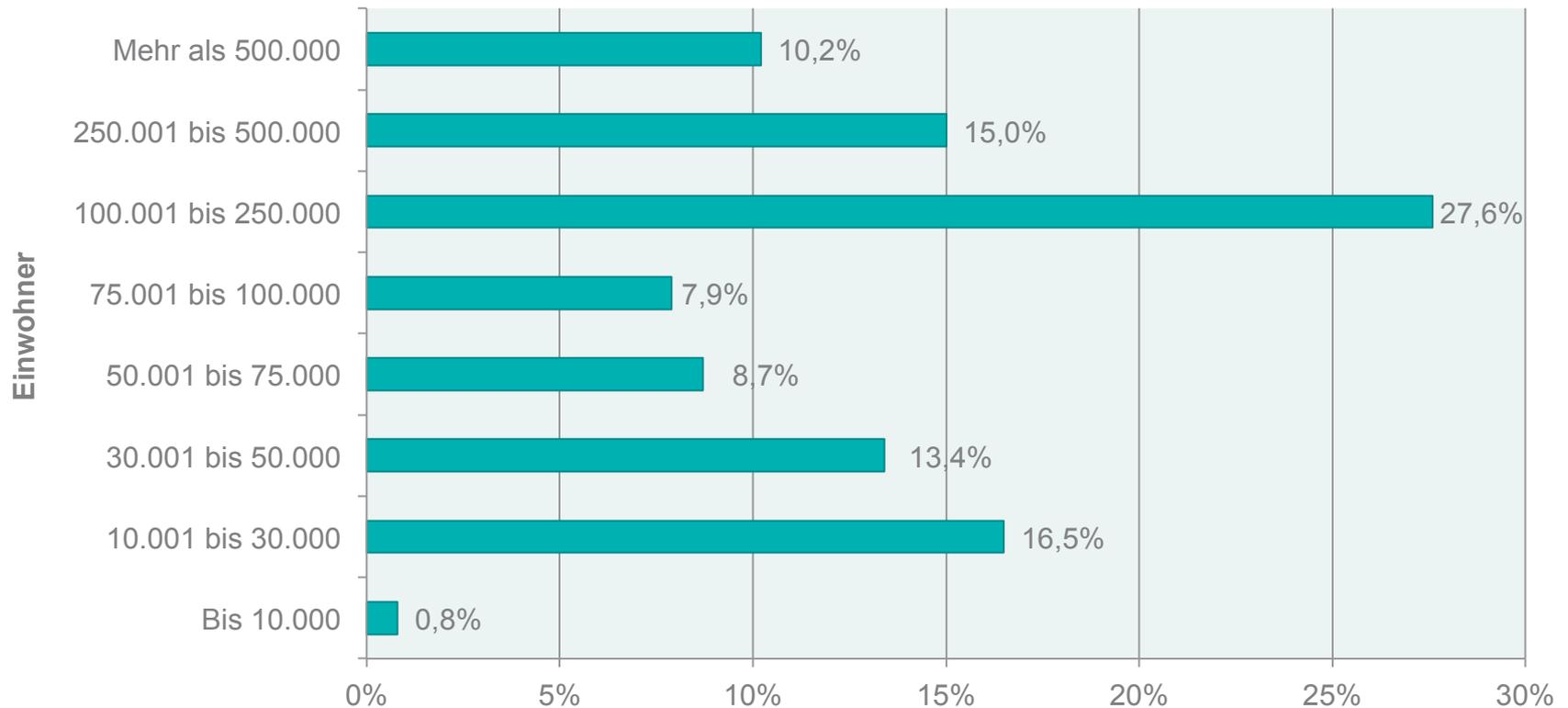
Wirtschaftsförderungen sind in der gesamten Bandbreite vertreten.



n = 129

Für statistische Zwecke bitten wir Sie um folgende Angaben zu Ihrer Wirtschaftsförderungseinrichtung.

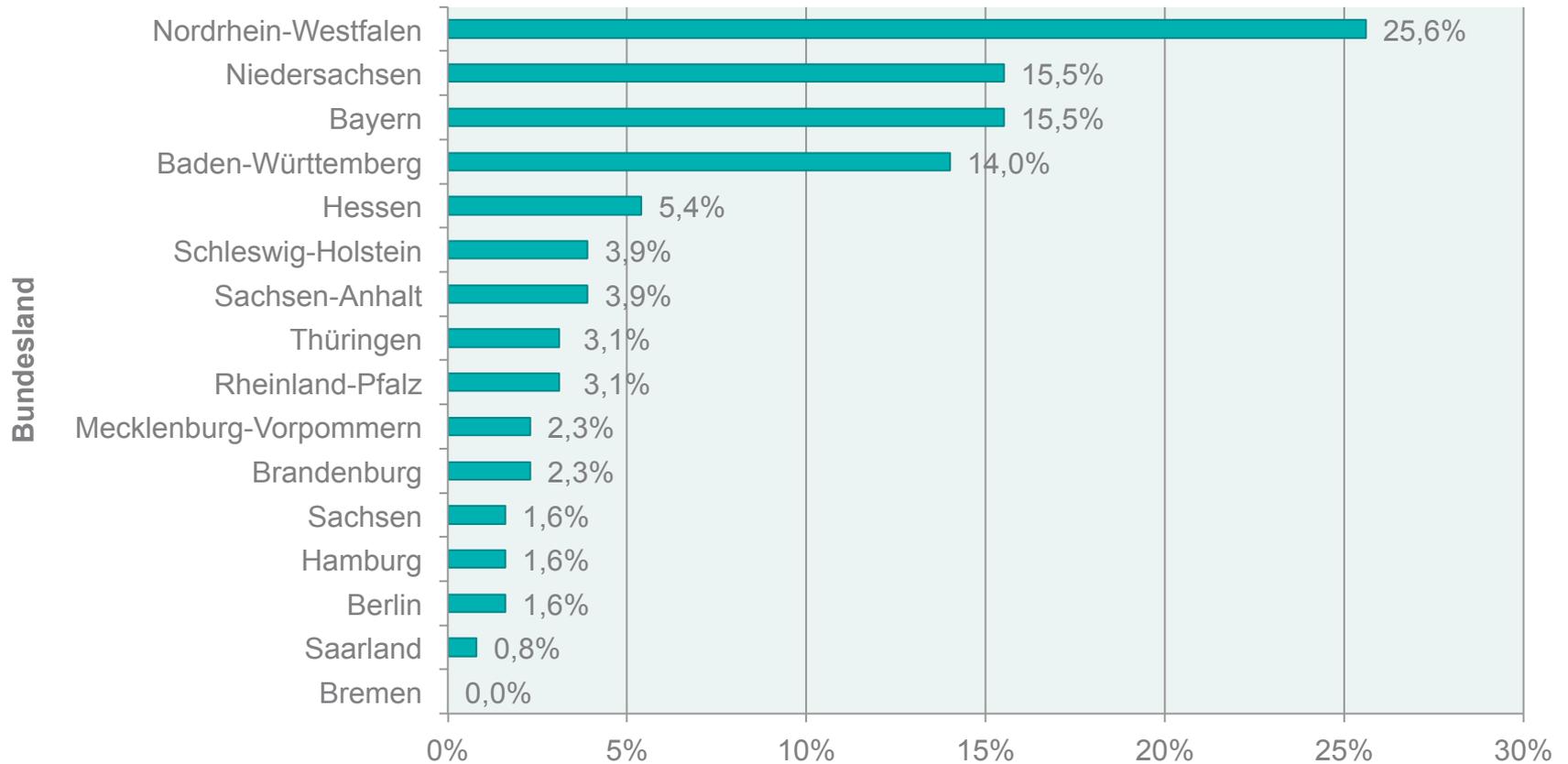
Wirtschaftsförderungen in Großstädten stellen über die Hälfte der Befragungsteilnehmer.



n = 127

Wie hoch ist die Einwohnerzahl der Gebietskörperschaft, für die Ihre Wirtschaftsförderungseinrichtung zuständig ist?

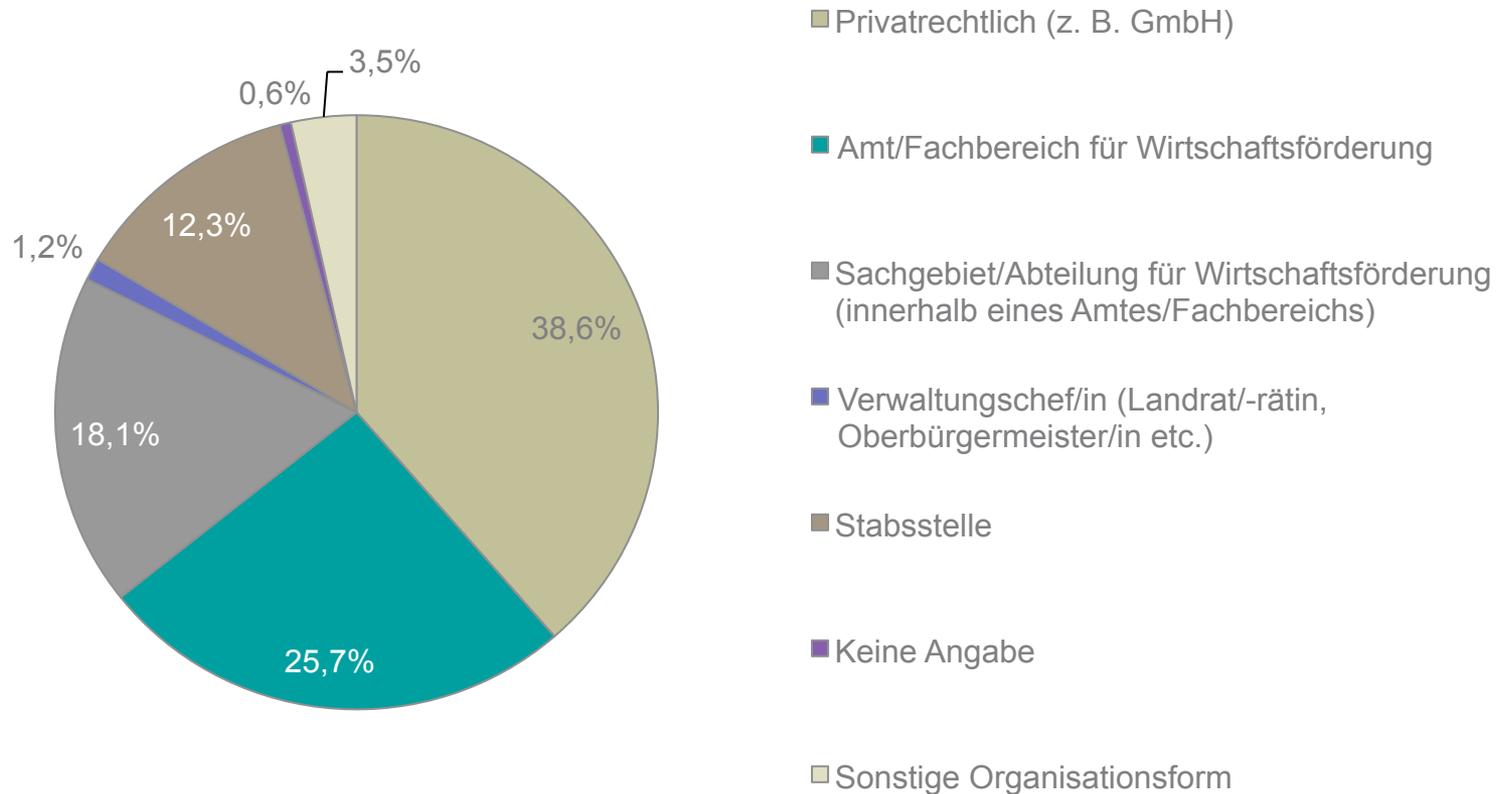
Wirtschaftsförderungen aus 15 der 16 Bundesländer nahmen an der Umfrage teil.



n = 129

In welchem Bundesland befindet sich die Gebietskörperschaft, für die Ihre Wirtschaftsförderungseinrichtung zuständig ist?

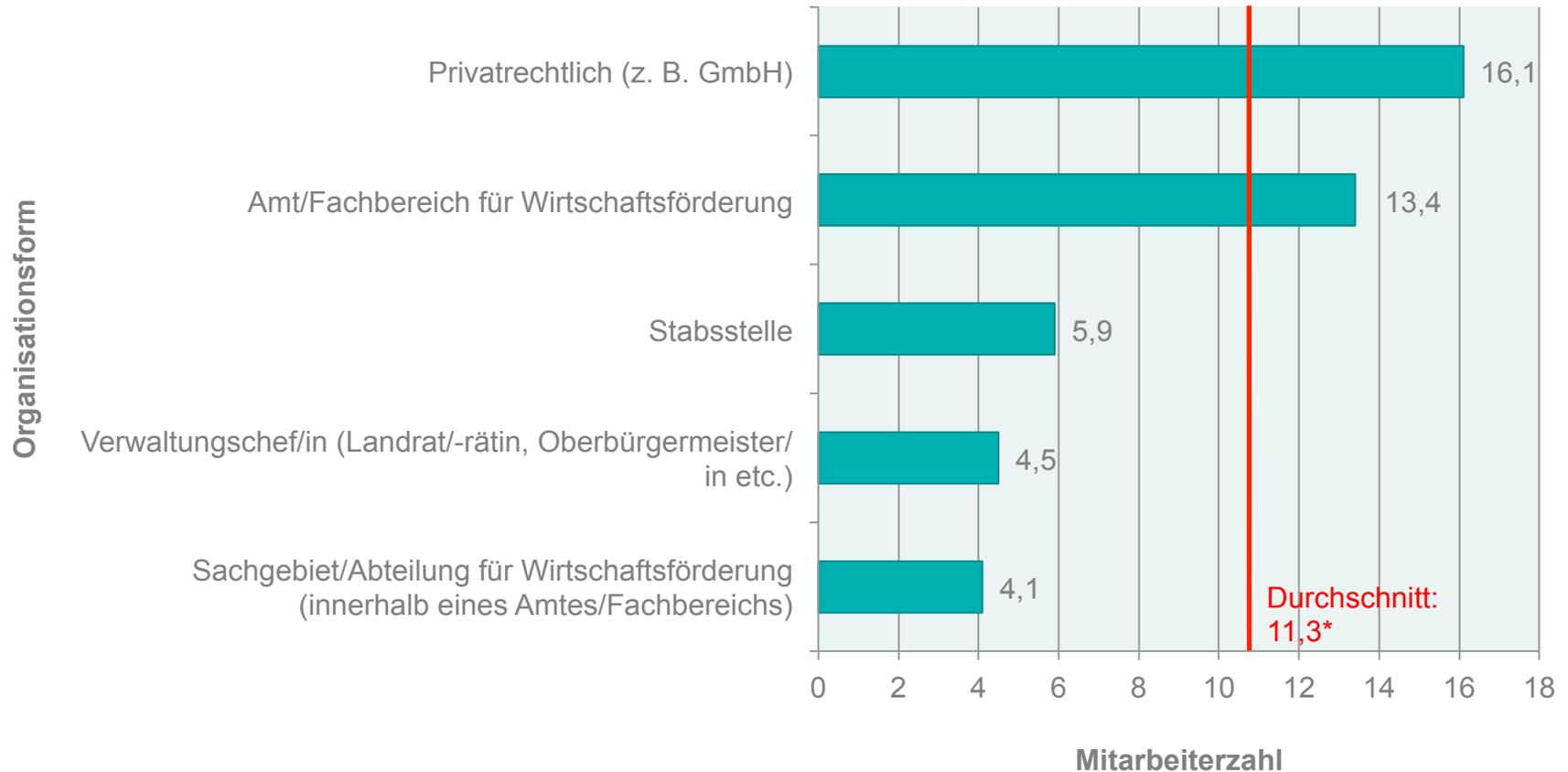
Wirtschaftsförderung in Deutschland findet in unterschiedlichen Organisationsformen statt.



n = 171

In welcher Form ist Ihre Wirtschaftsförderungseinrichtung organisiert?

Privatrechtliche Wirtschaftsförderungen haben die beste Personalausstattung.

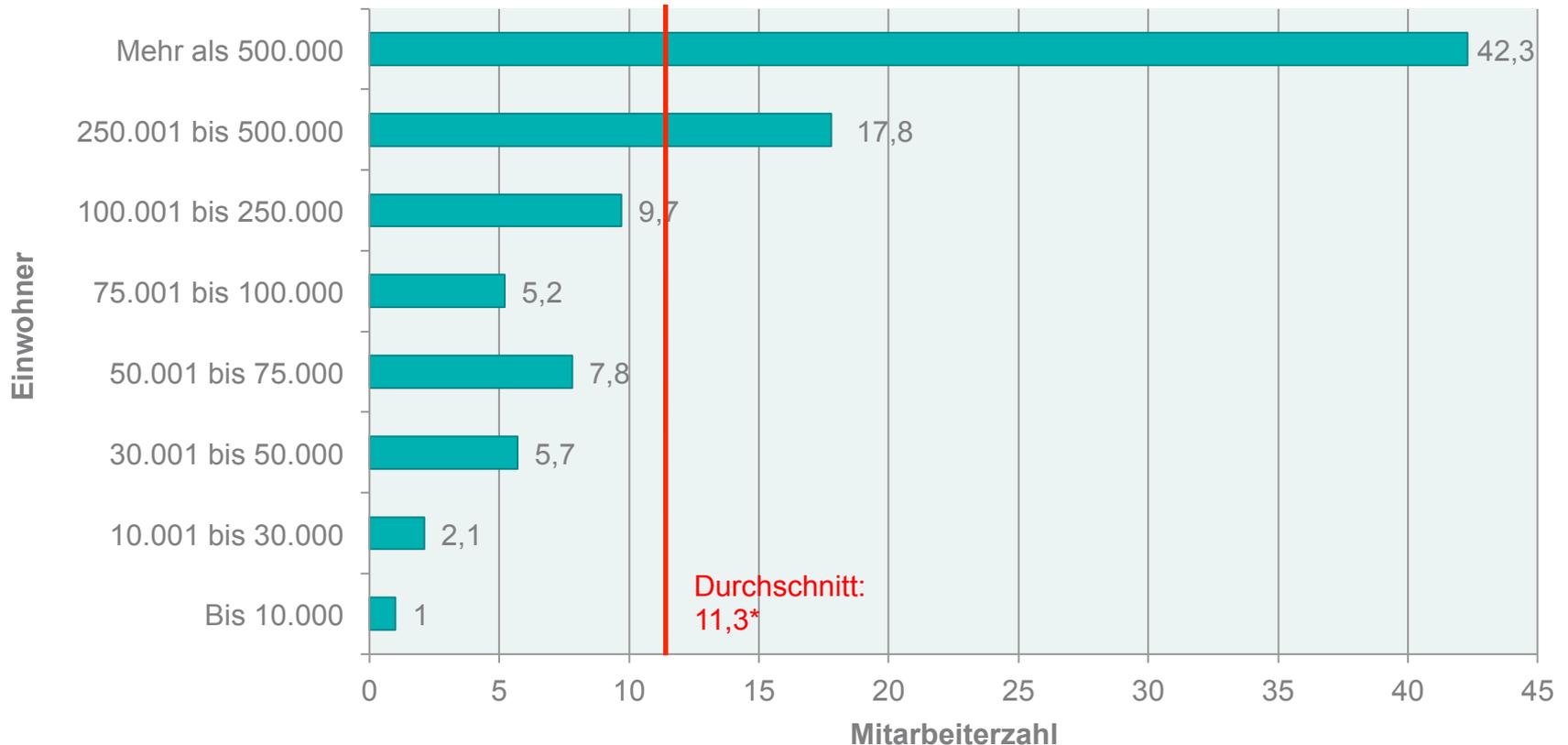


n = 155

Wie viele Stellen und MitarbeiterInnen (einschl. Geschäftsführung/Leitung und Auszubildenden) stehen Ihrer Organisation derzeit für die Wirtschaftsförderung zur Verfügung?

*durch Rundungen kann es zu Abweichungen kommen

Die Personalausstattung wächst vorwiegend mit der Einwohnerzahl.

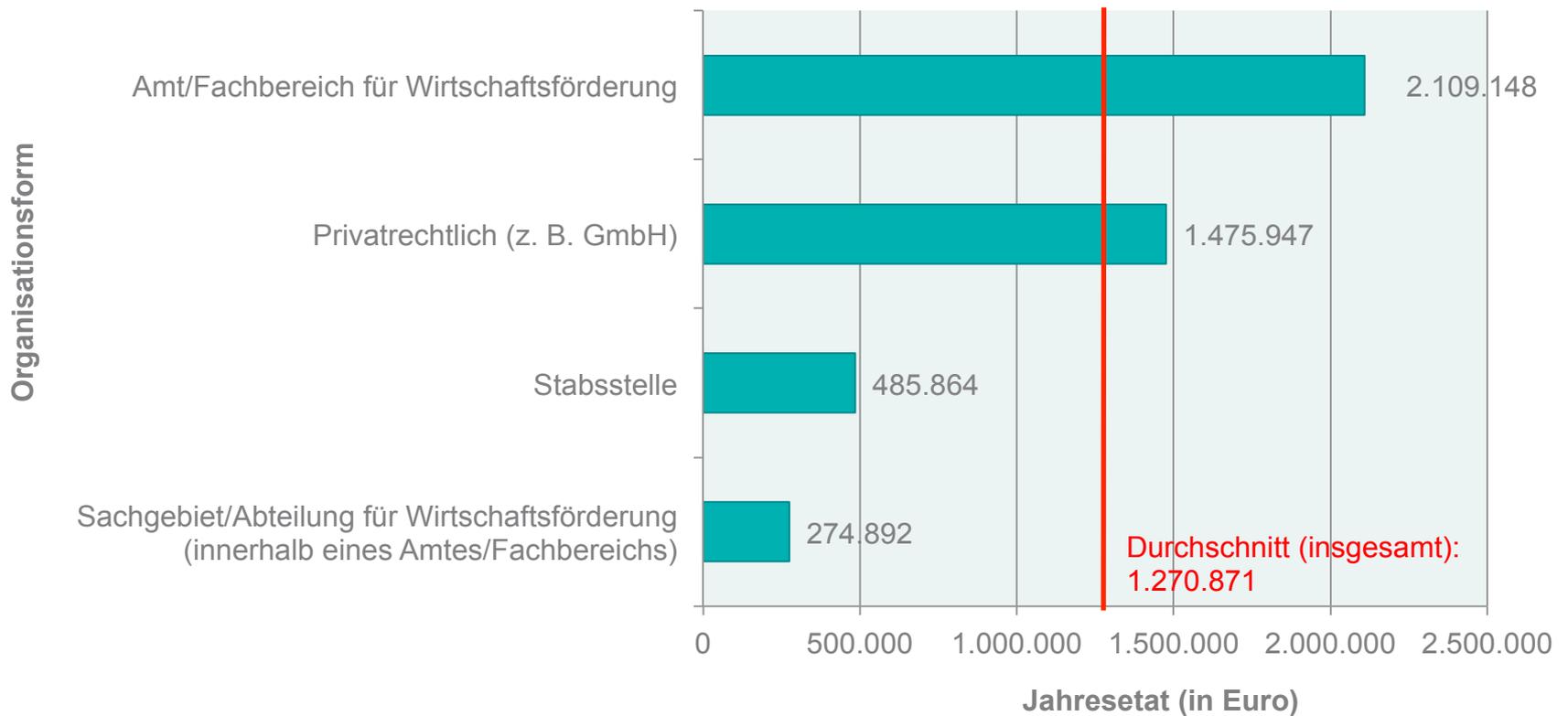


n = 125

Wie viele Stellen und MitarbeiterInnen (einschl. Geschäftsführung/Leitung und Auszubildenden) stehen Ihrer Organisation derzeit für die Wirtschaftsförderung zur Verfügung?

*durch Rundungen kann es zu Abweichungen kommen

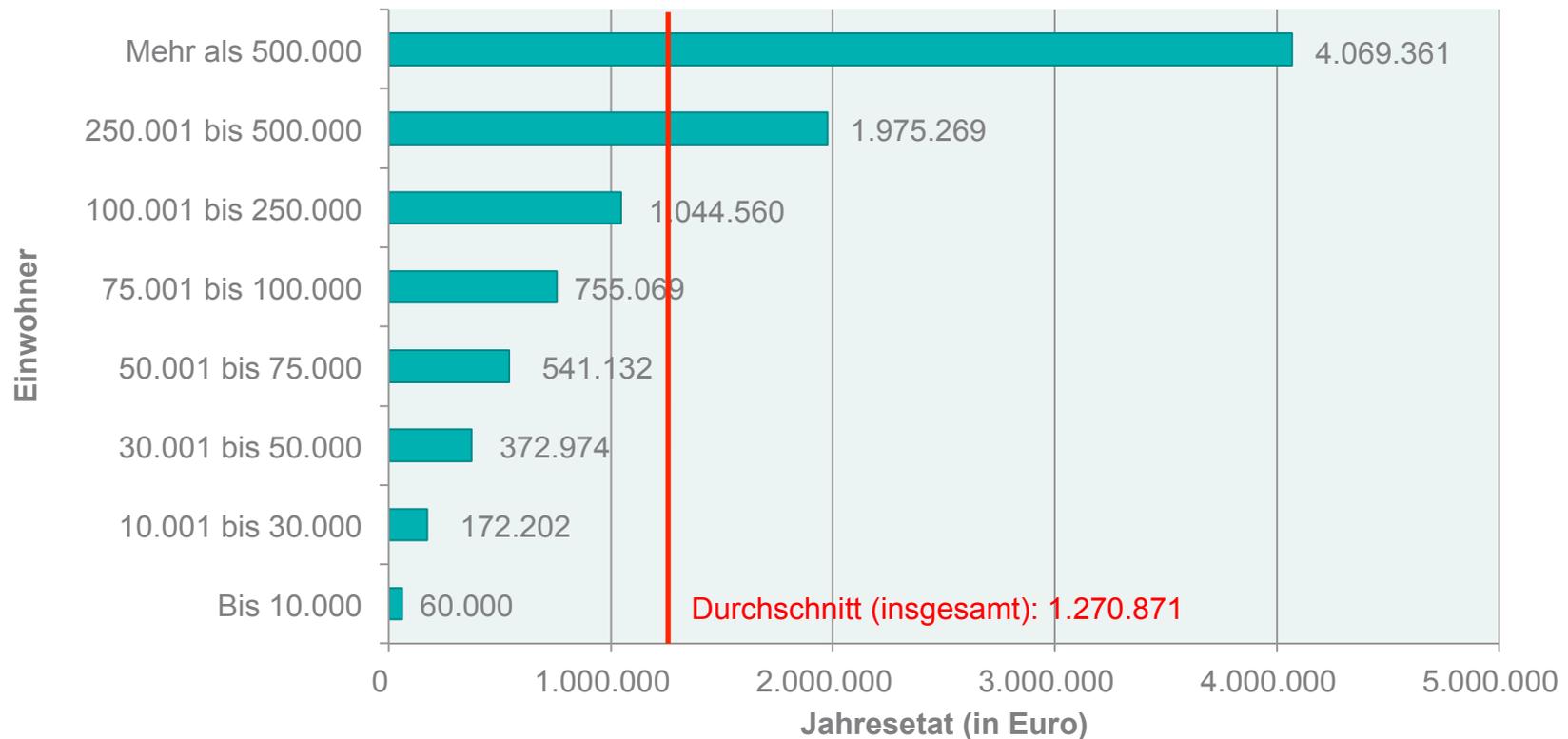
Ämter haben einen deutlich größeren Etat als privatrechtliche Organisationsformen.



n = 112

Wie hoch ist der aktuelle Jahresetat (inkl. Personalkosten) für die Wirtschaftsförderung?

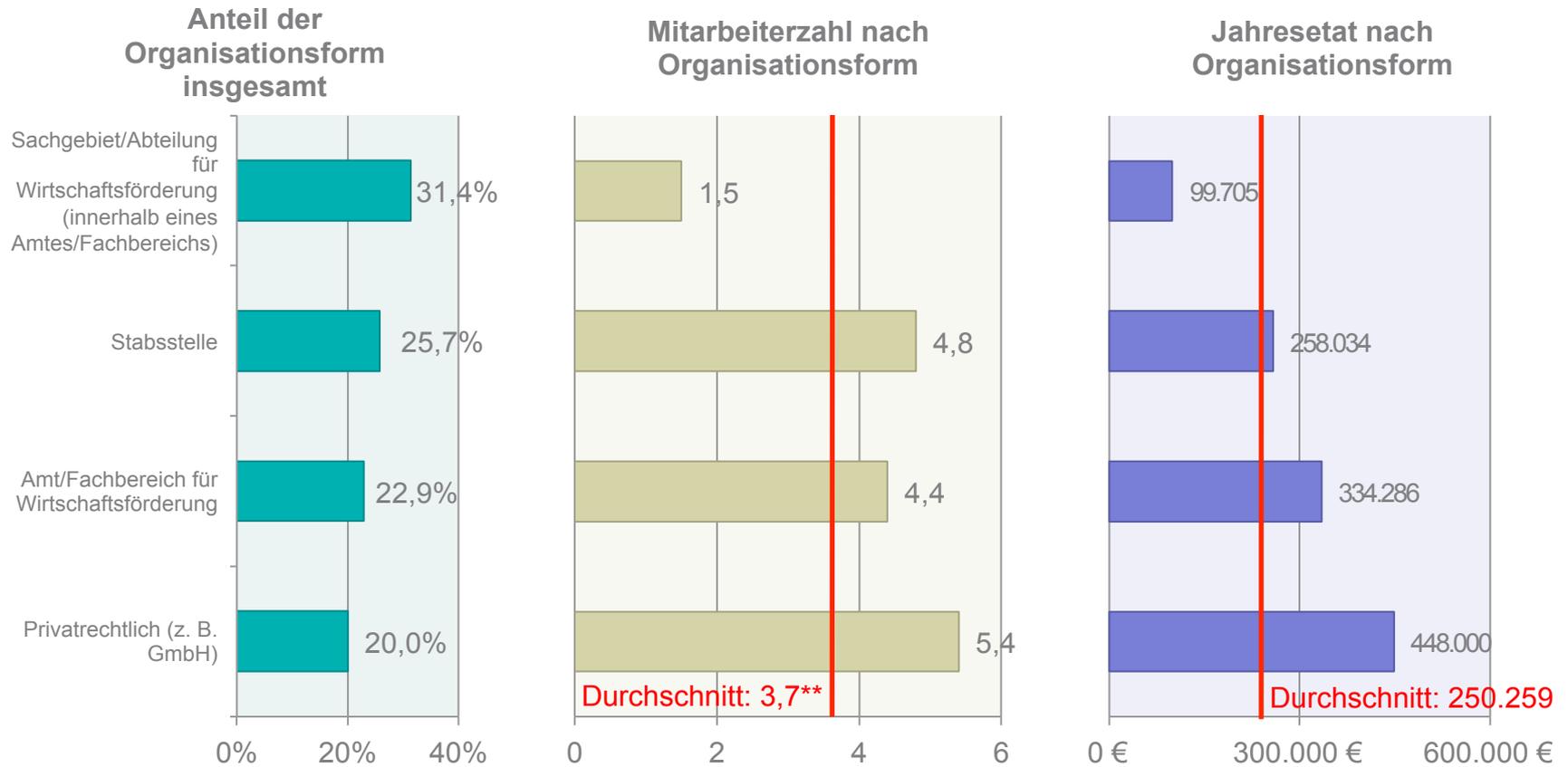
Der Jahresetat der Wirtschaftsförderungen ist in Großstädten mit Abstand am höchsten.



n = 108

Wie hoch ist der aktuelle Jahresetat (inkl. Personalkosten) für die Wirtschaftsförderung?

Wirtschaftsförderung in kleinen Kommunen* ist zumeist in Ämtern angesiedelt.

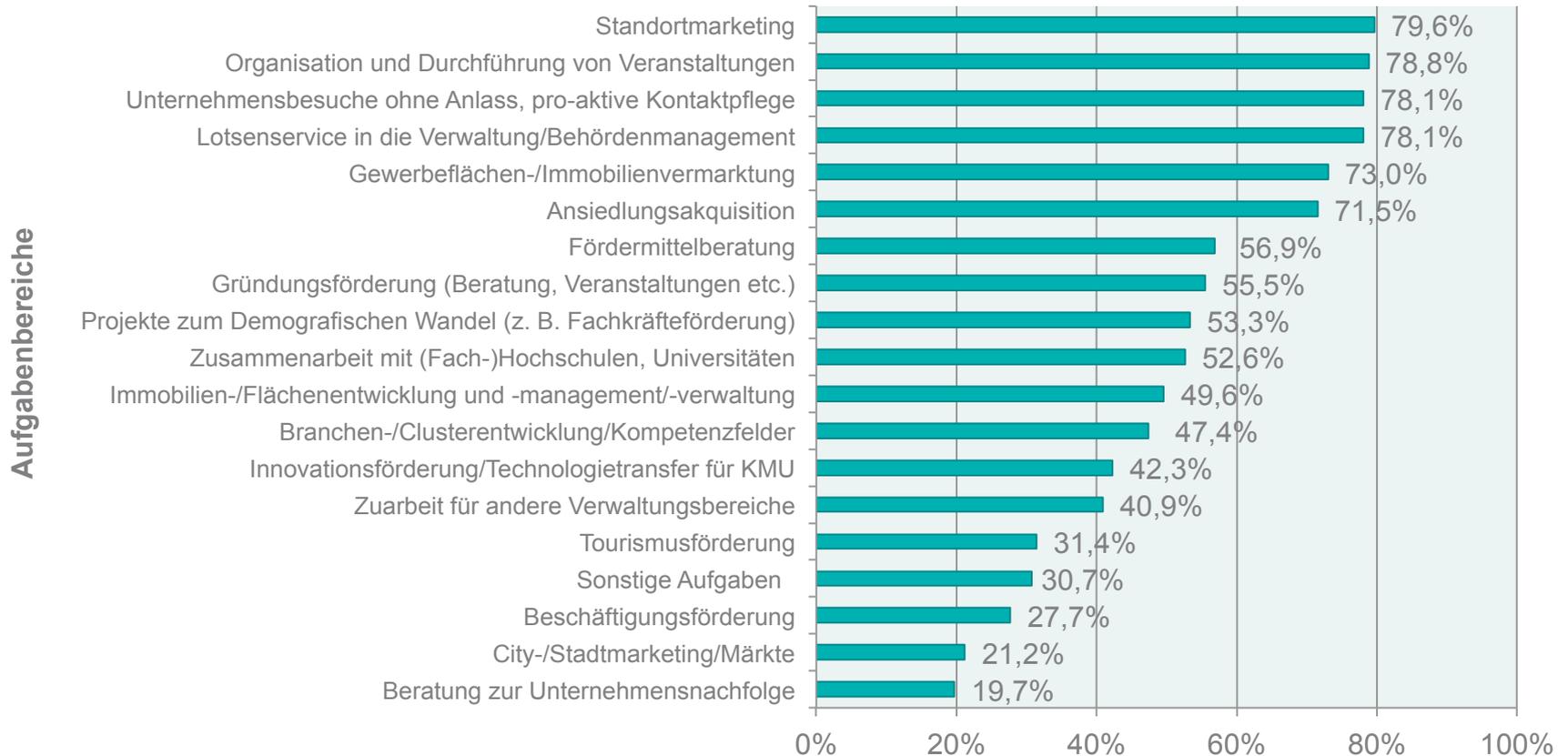


n = 35 / n = 35 / n = 30

*für Kommunen mit max. 50.000 Einwohnern

**durch Rundungen kann es zu Abweichungen kommen

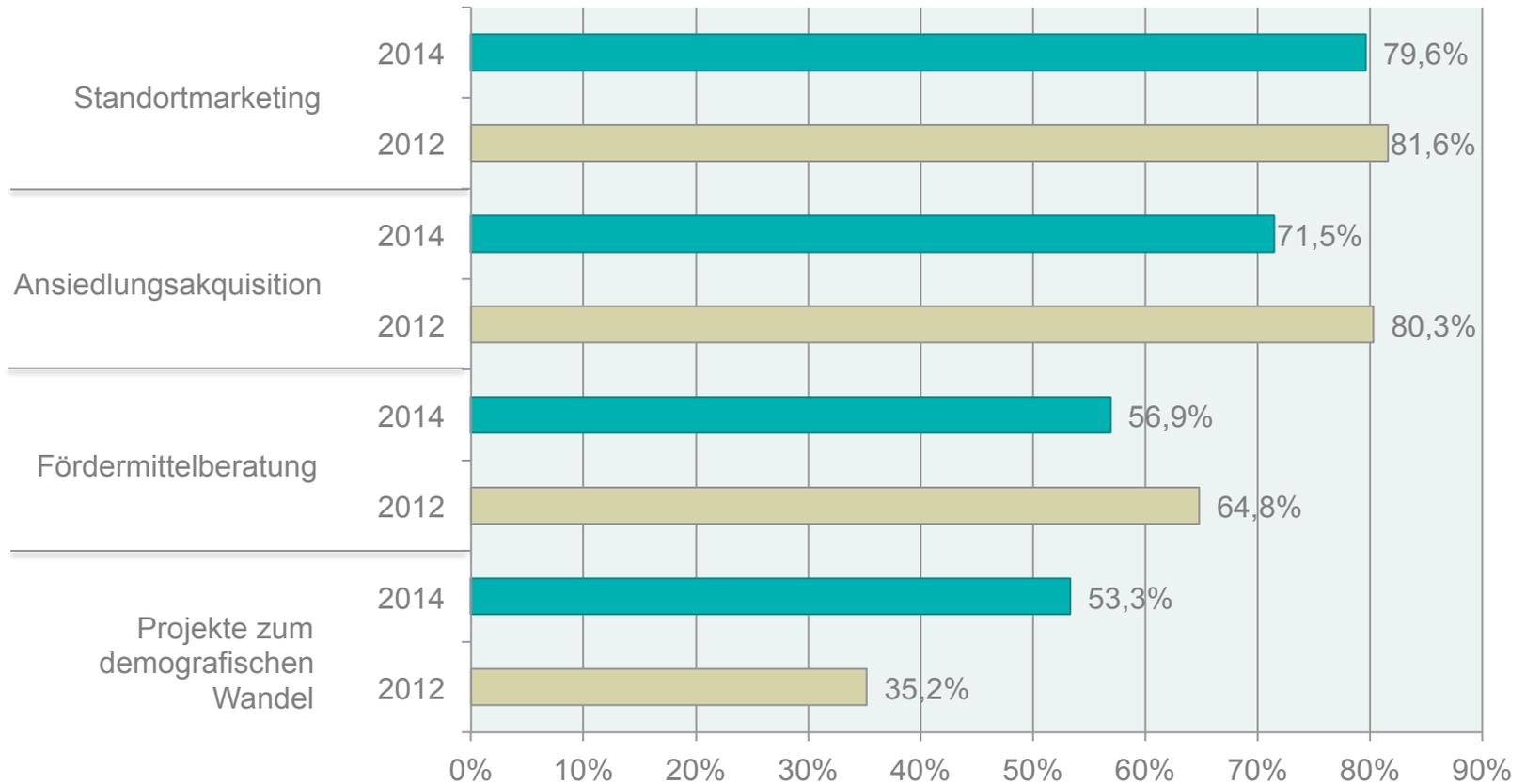
Standortmarketing und Veranstaltungen sind aktuelle Schwerpunkte.



n = 137

In welchen Aufgabenbereichen ist Ihre Wirtschaftsförderung schwerpunktmäßig aktiv?
(Mehrfachnennungen möglich)

Projekte zum demografischen Wandel haben deutlich an Bedeutung gewonnen.



In welchen Aufgabenbereichen ist Ihre Wirtschaftsförderung schwerpunktmäßig aktiv?
(Mehrfachnennungen möglich)

Die Durchführung von EU-Förderung steht im Fokus vieler Wirtschaftsförderungen. (1)

Nennungen bei den „Sonstigen

Aufgaben**:

1. Durchführung von EU-Projekten/
Fördermittelberatung
2. Breitbandausbau
3. Regionalmanagement
4. Technologie- und Gründerzentren
5. Projektmanagement; Durchführung
von EU-Projekten



n= 42

* siehe vorherige Folie, absteigend nach Häufigkeit der Nennungen

Die Durchführung von EU-Förderung steht im Fokus vieler Wirtschaftsförderungen. (2)

Nennungen bei den „Sonstigen

Aufgaben*“:

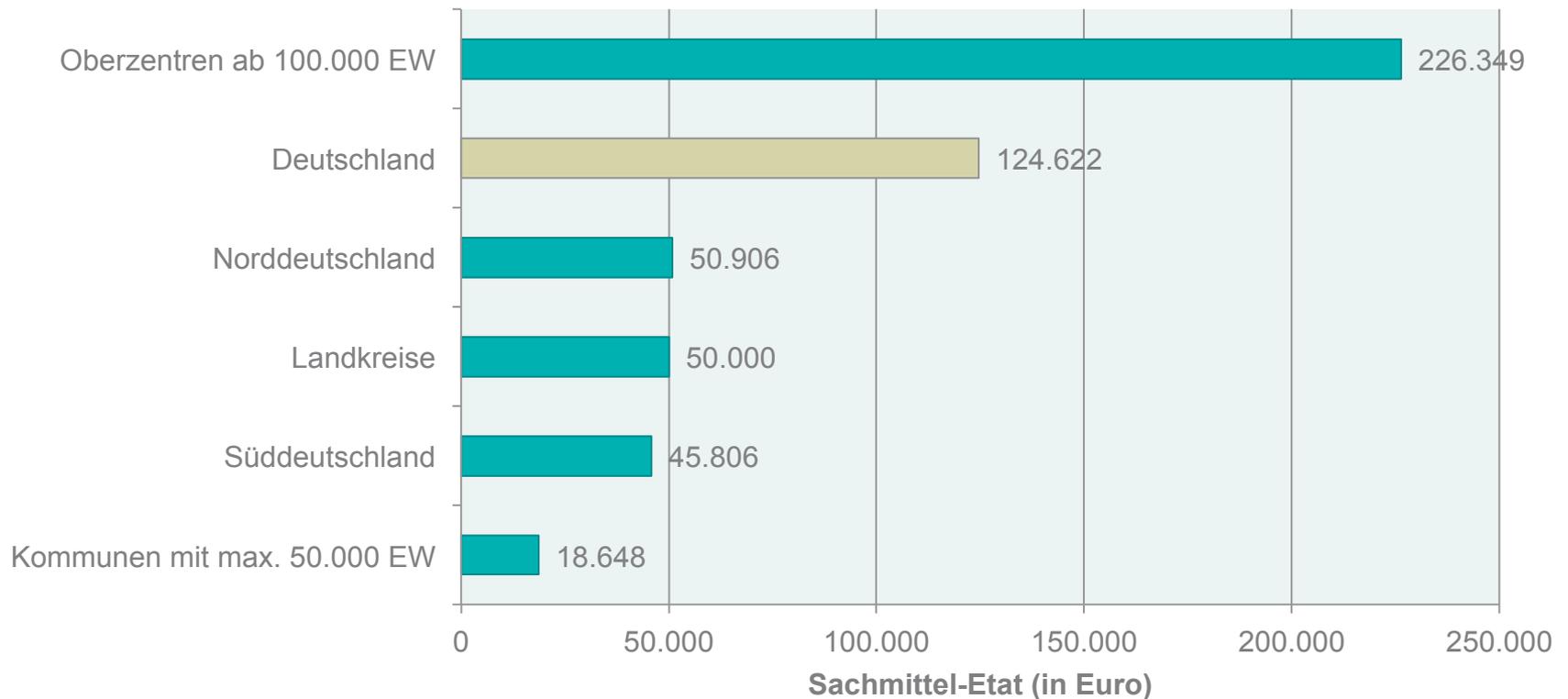
6. Weiterbildungsförderung und
-beratung
7. Einzelhandel
8. Lokale Ökonomie
9. Europaangelegenheiten
10. Rad-Reiseveranstalter



n= 42

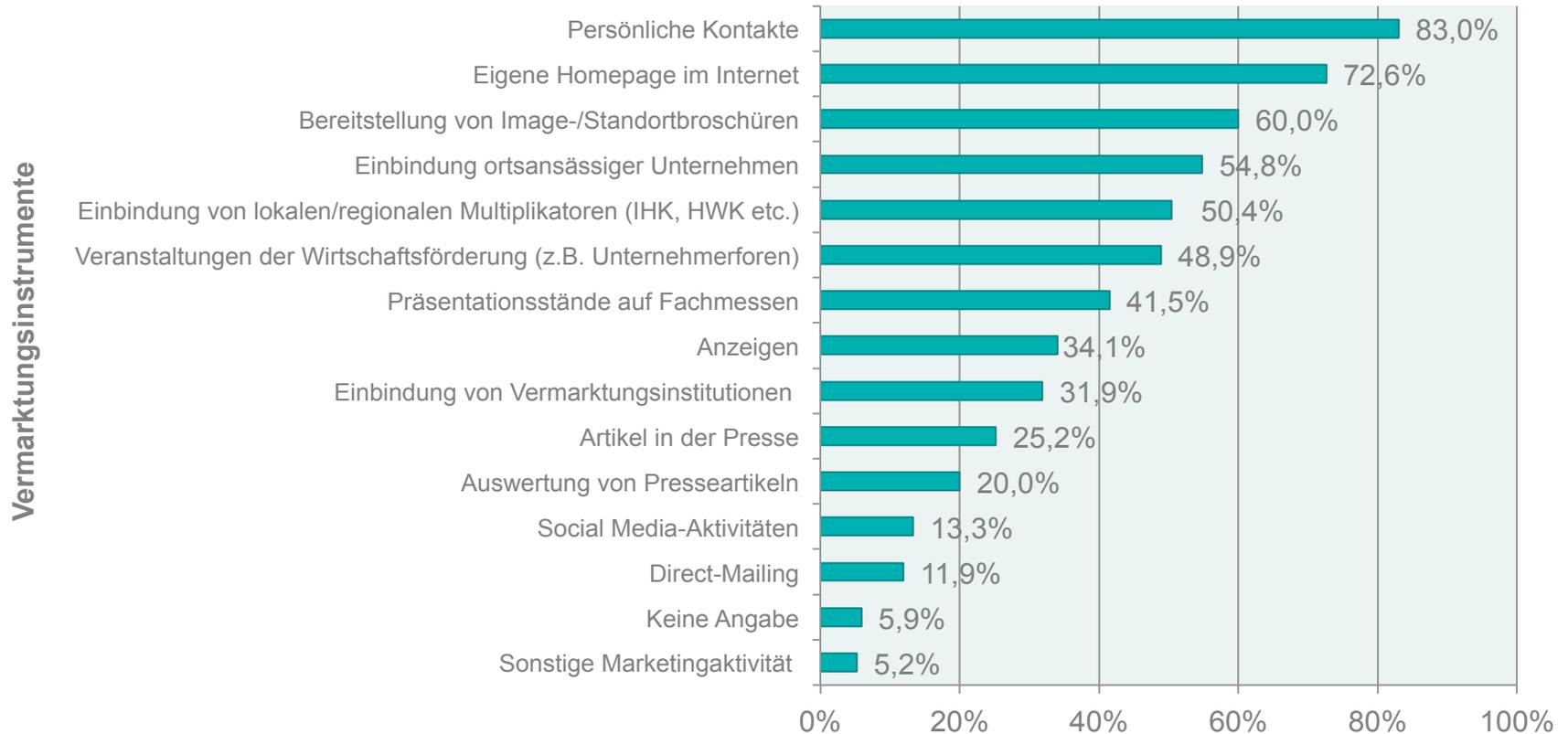
* siehe vorherige Folie, absteigend nach Häufigkeit der Nennungen

Kleine Kommunen weisen einen vergleichsweise sehr geringen Sachmittel-Etat für Standortmarketing auf.



Welcher Sachmittel-Etat in Euro steht Ihnen pro Jahr für Standortmarketing zur Verfügung?

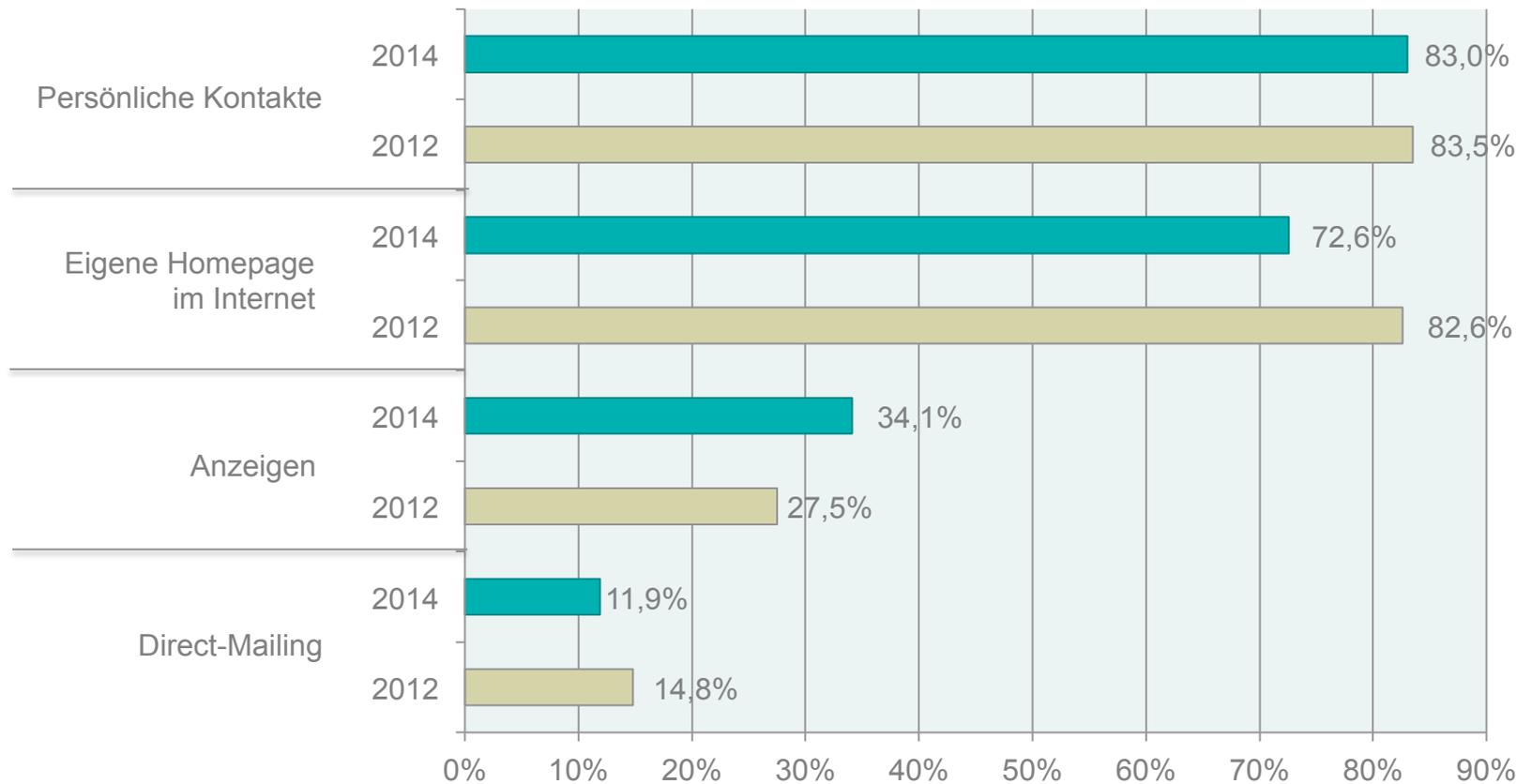
Die Nutzung von Social Media und Direct-Mailing ist (noch) nicht die Regel.



n = 135

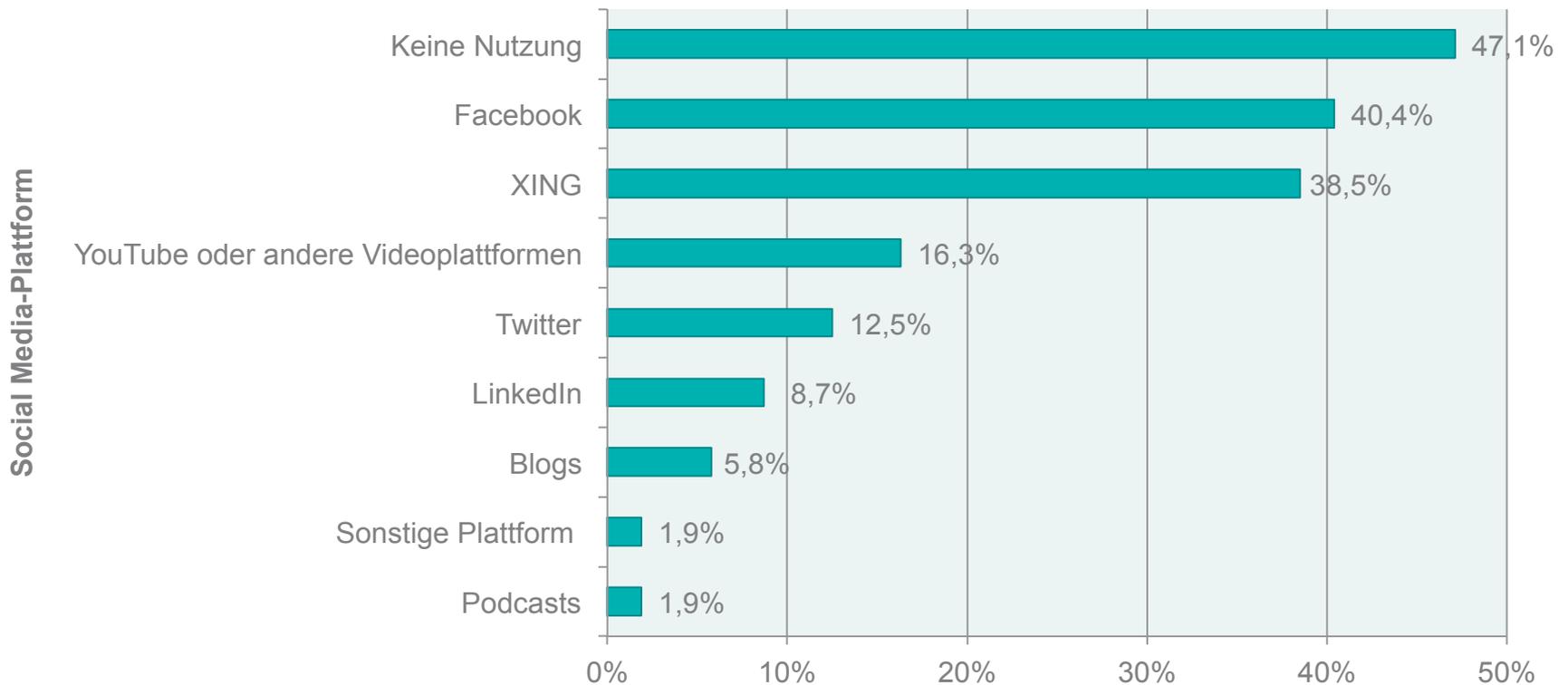
Wie haben Sie Ihre Gewerbeflächen/Immobilienstandorte im Jahr 2013 vermarktet? (Mehrfachnennungen möglich)

Vermarktung durch Anzeigen gewinnt an Bedeutung.



Wie haben Sie Ihre Gewerbeflächen/Immobilienstandorte im Jahr 2013/2011 vermarktet?
(Mehrfachnennungen möglich)

Falls Social Media zum Einsatz kamen, wurden insbesondere Facebook und XING für die Vermarktung genutzt.

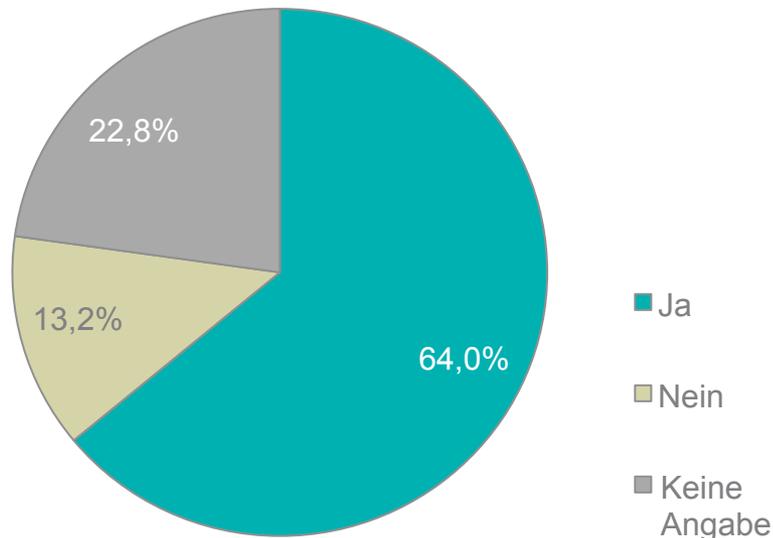


n = 104

Falls Sie Social Media-Plattformen im Rahmen der Wirtschaftsförderung im Jahr 2013 genutzt haben, benennen Sie diese bitte. (Mehrfachnennungen möglich)

Anmerkung: Ergebnis nicht direkt aus vorheriger Folie abzuleiten

Erfolgreiche Ansiedlungsakquisition – vor allem im eigenen regionalen Umfeld.



Wenn ja, wie viele?

- Insgesamt konnten die Wirtschaftsförderungen durchschnittlich **etwa 8 neue Unternehmen** pro Jahr in ihrer Gebietskörperschaft ansiedeln.

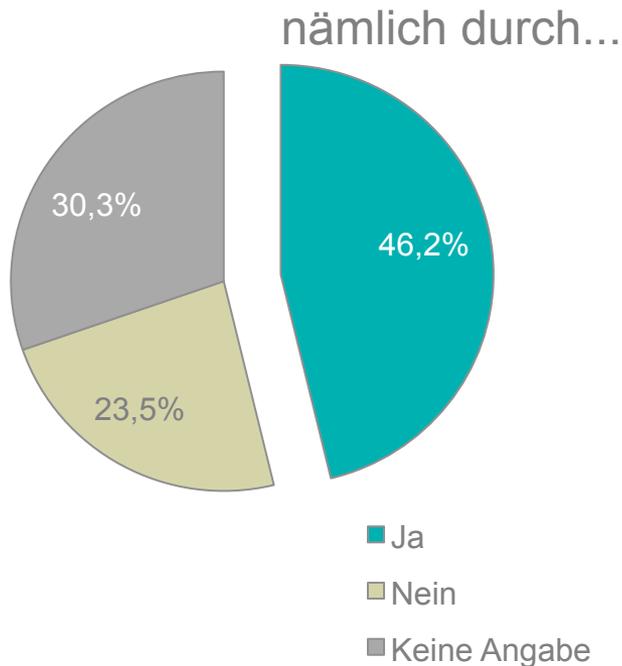
Wenn ja, woher?

- **Etwa 59 %** der Neuansiedlungen erfolgten aus einem Umkreis von 50 km.

n = 136

Haben sich in den vergangenen zwölf Monaten neue Unternehmen, die bisher nicht in Ihrer Gebietskörperschaft ansässig waren, angesiedelt? Wenn ja, geben Sie bitte die Anzahl der Unternehmen an.

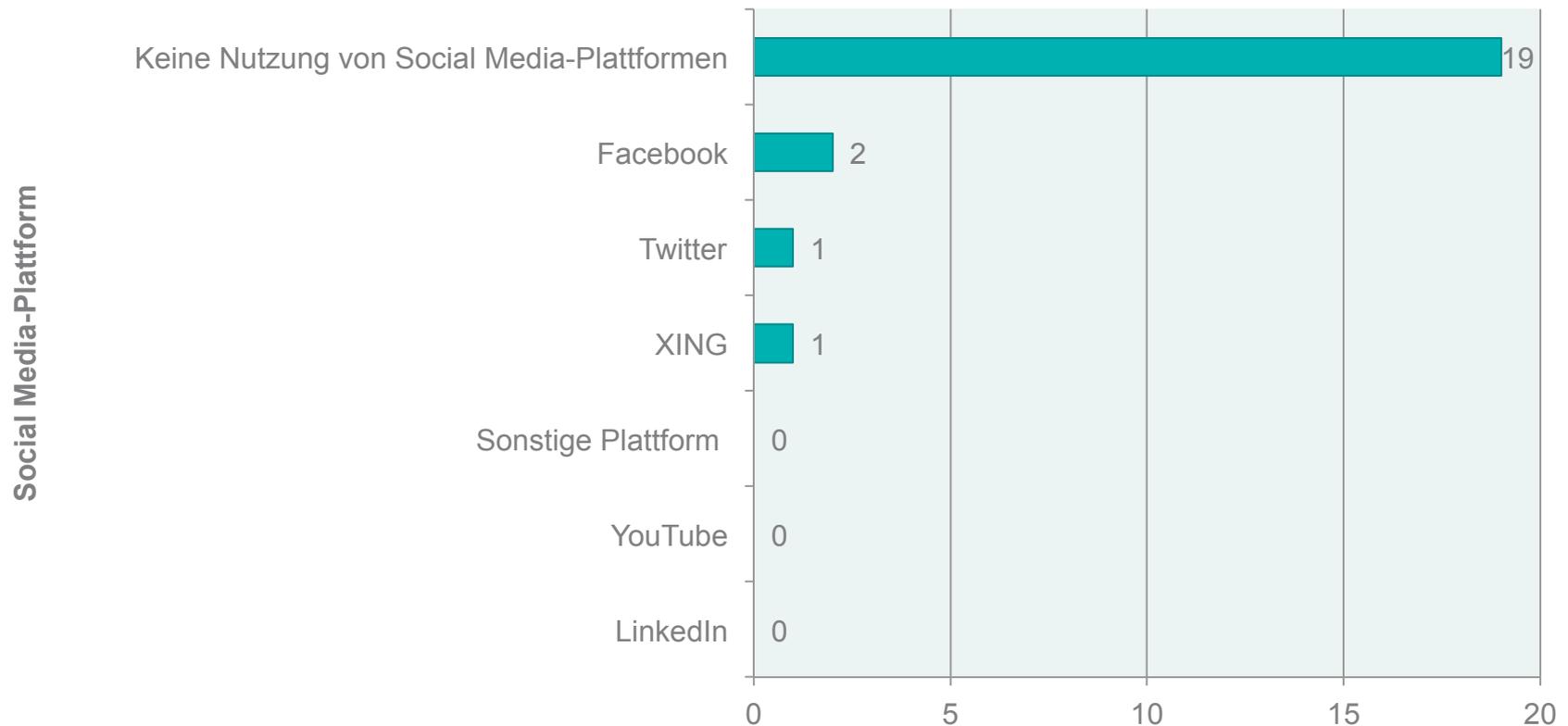
Der persönliche Kontakt ist entscheidend für den Ansiedlungserfolg.



n = 132/n = 61

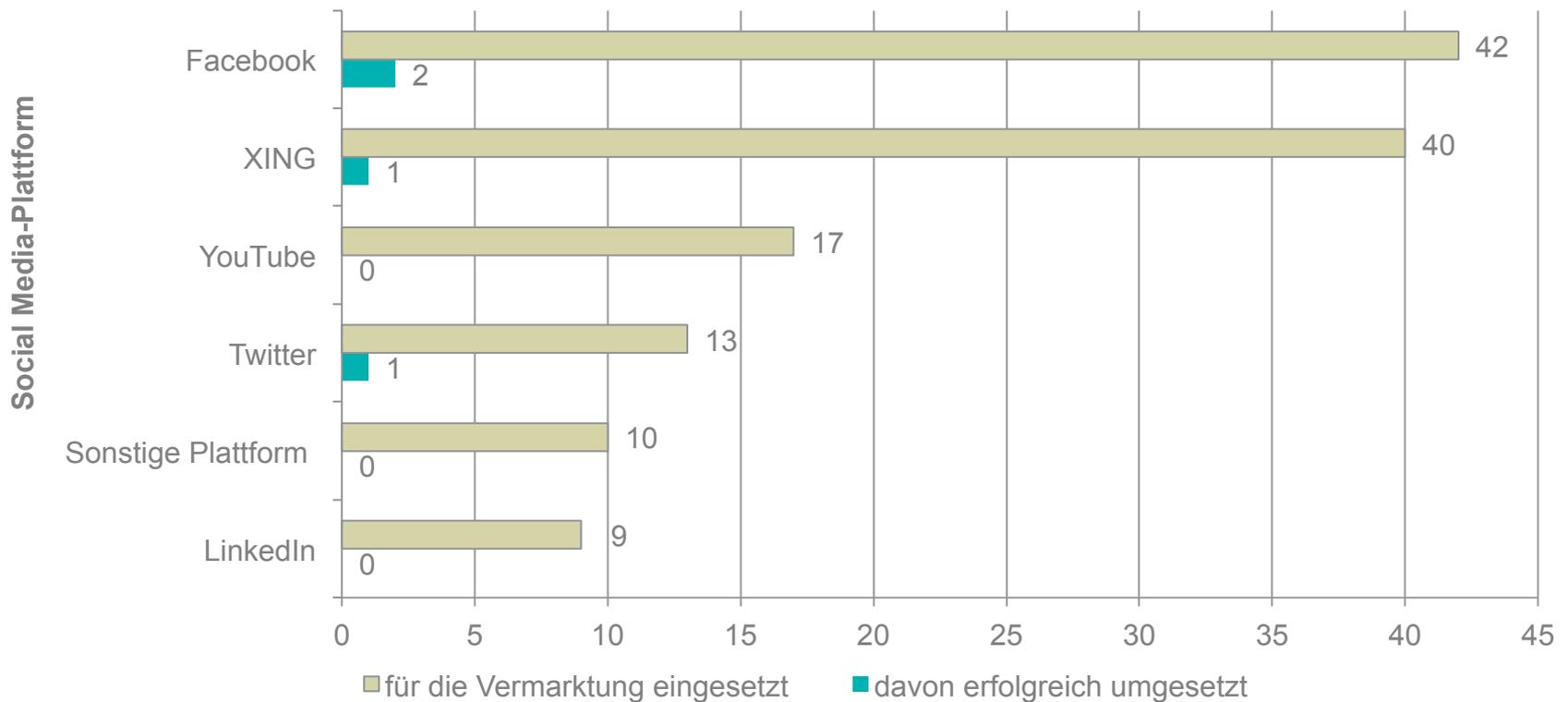
Können Sie zuordnen, wodurch die Grundstückskäufer auf Ihren Standort aufmerksam geworden sind?

Tatsächlich wird noch wenig Geschäft über Social Media generiert – aber es geschieht etwas.



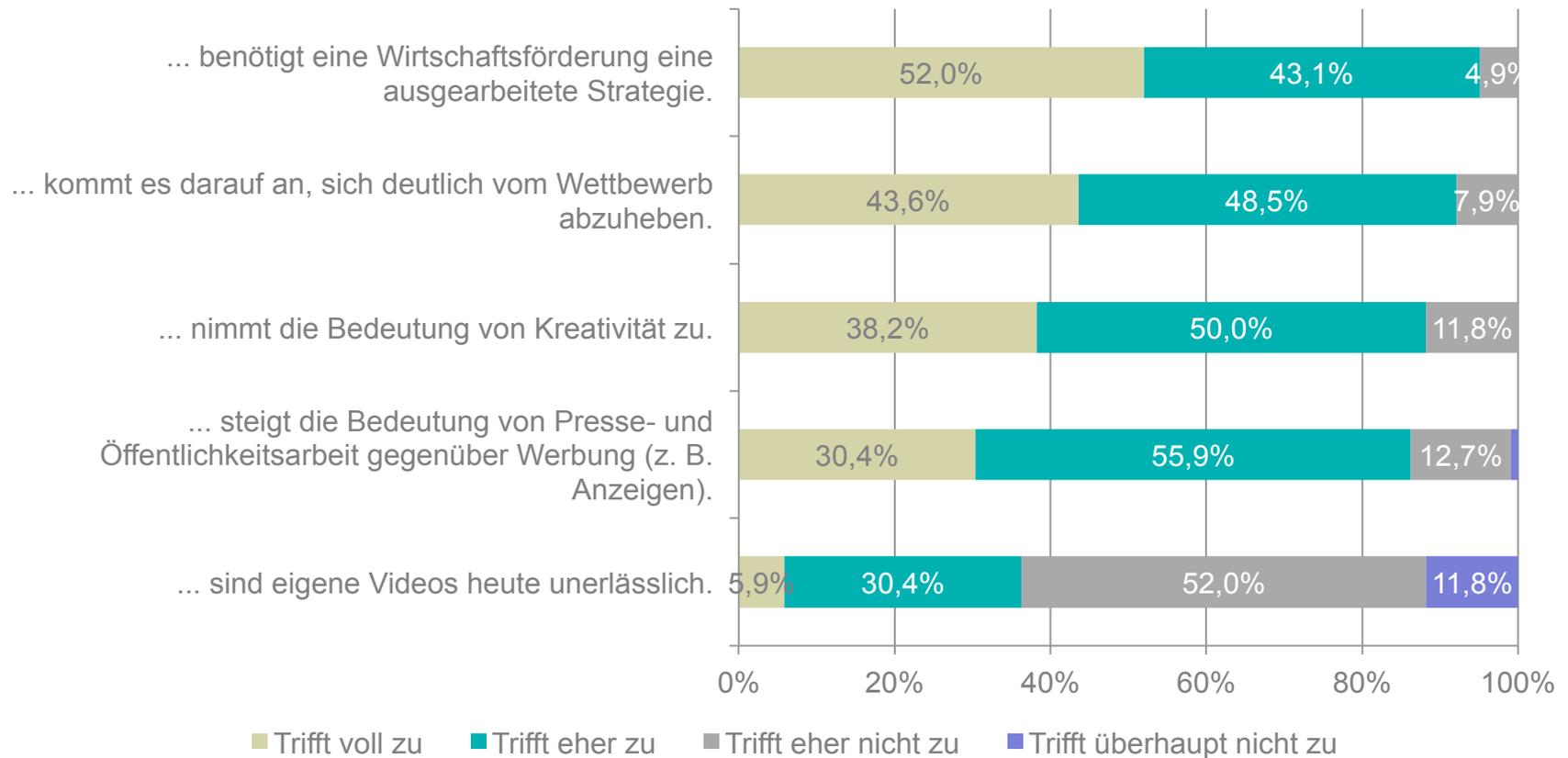
Falls Grundstückskäufer durch Social Media-Plattformen auf Ihren Standort aufmerksam geworden sind, benennen Sie bitte die Plattform(en). (Mehrfachnennungen möglich)
Absolute Angaben

Unterschiedliche Plattformen werden mittlerweile genutzt. Der Vermarktungserfolg ist bei Twitter insgesamt am höchsten.



Absolute Angaben
Mehrfachnennungen möglich

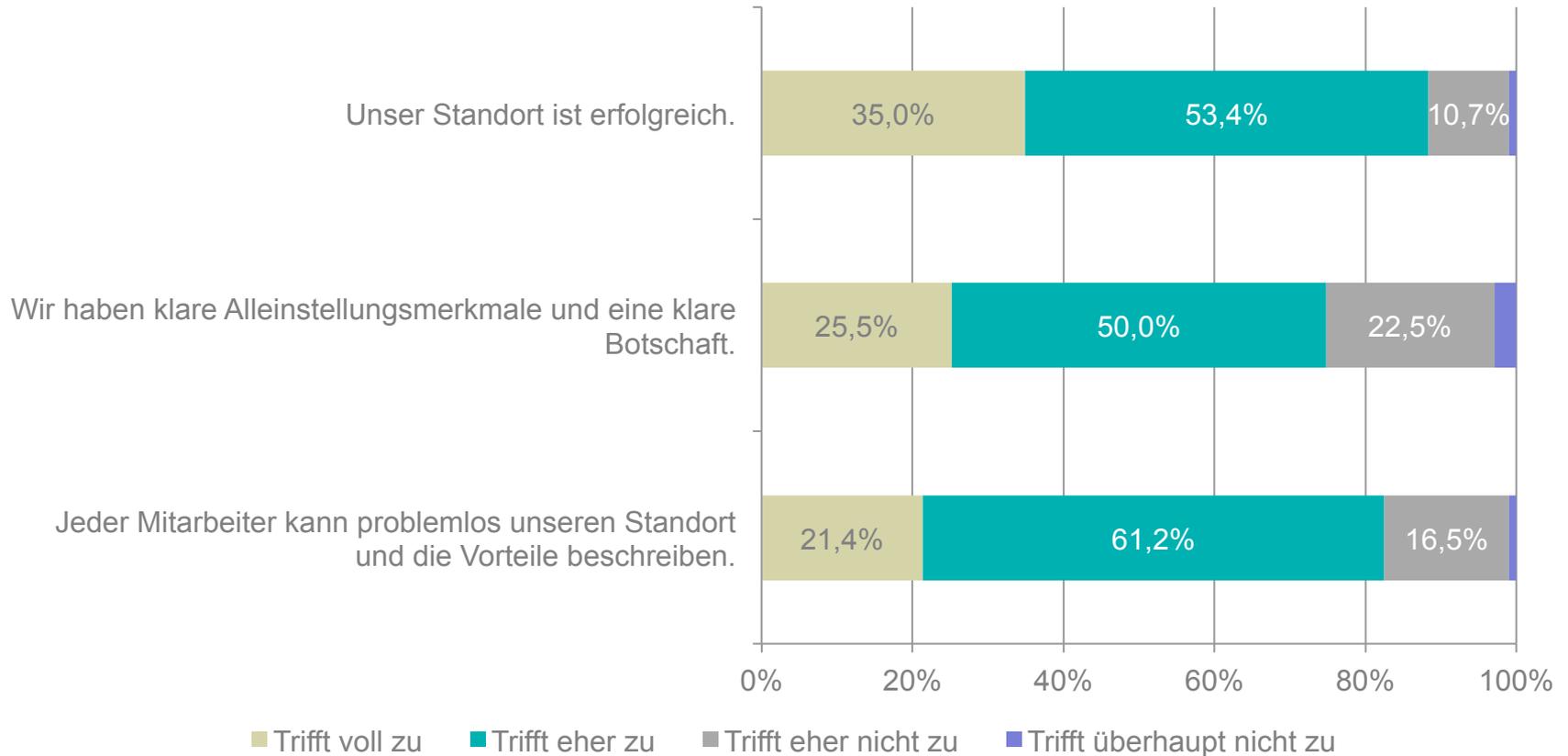
Ein erfolgreiches Standortmarketing wird über eine ausgearbeitete Strategie definiert.



n = 102

Wie bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Thema Standortmarketing? Gemeint ist dabei Ihr "gesamter" Standort, also z. B. nicht ein einzelnes Gewerbegebiet
Für ein erfolgreiches Standortmarketing...

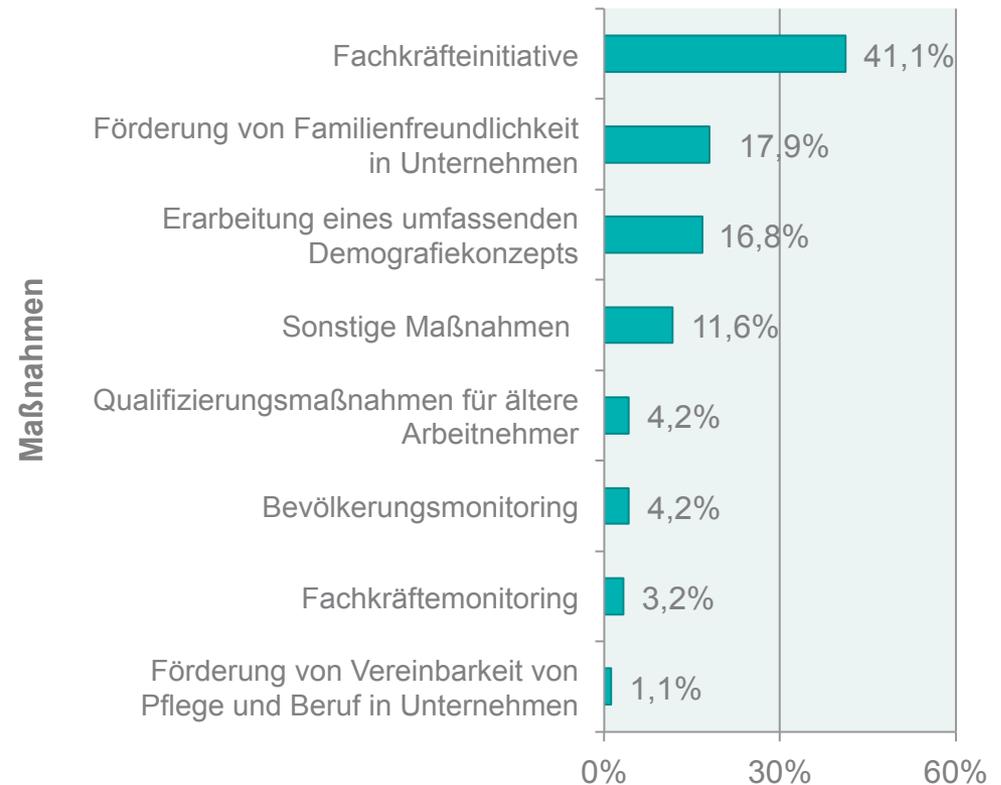
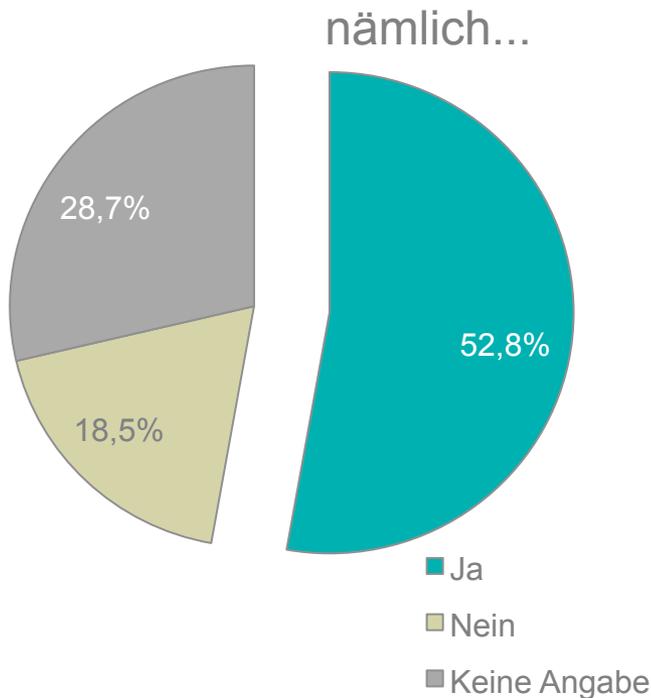
Der Großteil der Wirtschaftsförderungen bewertet seinen Standort als erfolgreich.



n = 103

Wie würden Sie Ihr Standortmarketing beschreiben?

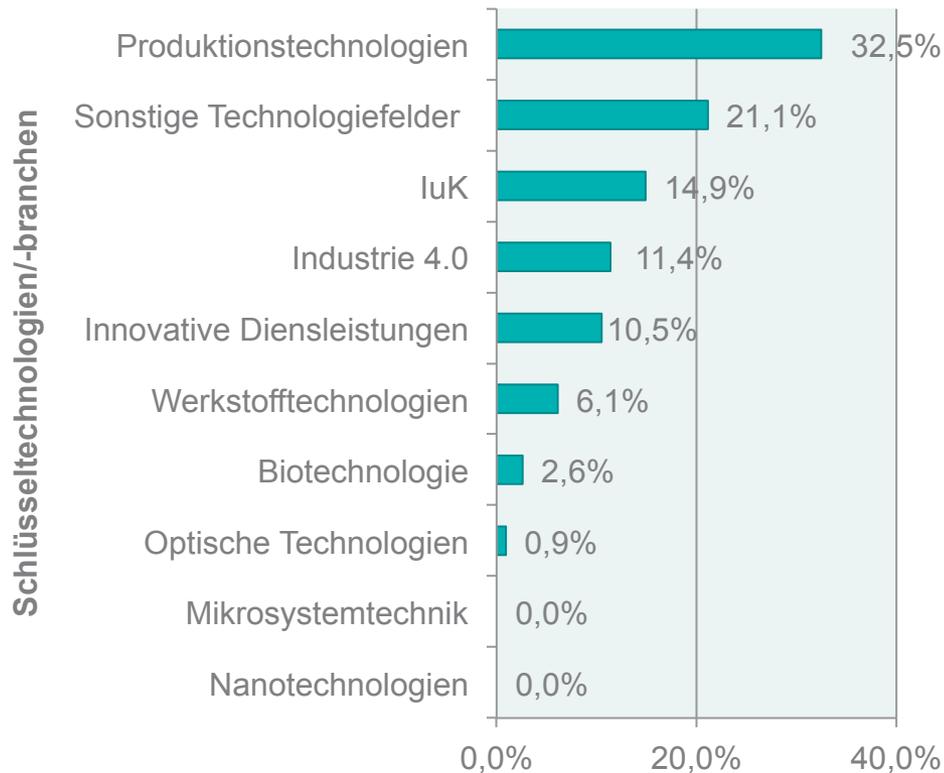
Trotz der hohen Bedeutung der Fachkräfteförderung, führen nur wenige ein Fachkräftemonitoring durch.



n = 178/n = 95

Wurden innerhalb Ihrer Gebietskörperschaft Maßnahmen zur Gestaltung des demografischen Wandels ergriffen, an denen die Wirtschaftsförderung aktiv mitwirkt?

Neue Technologien finden relativ wenig Beachtung.



Als sonstige Schlüsselbranchen wurden u.a. genannt*:

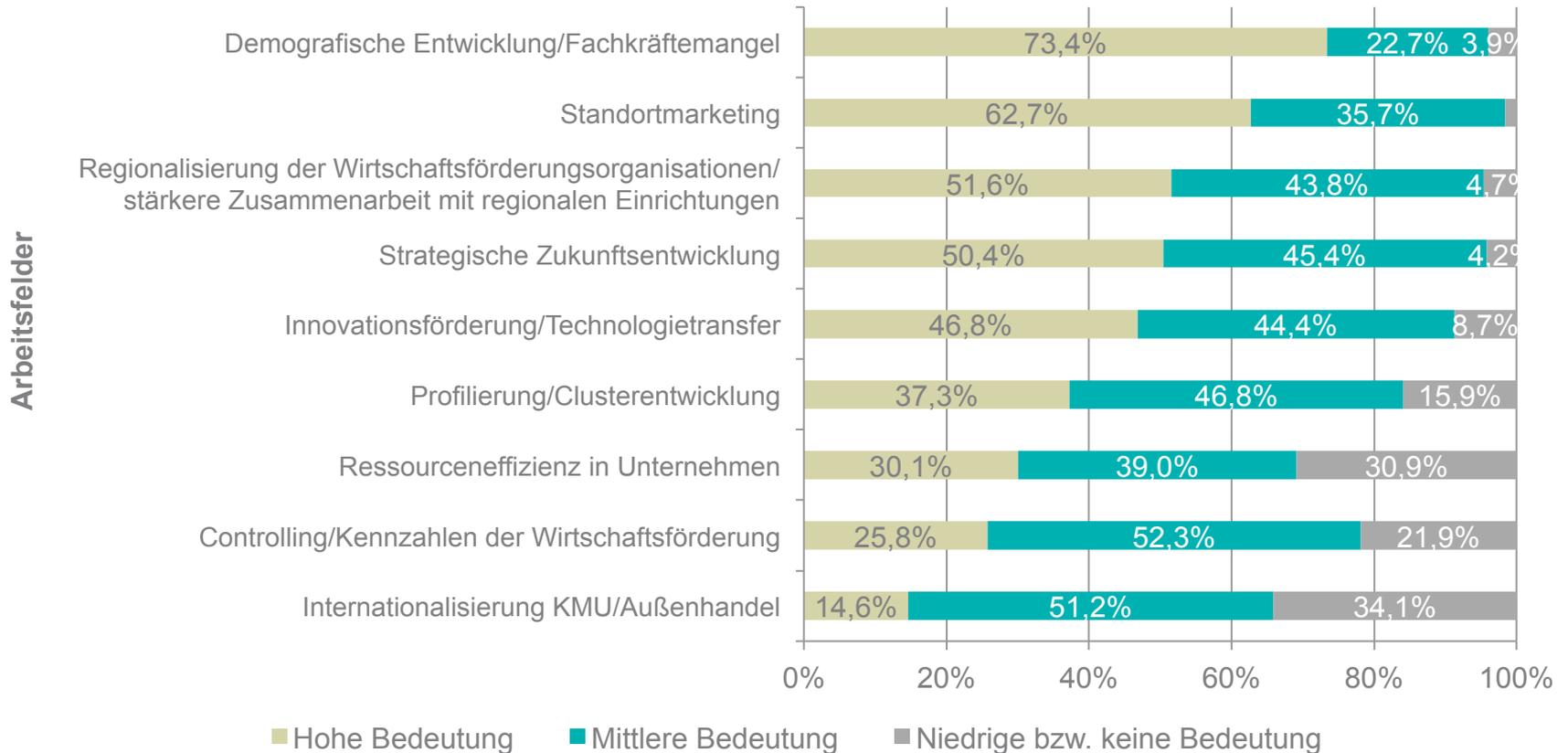
- Medizintechnik
- Kunststofftechnik
- Verpackungstechnologien
- Logistik
- Erneuerbare Energien
- Automotive
- Kreativwirtschaft

n = 114

Welche Schlüsseltechnologien/-branchen rücken Sie bei Ihren Wirtschaftsförderungsaktivitäten besonders in den Fokus?

* absteigend nach Häufigkeit der Nennungen

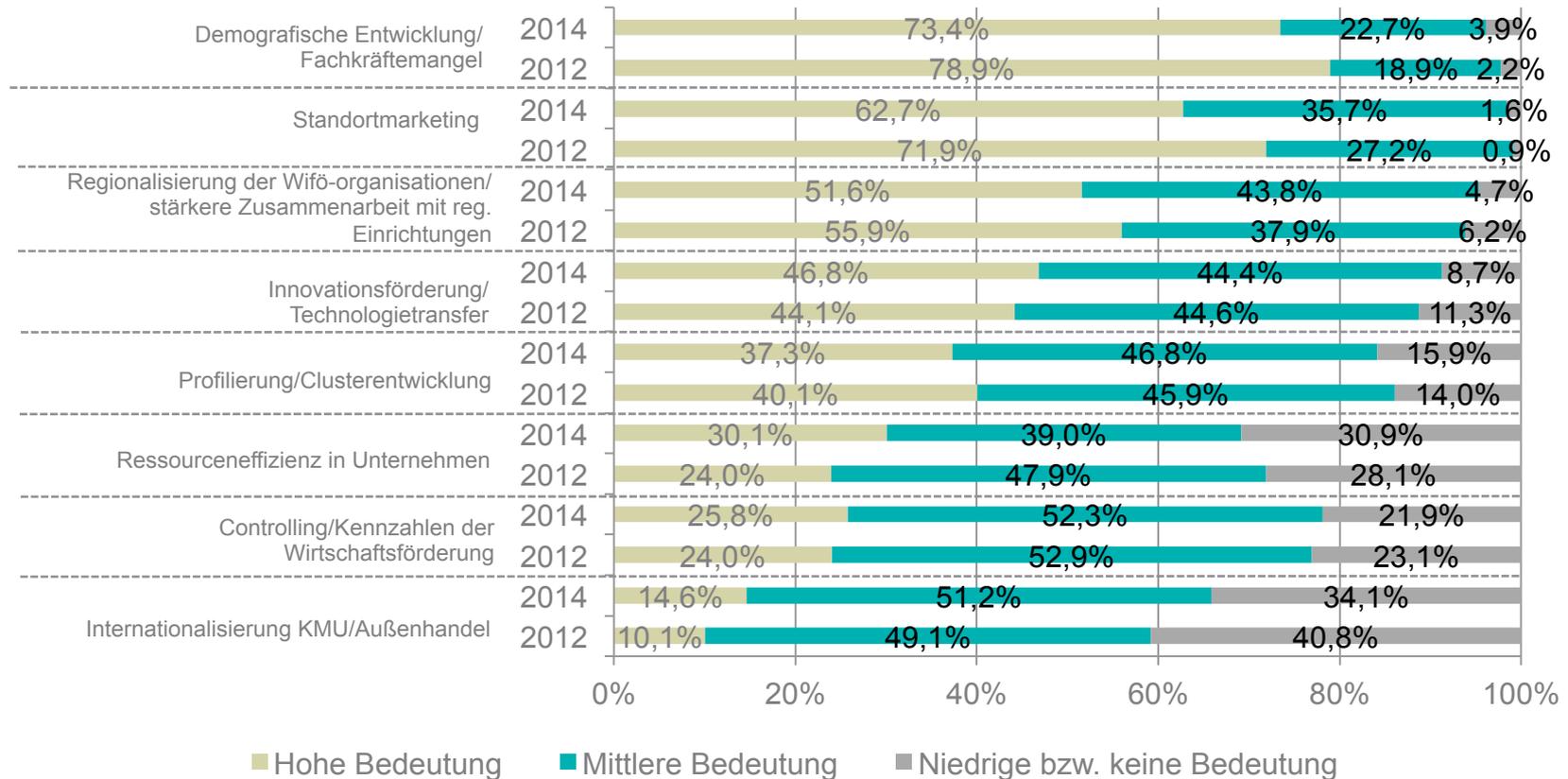
Eine hohe Bedeutung kommt zukünftig dem Fachkräftemangel und Standortmarketing zu.



n = 128

Welche Bedeutung messen Sie den folgenden Arbeitsfeldern für Ihre Wirtschaftsförderungstätigkeit in der nahen Zukunft bei?

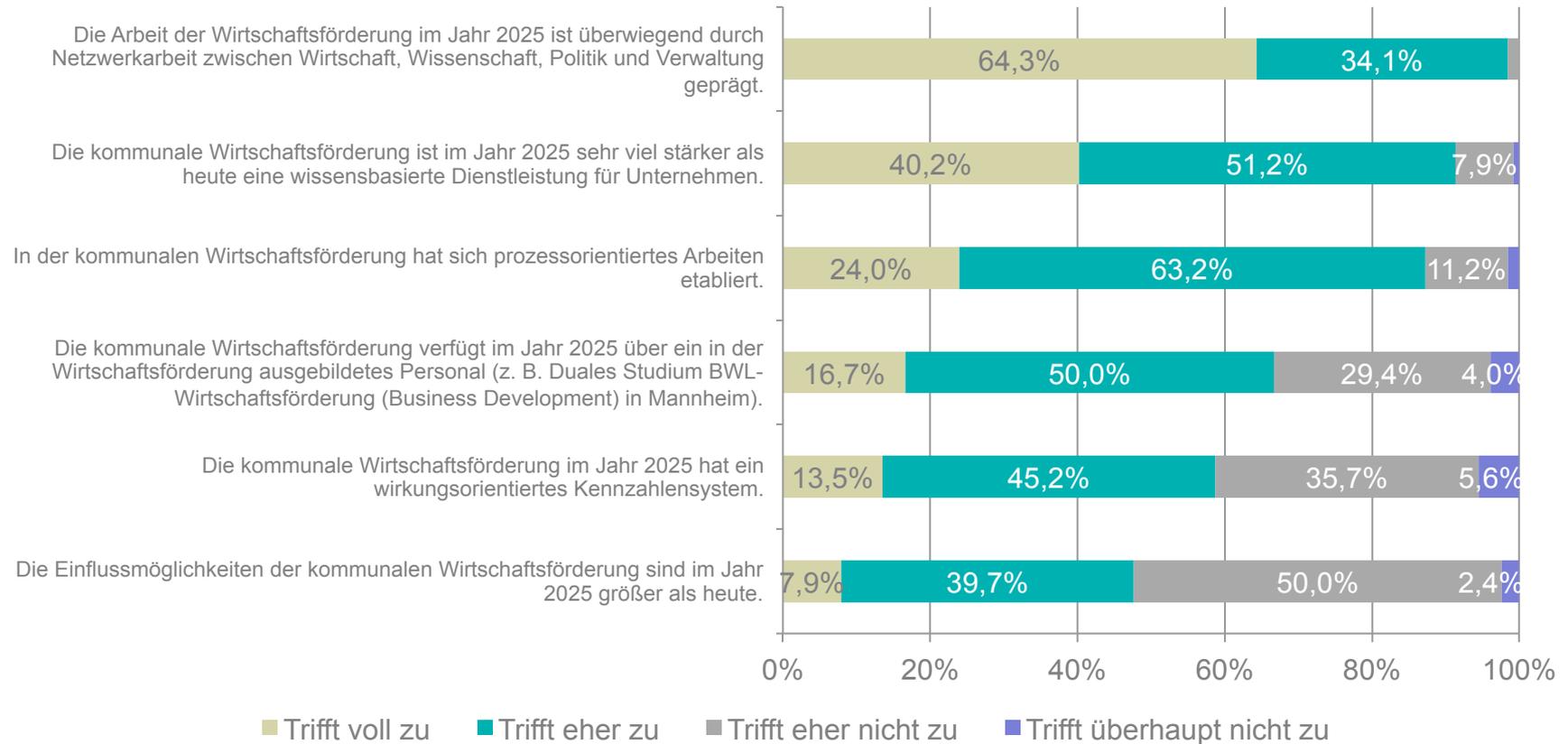
Die hohe Bedeutung des Fachkräftemangels und des Standortmarketings bleibt bestehen.



n = 128 (2014) / n = 229 (2012)

Welche Bedeutung messen Sie den folgenden Arbeitsfeldern für Ihre Wirtschaftsförderungstätigkeit in der nahen Zukunft bei?

Die Wirtschaftsförderung der Zukunft ist Netzwerkarbeit.



n = 127

Wie sieht die Wirtschaftsförderung der Zukunft aus?

Weitere Ergebnisse der Umfrage stehen Ihnen zur Verfügung

- Sonderauswertung für Norddeutschland
- Sonderauswertung für Süddeutschland
- Sonderauswertung für Kommunen mit maximal 50.000 Einwohnern
- Sonderauswertung für Oberzentren ab 100.000 Einwohnern
- Sonderauswertung für Landkreise

...abzurufen unter www.experconsult.de

Für Rückfragen und weitere Informationen
stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

**ExperConsult Wirtschaftsförderung &
Investitionen GmbH & Co. KG**
Martin-Schmeißer-Weg 12
44227 Dortmund
www.experconsult.de

Ansprechpartner

Markus Wessel
Telefon: 0231 75443-238
Telefax: 0231 75443-27
E-Mail: m.wessel@experconsult.de

Jörg Lennardt
Telefon: 0231 75443-252
Telefax: 0231 75443-27
E-Mail: j.lennardt@experconsult.de