

Wo steht die Wirtschaftsförderung 2012?

Sonderauswertung für Oberzentren ab 100.000 Einwohnern

Juni 2012



Vorab ein paar Worte zu unserem Unternehmen...



Beratungsleistungen für die Wirtschaftsförderung

Kompetenzen und Tätigkeitsfelder

- Strategieentwicklung f
 ür kommunale und regionale Wirtschaftsstandorte
- Standort- und Regionalmarketing für Städte, Regionen, Gewerbe-/ Industrieparks inkl. Unternehmensansiedlung
- Gewerbeflächenentwicklung und -management (inkl. Konversion)
- Bestandskundenentwicklung für Wirtschaftsförderung (Unternehmen Dienstleistungen Prozesse Evaluierungen)
- International Business Development für KMU (Ansiedlung in Deutschland Erschließung neuer internationaler Märkte)



Auswahl unserer Referenzen











Stadt Dortmund Wirtschaftsförderung















LANDKREIS CLOPPENBURG

























Stadt Ulm





WfLeverkusen

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



















Spezialprodukte für die Wirtschaftsförderungen in Deutschland



ExperComm: Standortmarketing – der Wettbewerb wird härter. Seien Sie einzigartig



Wo stehen Sie heute?

Wo wollen Sie hin?

Wie kommen Sie hin?

Wie funktioniert das?

Wie setzten Sie es um?



ExperPro: Kunden-Beziehungsmanagement (CRM) für Wirtschaftsförderungen

Ihr Nutzen als Anwender

- Strukturierte Informationsbasis (Adress-, Unternehmens-, Gewerbeflächendaten) für das gesamte Team
- Automatisierte und dadurch schnellere Geschäftsprozesse
- Verbesserte Kundenbeziehung
- Microsoft Office-Anbindung
- Zeitfresser "Suchen" wird reduziert
- Wissensverknüpfung und -vernetzung
- Automatisiert erstellte Reportings und Geschäftsberichte



Analyse und Projektion der Fachkräfteentwicklung

Stellen Sie sich vielleicht die folgenden Fragen?

- 1. In welchen Sektoren werden Fachkräfte gebraucht oder abgebaut werden?
- 2. Wie sieht Ihr Potential für Ausbildung aus?
- 3. Was kommt in der Zukunft, wenn die Zahlen der Vergangenheit fortgeschrieben werden?
- 4. Wo steht Ihr Kreis/Ihre kreisfreie Stadt im Vergleich zu Ihrem Bundesland?
- 5. Wie viele Beschäftigte wird es in Zukunft in den einzelnen Wirtschaftssektoren in Ihrem Kreis/Ihrer kreisfreien Stadt geben?

Wir geben Ihnen die Antworten!



ExperAkademie – Weiterbildung für die Wirtschaftsförderung

ExperRegional

Fokus



ExperTrainee



Seit 2004 deutschlandweit Eintägige Tagung u.a. zu Themen wie:

- Gestern und heute: Bestandsentwicklung im
- Standort- und Gewerbeflächenmarketing

Seit 2004 in Dortmund, Hannover und Ulm. Eintägige Seminarreihe mit Workshop-Charakter u.a. zu Themen wie:

- Bindung und Werbung von Fachkräften für Städte und Regionen
- Kompaktwissen für professionelle Wirtschaftsförderung
- Vertrieb in der Wirtschaftsförderung
- Kennzahlen zur zukunftsorientierten Steuerung von Wirtschaftsförderung



ExperAkademie: Masterstudiengang und Zertifikat "Strategische Wirtschaftsförderung und regionale Entwicklung"

Das Studienangebot richtet sich an:

Wirtschaftsförderer, Hochschulabsolventen, Berater, Regionalmanager, Stadtmarketingverantwortliche u.a.

Studieninhalte:

Wirtschaft, Recht, Wirtschaftsgeografie, Politik, strategische Planung, Marketing und persönliche Kommunikation (verteilt auf insgesamt 17 Module)

Abschluss:

Master of Arts (M.A.)

Regelstudienzeit: 4 Semester

Studienorte: München und Dortmund

In Kooperation mit:





...und nun zu den Befragungsergebnissen...





Wo steht die Wirtschaftsförderung 2012?

Ergebnisse der Befragung für Oberzentren ab 100.000 Einwohner

Juni 2012

Wo steht die Wirtschaftsförderung 2012?

Rahmendaten zur Umfrage

• Einmalig in Deutschland:

Bereits zum 8. Mal seit dem Start im Jahr 1996 hat ExperConsult die Wirtschaftsförderer und Wirtschaftsförderinnen zu strukturellen, organisatorischen und inhaltlichen Aspekten ihrer Arbeit befragt.

- Die aktuelle Befragung wurde in dem Zeitraum vom 29. März bis zum 15. Mai 2012 durchgeführt.
- Insgesamt waren 23 der 310 Teilnehmer Oberzentren mit mehr als 100.000 Einwohnern, was ca. **7,4% der Beteiligten** entspricht.



Zusammenfassung der Ergebnisse (1)

Immer mehr Wirtschaftsförderungen in Oberzentren sind privatrechtlich organisiert.

Durchschnittlich beschäftigen die Wirtschaftsförderungen in Oberzentren 19,9 Mitarbeiter.

Zum Vergleich: In Kommunen bis maximal 50.000 Einwohner sind es 2,6 Mitarbeiter.

Der Jahresetat einer Wirtschaftsförderung in einem Oberzentrum beträgt im Durchschnitt etwa 2.100.000 €.

Zum Vergleich: In Kommunen bis maximal 50.000 Einwohner stehen ca. 208.000 € zur Verfügung.

Klassische Themen, wie Ansiedlungsakquisition, Gewerbeflächenvermarktung und der Lotsenservice genießen nach wie vor hohe Priorität.

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



Zusammenfassung der Ergebnisse (2)

Social Media spielen in der Arbeit der Wirtschaftsförderung in Oberzentren im Vergleich mit kleinen und mittleren Kommunen eine größere Rolle – allerdings bislang mit äußerst geringem Erfolg.

Mehr als drei Viertel der Wirtschaftsförderungen in Oberzentren konnten in 2011 mindestens ein neues Unternehmen ansiedeln. Im Durchschnitt waren es ca. 9 Unternehmen.

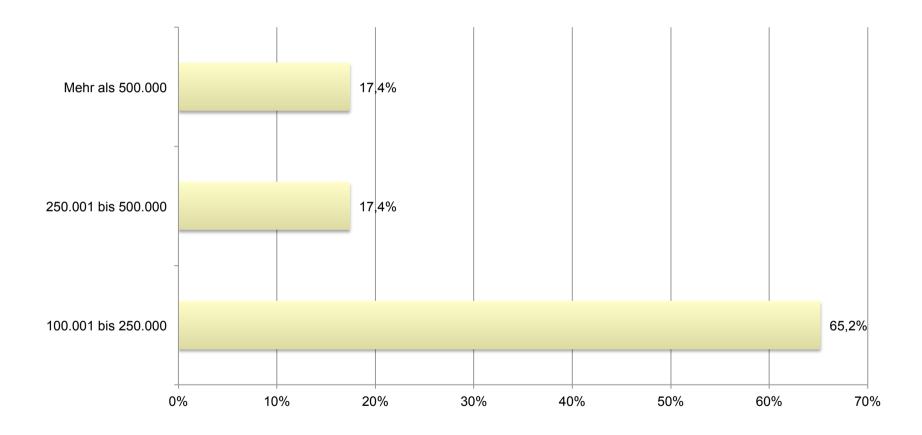
Innovative Dienstleistungen und IKT sind Branchenschwerpunkte, denen sich Wirtschaftsförderung in Oberzentren häufig widmet.

Die Themen demografischer Wandel und Fachkräftemangel sind in den Fokus der Wirtschaftsförderung in Oberzentren gerückt.

Wirtschaftsförderungen in Oberzentren arbeiten bereits verstärkt mit professionellen Kunden-Beziehungsmanagement-Systemen.



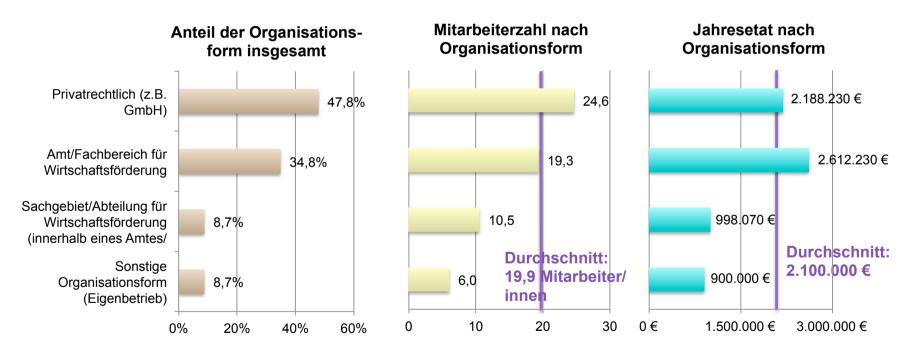
Alle Größenordnungen sind abgedeckt





Die privatrechtliche Organisationsform der Wirtschaftsförderung ist am stärksten vertreten

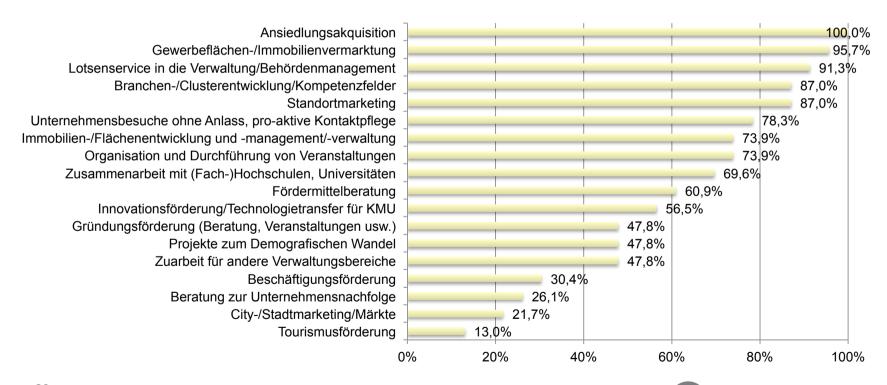
Pro 10.000 Einwohner stehen Ø 0,55 Mitarbeiter/innen in der Wirtschaftsförderung zur Verfügung



n = 23 / n = 23 / n = 22

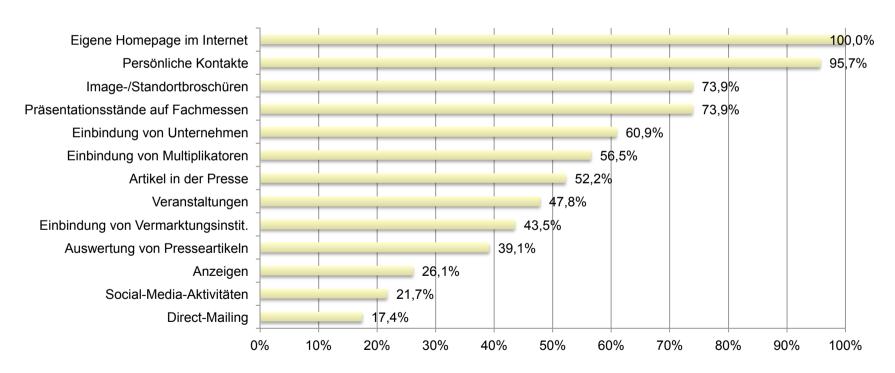
Ansiedlungsakquisition und Gewerbeflächenvermarktung sind absolute Schwerpunkte

Tourismusförderung spielt, auch im Gegensatz zu kleinen Kommunen, kaum eine Rolle



Internet und persönliche Kontakte sind mit Abstand die wichtigsten Marketinginstrumente

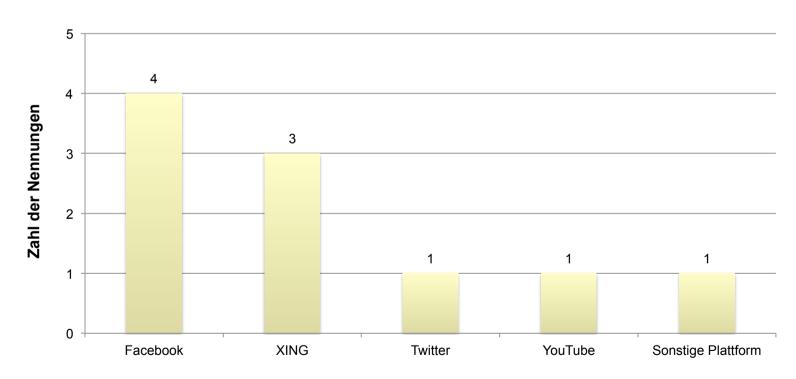
Die Nutzung von Social Media ist im Vergleich zum Durchschnitt stärker verbreitet





Auch Social Media finden in der Vermarktung verstärkt Anwendung

Insgesamt 5 Wirtschaftsförderungen (=21,7%) nutzen Social Media für die Vermarktung

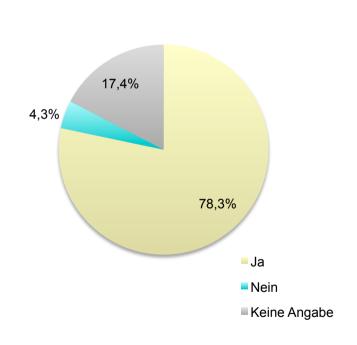


n = 5 Absolute Angaben Mehrfachnennungen möglich



Erfolgreiche Ansiedlungsakquisition – besonders über die Region hinaus

Mehr als ¾ der Wirtschaftsförderungen konnten mindestens ein neues Unternehmen ansiedeln



Wenn ja, wie viele?

Insgesamt konnten die Wirtschaftsförderungen durchschnittlich fast 9 neue Unternehmen pro Jahr in Ihrer Gebietskörperschaft ansiedeln.

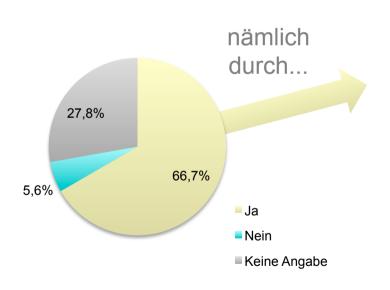
Wenn ja, woher?

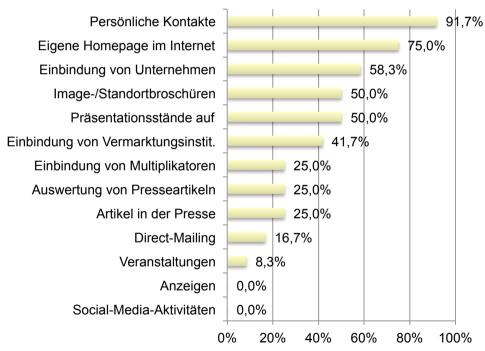
Nur etwa 22% der Neuansiedlungen erfolgten aus einem Umkreis von 50 km. Zum Vergleich: In Kommunen mit maximal 50.000 Einwohnern sind es ca. 80%.



Der persönliche Kontakt ist entscheidend für den Ansiedlungserfolg

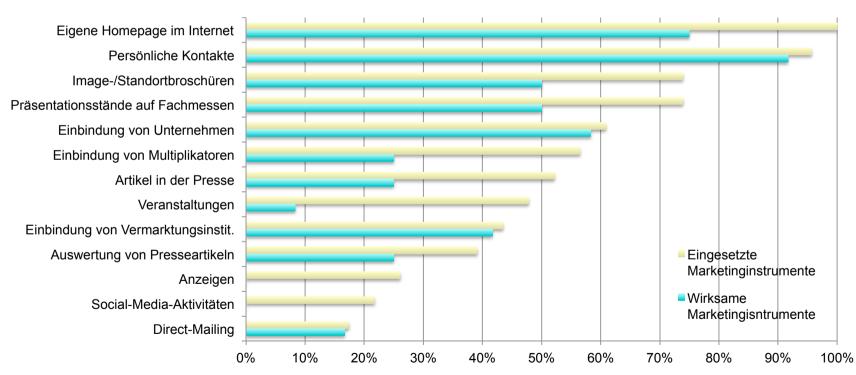
⅔ der Wirtschaftsförderungen wissen, wodurch die Grundstückskäufer auf Ihren Standort aufmerksam geworden sind





Die Nutzung persönlicher Kontakte ist ein effizientes Mittel bei der Vermarktung

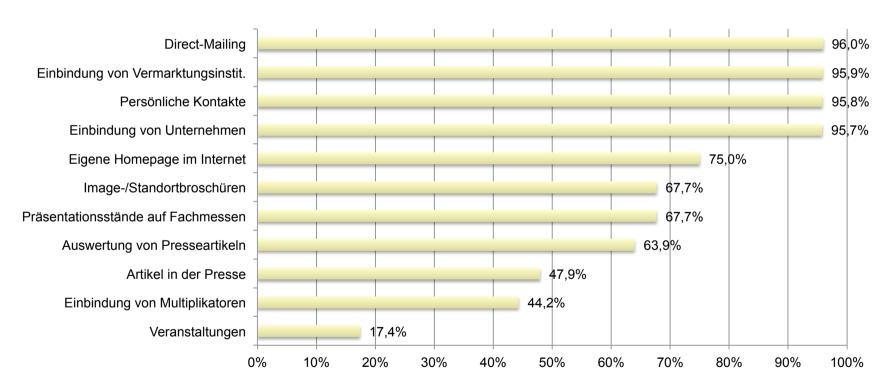
Der Einsatz von Anzeigen und die Vermarktung über Social Media bringt hingegen wenig Erfolg



Mehrfachnennungen jeweils möglich

Effizienz der Vermarktungsinstrumente variiert deutlich

Direkte Ansprache verspricht den größten Erfolg

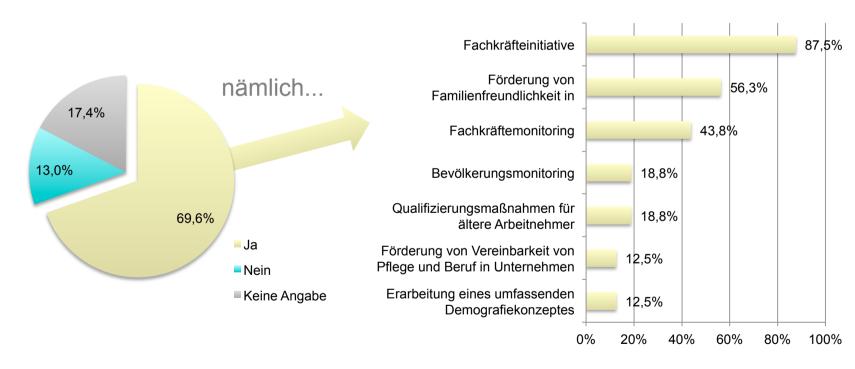


Dargestellt ist jeweils das Verhältnis des Anteils der erfolgreich eingesetzten Vermarktungsinstrumente zu dem Anteil der eingesetzten Vermarktungsinstrumente (vgl. vorherige Folie). Beispiel: 39,1% der Befragten nennen den Einsatz von Artikeln in der Presse. 25,0% führen Grundstückskäufe auf deren Einsatz zurück. Rechnung: 25,0% / 39,1% = 47,9%



Fachkräftemangel zunehmend wichtiges Thema der Wirtschaftsförderung

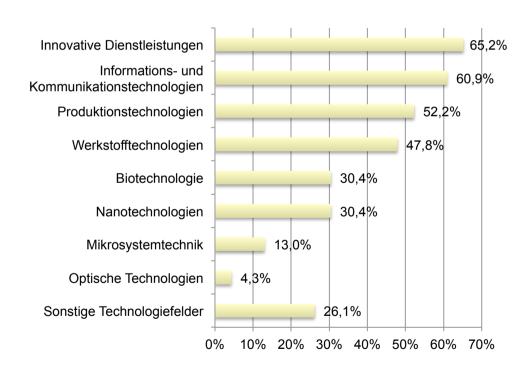
Mehr als ¾ der Wirtschaftsförderungen arbeiten an Maßnahmen zum demografischen Wandel



n = 23 / n = 16 (Mehrfachnennungen möglich)

Neue Technologien finden insgesamt noch wenig Beachtung

Innovative Dienstleistungen und IKT rücken besonders in den Fokus



Als sonstige Schlüsselbranchen wurden u.a. genannt*:

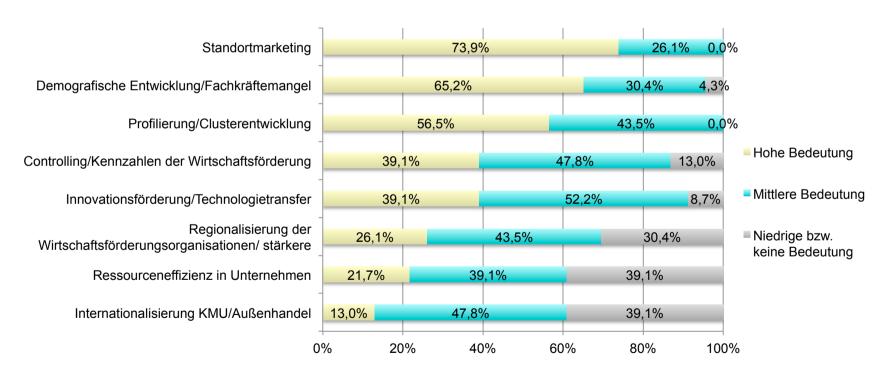
- 1. Energietechnik
- 2. Medizintechnik
- 3. Automotive
- 4. Metallverarbeitung

n = 23 Mehrfachnennungen möglich * absteigend nach Häufigkeit der Nennungen



Hohe Bedeutung beim Standortmarketing und Fachkräftemangel

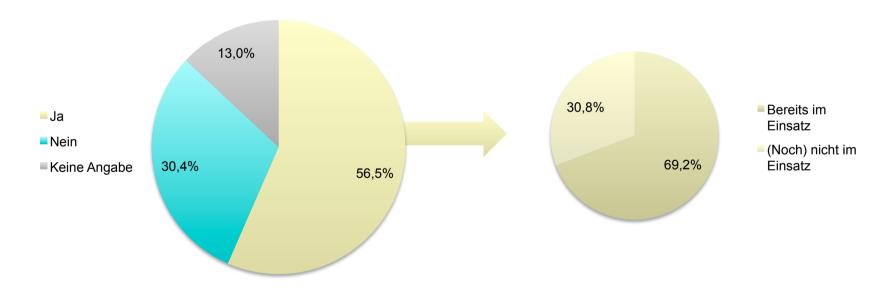
Internationalisierung und Ressourceneffizienz mit eher geringer Priorität in der Arbeit der Wirtschaftsförderung





Überdurchschnittlich hoher Anteil der Oberzentren nutzt ein Kunden-Beziehungsmanagement-System

Mehr als die Hälfte beschäftigt sich mit dem Einsatz eines Kunden-Beziehungsmanagement-Systems



Weitere Ergebnisse der Umfrage stehen Ihnen zur Verfügung

- Gesamtauswertung
- Sonderauswertung f
 ür Norddeutschland
- Sonderauswertung für Süddeutschland
- Sonderauswertung f
 ür Kommunen mit maximal 50.000 Einwohnern
- Sonderauswertung für Landkreise

...abzurufen unter <u>www.experconsult.de</u>

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: +49 (0) 2 31 / 7 54 43-2 38 Telefax: +49 (0) 2 31 / 7 54 43-27 E-Mail: m.wessel@experconsult.de

Jörg Lennardt

Telefon: +49 (0) 2 31 / 7 54 43-2 52 Telefax: +49 (0) 2 31 / 7 54 43-27 E-Mail: j.lennardt@experconsult.de

@ ExperConsult 2012

