



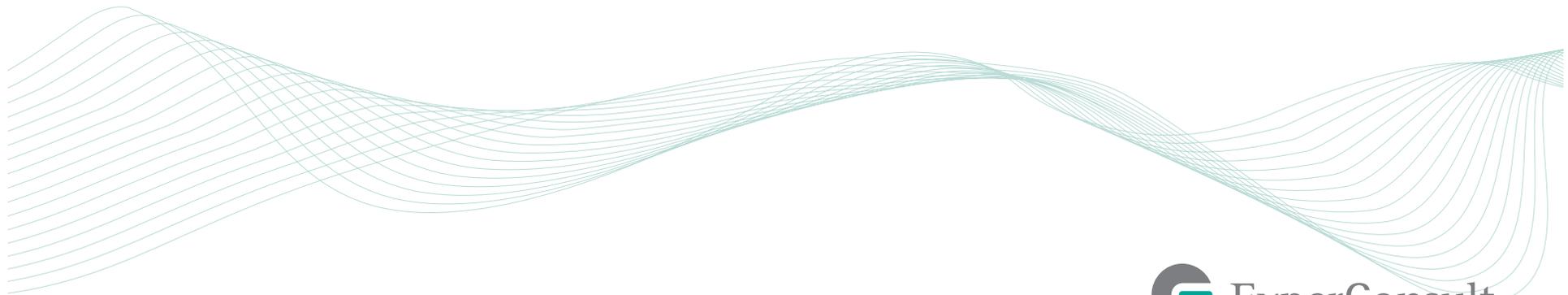
Wo steht die Wirtschaftsförderung 2012?

Sonderauswertung für kleine Kommunen bis max. 50.000
Einwohnern

Juni 2012



Vorab ein paar Worte zu unserem Unternehmen...



Beratungsleistungen für die Wirtschaftsförderung

Kompetenzen und Tätigkeitsfelder

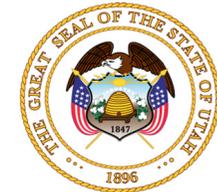
- Strategieentwicklung für kommunale und regionale Wirtschaftsstandorte
- Standort- und Regionalmarketing für Städte, Regionen, Gewerbe-/ Industrieparks inkl. Unternehmensansiedlung
- Gewerbeflächenentwicklung und -management (inkl. Konversion)
- Bestandskundenentwicklung für Wirtschaftsförderung (Unternehmen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

Auswahl unserer Referenzen

big bremen
Die Wirtschaftsförderer.



Stadt Dortmund
Wirtschaftsförderung



LANDKREIS CLOPPENBURG

Karlsruhe



Stadt Ulm



IndustriePark
Lingen



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



Bundesanstalt für
Immobilienaufgaben



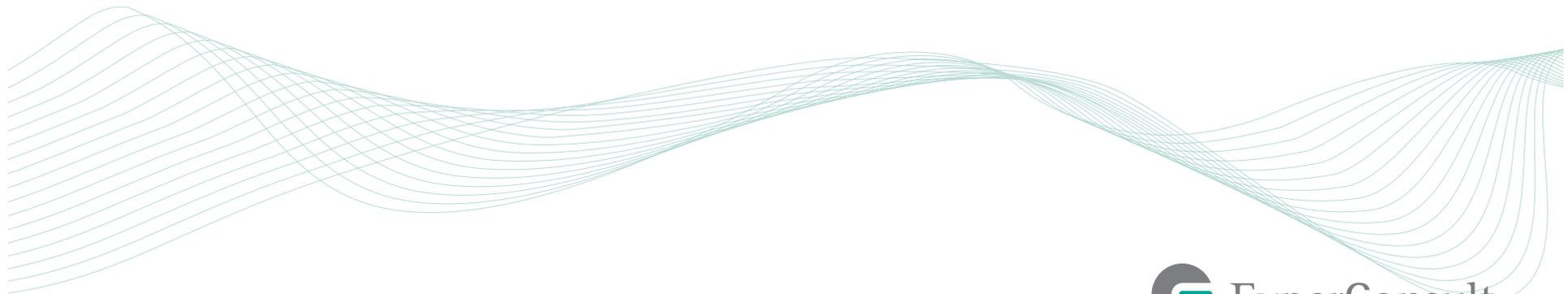
WfLeverkusen
Wirtschaftsförderung
Leverkusen

wirtschaftsförderung metropoleruhr





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 setzen
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



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

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

ExperTrainee



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?

Sonderauswertung für kleine Kommunen bis max. 50.000
Einwohnern

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 Befragung wurde in dem Zeitraum vom 29. März bis zum 15. Mai 2012 durchgeführt.

Insgesamt waren 72 der 310 Teilnehmer Kommunen mit maximal 50.000 Einwohnern, was ca. **23,3% der Beteiligten** entspricht.

Zusammenfassung der Ergebnisse (1)

In kleinen Kommunen sind im Vergleich zum Durchschnitt weniger Wirtschaftsförderungen privatrechtlich organisiert.

**Durchschnittlich beschäftigen die Wirtschaftsförderungen in kleinen Kommunen ca. 2,6 Mitarbeiter.
Zum Vergleich: Insgesamt sind es im Durchschnitt etwa 8,5 Mitarbeiter.**

**Der Jahresetat einer Wirtschaftsförderung beträgt im Durchschnitt ungefähr 208.000 €.
Zum Vergleich: Einer Wirtschaftsförderung in Deutschland stehen durchschnittlich ca. 790.000 € zur Verfügung.**

Klassische Themen, wie Gewerbeflächenvermarktung, Bestandspflege und Ansiedlungsakquisition 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 von Wirtschaftsförderungen in kleinen Kommunen (noch) eine untergeordnete Rolle.

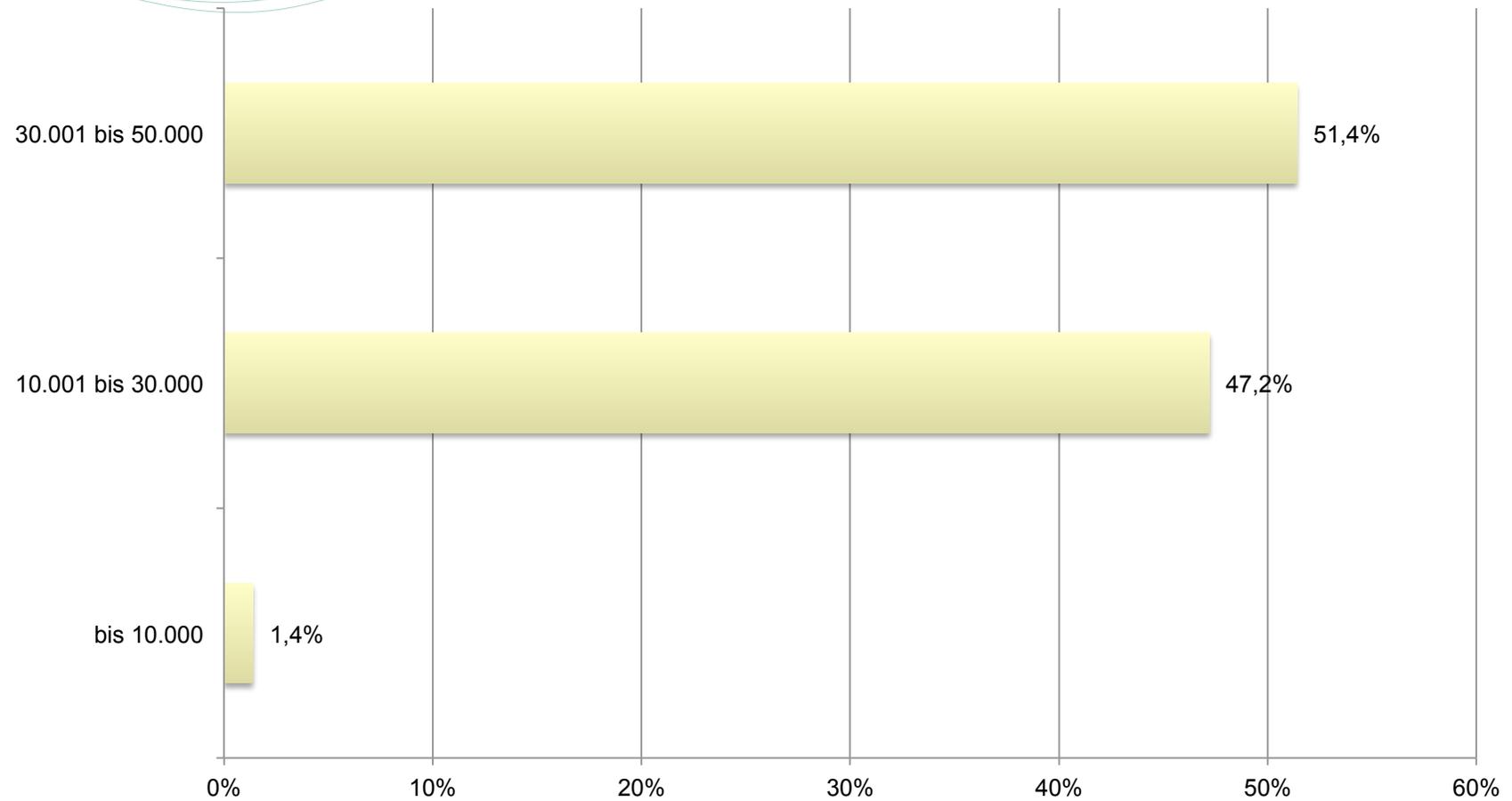
Fast zwei Drittel der Wirtschaftsförderungen in kleinen Kommunen konnten in 2011 mindestens ein neues Unternehmen ansiedeln.

Produktionstechnologien und innovative Dienstleistungen sind Branchenschwerpunkte, denen sich Wirtschaftsförderung in kleinen Kommunen häufig widmet.

Die Themen demografischer Wandel und Fachkräftemangel rücken in der Fokus der Wirtschaftsförderung in kleinen Kommunen.

Beim Einsatz von professionellen Kunden-Beziehungsmanagement-Systemen besteht in der Wirtschaftsförderung in kleinen Kommunen noch Nachholbedarf.

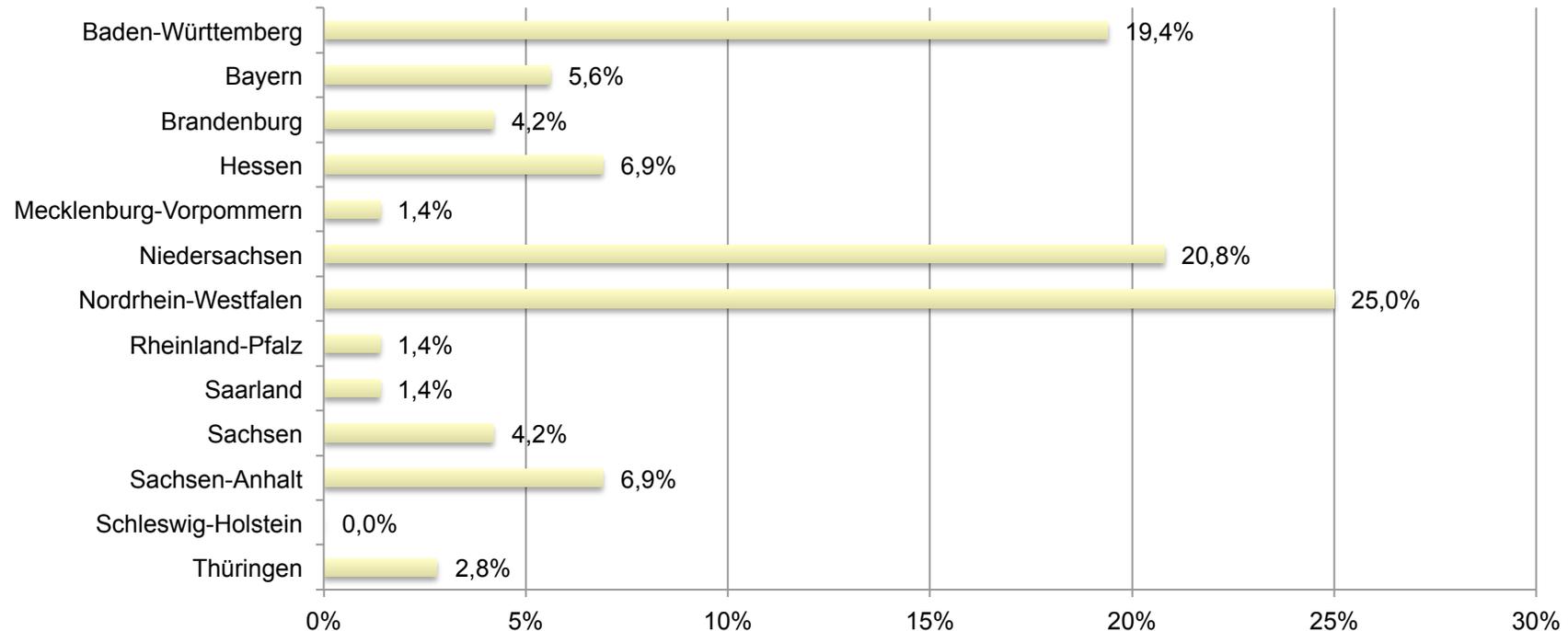
Wenige ganz kleine Kommunen



n = 72

Mit Ausnahme von Schleswig-Holstein sind alle Flächenbundesländer vertreten

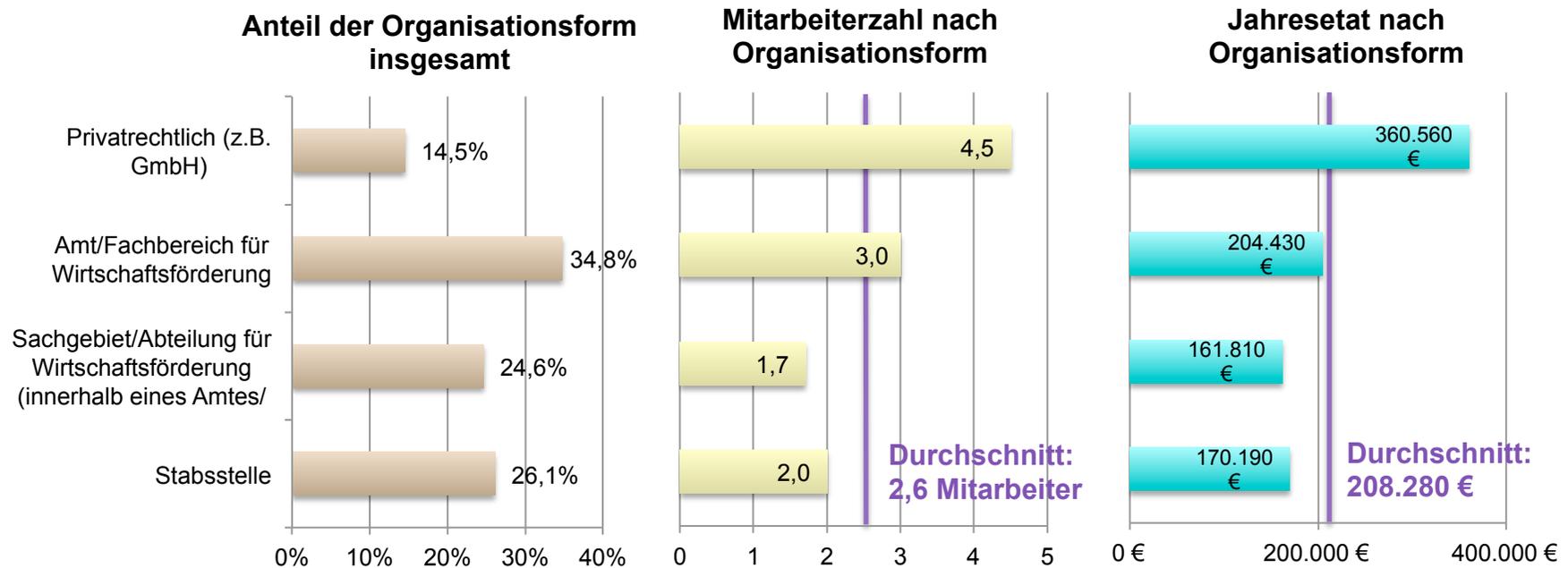
Bundesländer mit den zahlenmäßig meisten Wirtschaftsförderungen auch hierbei führend



n = 72

Privatrechtliche Organisation in Kleinstädten weniger verbreitet

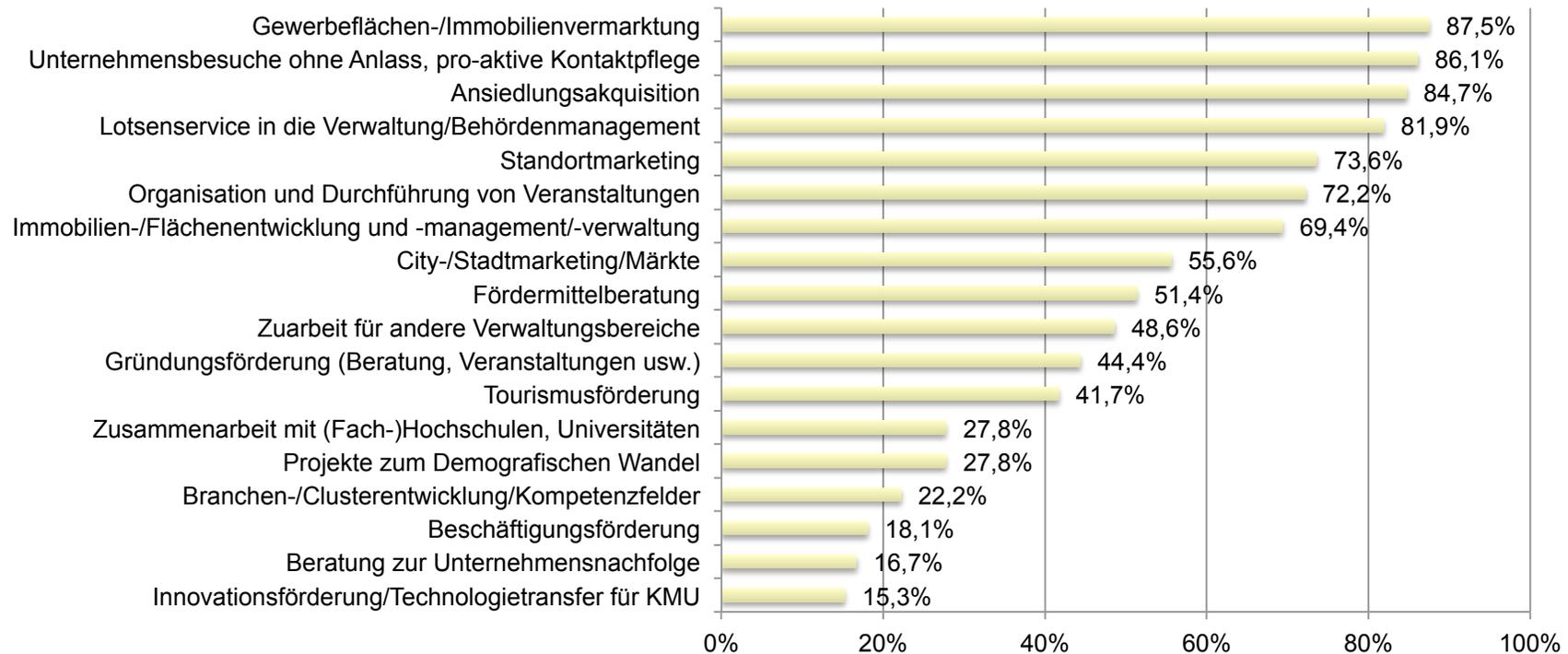
Wirtschaftsförderung in kleinen Städten und Gemeinden findet zu $\frac{1}{3}$ im Amt bzw. im Fachbereich statt



n = 69 / n = 69 / n = 62

Gewerbeflächenvermarktung und Bestandsentwicklung als Schwerpunkte

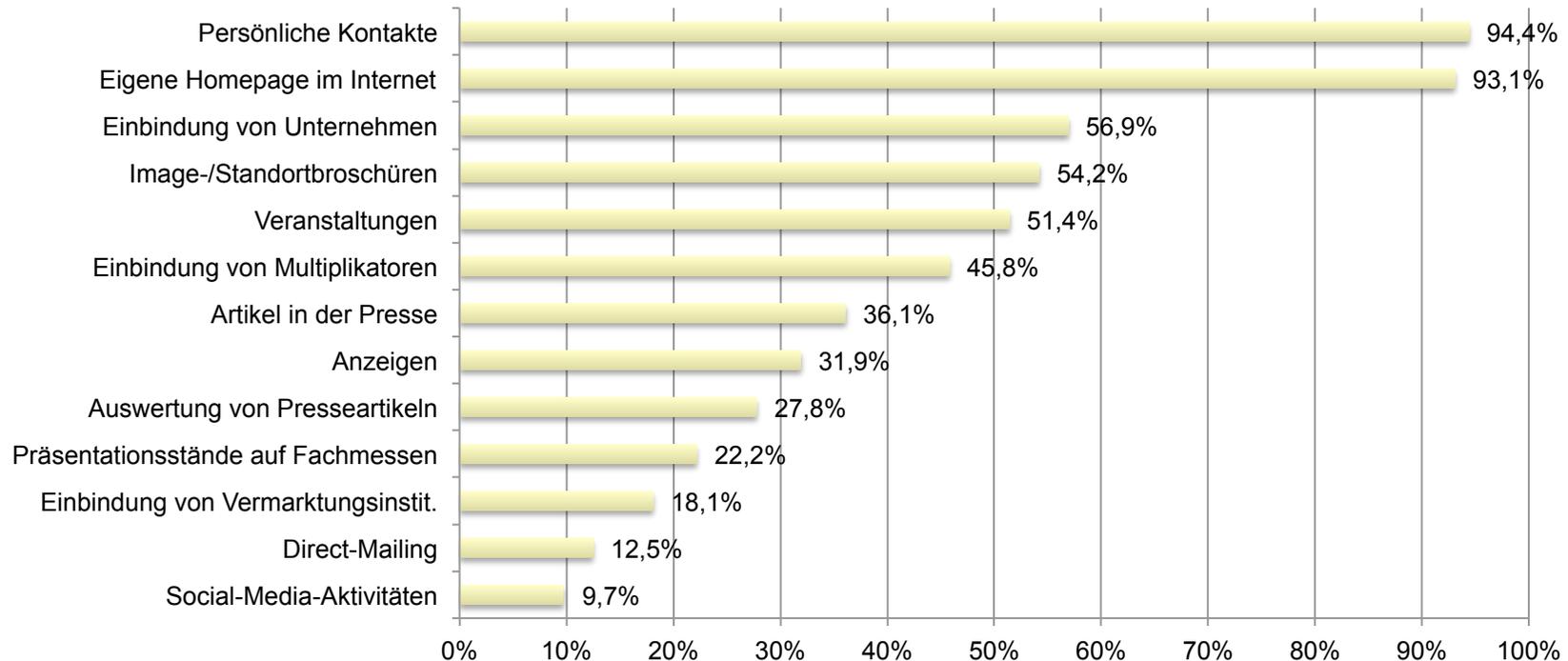
Innovationsförderung spielt, auch im Gegensatz zu den größeren Kommunen, kaum eine Rolle



n = 72
Mehrfachnennungen möglich

Persönliche Kontakte und das Internet sind die wichtigsten Vermarktungsinstrumente

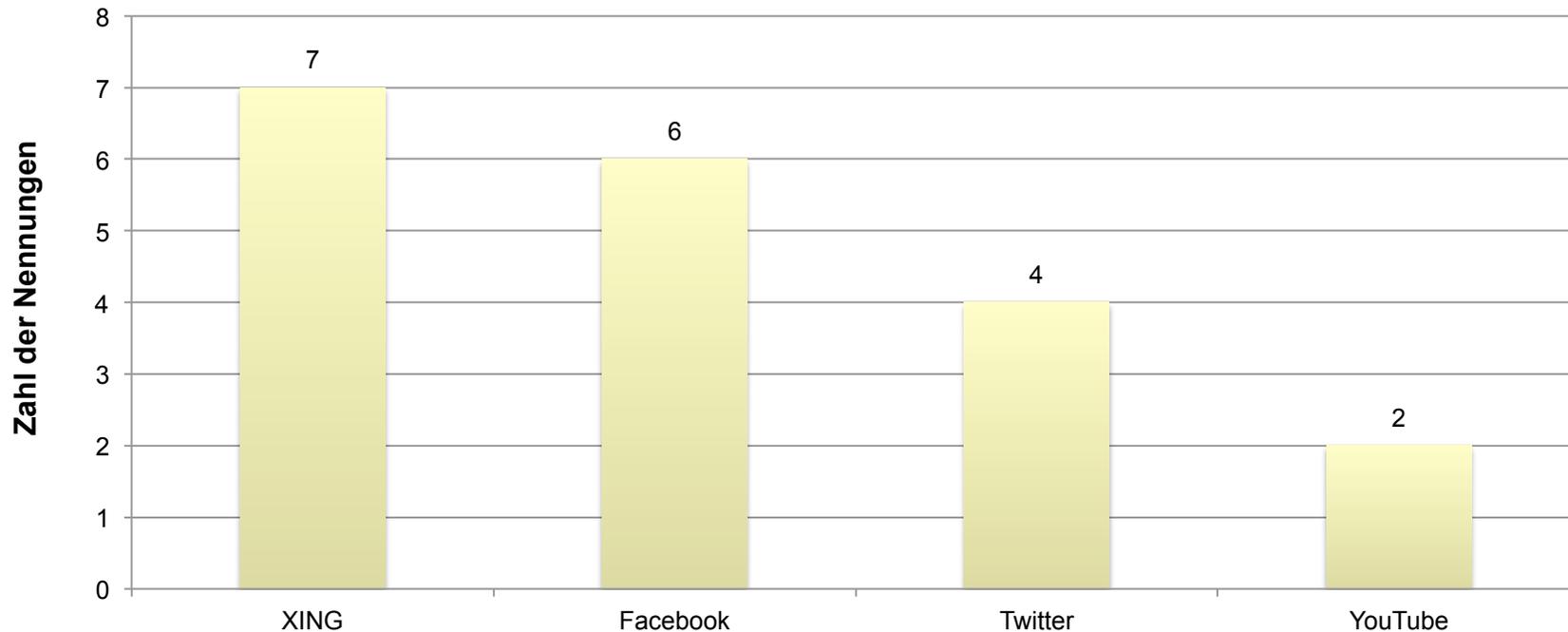
Die Nutzung von Social Media ist (noch) nicht die Regel



n = 72
Mehrfachnennungen möglich

Social Media sind als Vermarktungs- instrument noch wenig verbreitet

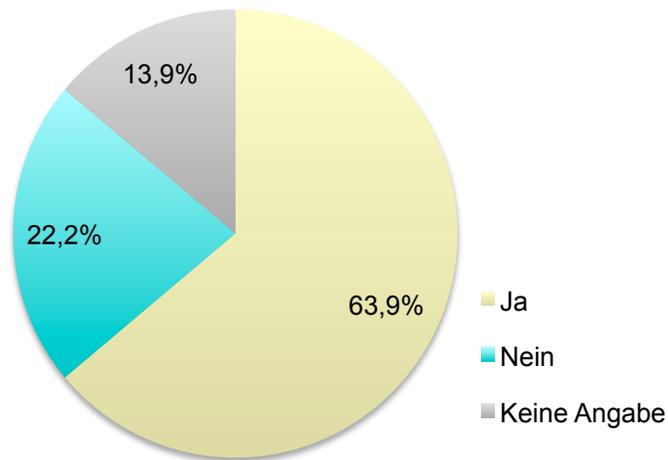
Lediglich 7 Wirtschaftsförderungen (=9,7%) nutzen XING,
Facebook & Co. für die Vermarktung



n = 7
Absolute Angaben
Mehrfachnennungen möglich

Erfolgreiche Ansiedlungsakquisition – vor allem im regionalen Umfeld

Fast $\frac{2}{3}$ der Wirtschaftsförderungen haben in den letzten 12 Monaten Unternehmen angesiedelt



Wenn ja, wie viele?

Insgesamt konnten die Wirtschaftsförderer durchschnittlich **etwa 4 neue Unternehmen** pro Jahr in Ihrer Gebietskörperschaft ansiedeln.

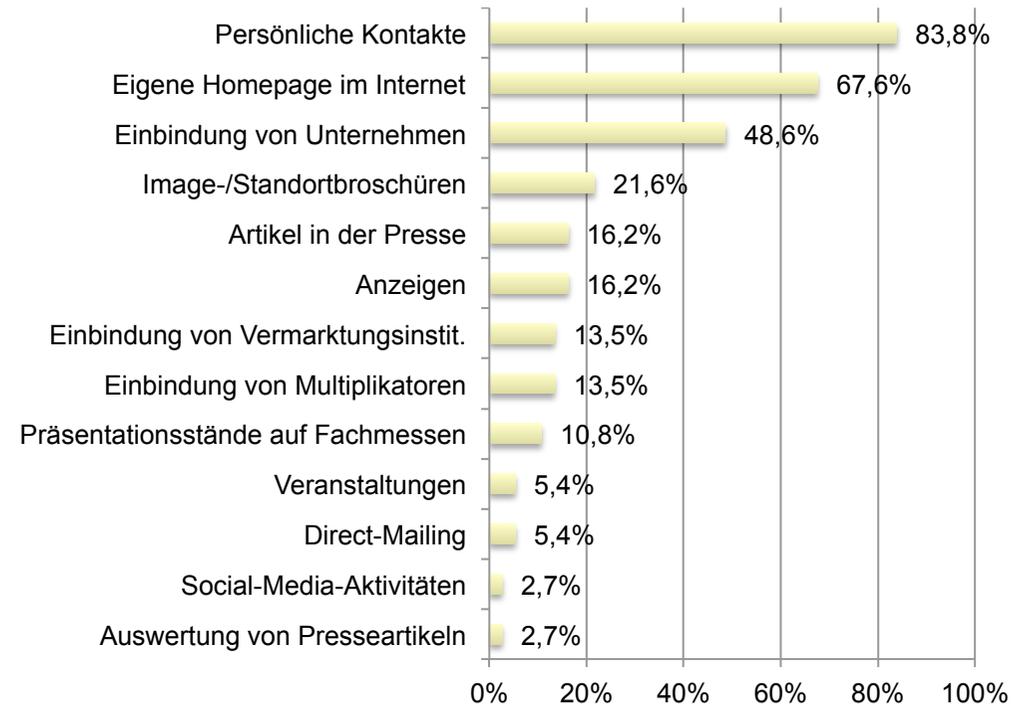
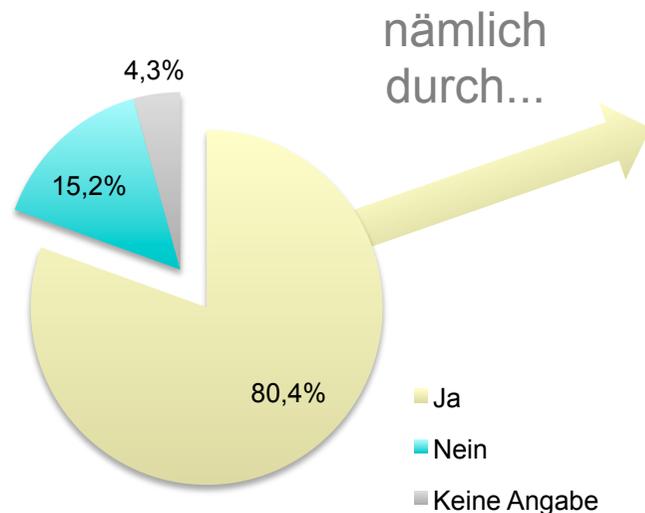
Wenn ja, woher?

Etwa 80% der Neuansiedlungen erfolgten aus einem Umkreis von 50 km.

n = 72

Persönliche Kontakte sind entscheidend für den Ansiedlungserfolg

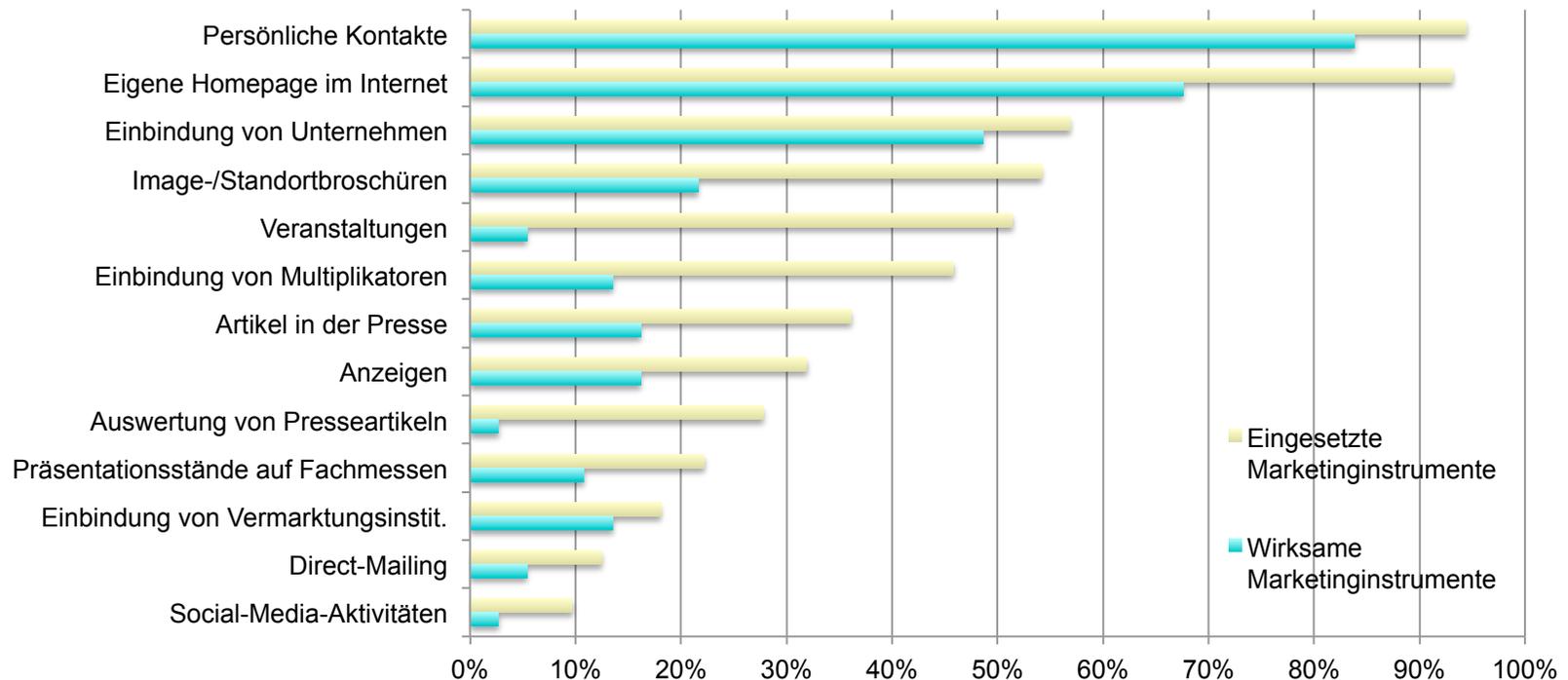
Mehr als 80% der Wirtschaftsförderungen wissen, wodurch Kunden auf den Standort aufmerksam geworden sind



n = 46 / n = 37 (Mehrfachnennungen möglich)

Die Nutzung persönlicher Kontakte ist ein effizientes Mittel bei der Vermarktung

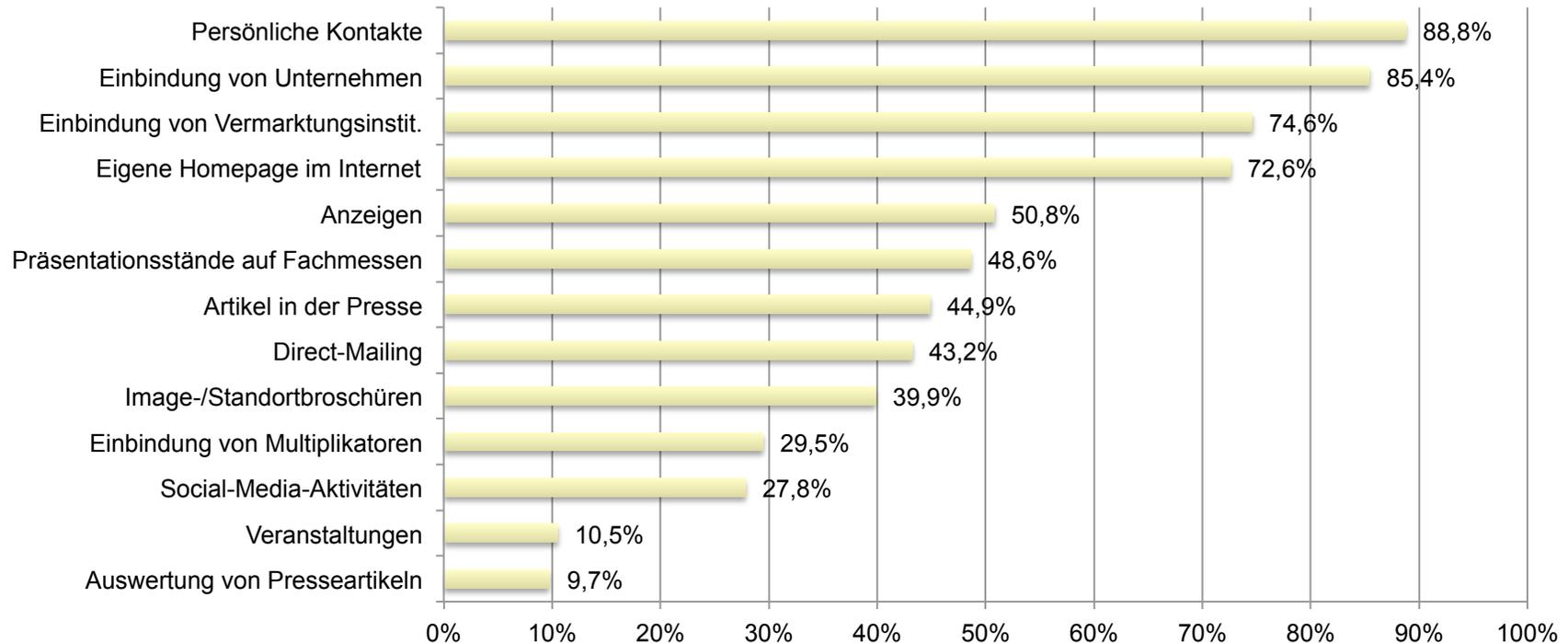
Die Durchführung von Veranstaltungen bringt wenig Erfolg im Vergleich zu anderen Maßnahmen



Mehrfachnennungen jeweils möglich

Effizienz der Vermarktungsinstrumente variiert deutlich

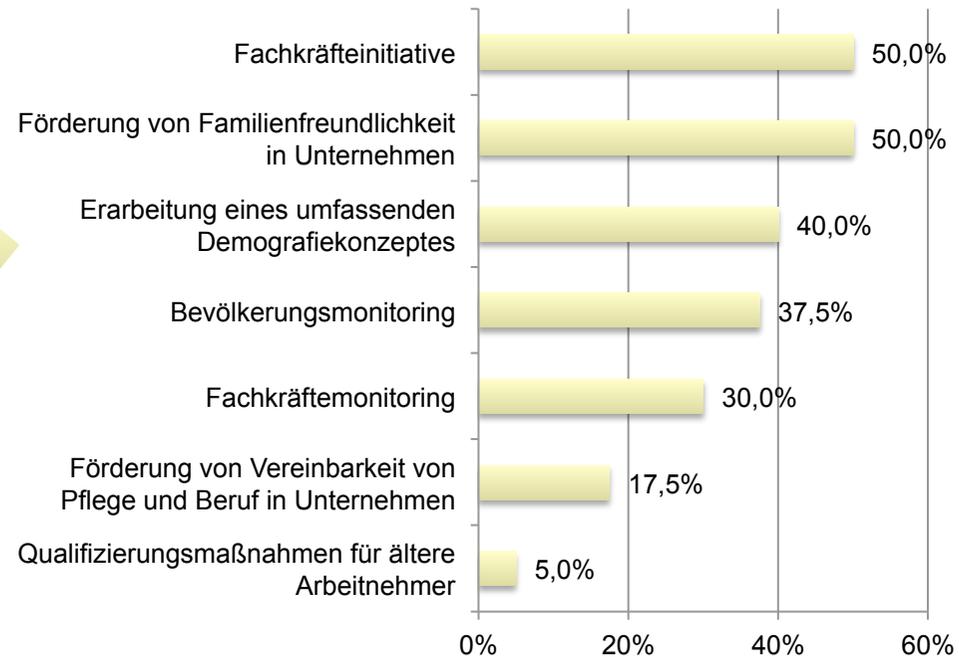
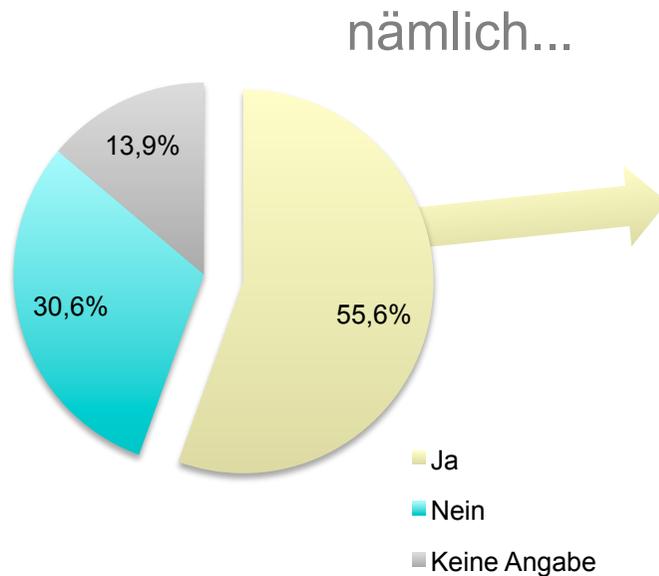
Persönliche Kontakte und Ansprache überragend wichtig



Dargestellt ist jeweils das Verhältnis des Anteils der erfolgreich eingesetzten Vermarktungsinstrumente zu dem Anteil der eingesetzten Vermarktungsinstrumente (vgl. vorherige Folie).
Beispiel: 31,9% der Befragten nennen den Einsatz von Anzeigen. 16,2% führen Grundstückskäufe auf deren Einsatz zurück. Rechnung: $16,2\% / 31,9\% = 50,8\%$

Familienfreundlichkeit und Fachkräfte im Fokus

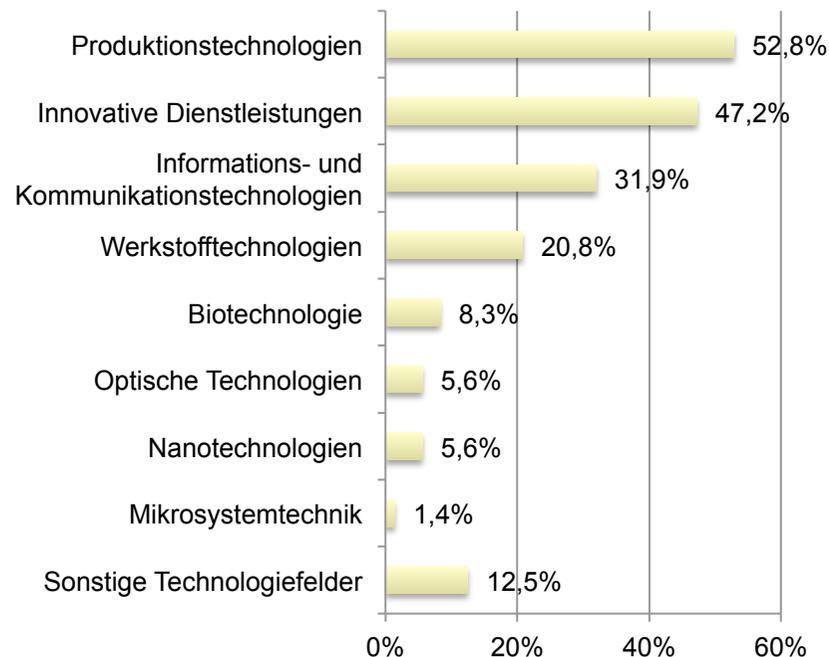
Etwas mehr als die Hälfte der Wirtschaftsförderungen ergreift Maßnahmen zur Gestaltung des demografischen Wandels



n = 72 / n = 40 (Mehrfachnennungen möglich)

Neue Technologien finden insgesamt noch wenig Beachtung

Produktionstechnologien und Innovative Dienstleistungen rücken besonders in den Fokus



- **Als sonstige Schlüsselbranchen wurden u.a. genannt*:**

- Energie- und Umwelttechnik
- Medizintechnik
- Offshore-Branche
- Automotive
- Logistik
- Nanotechnologie
- Kreativwirtschaft

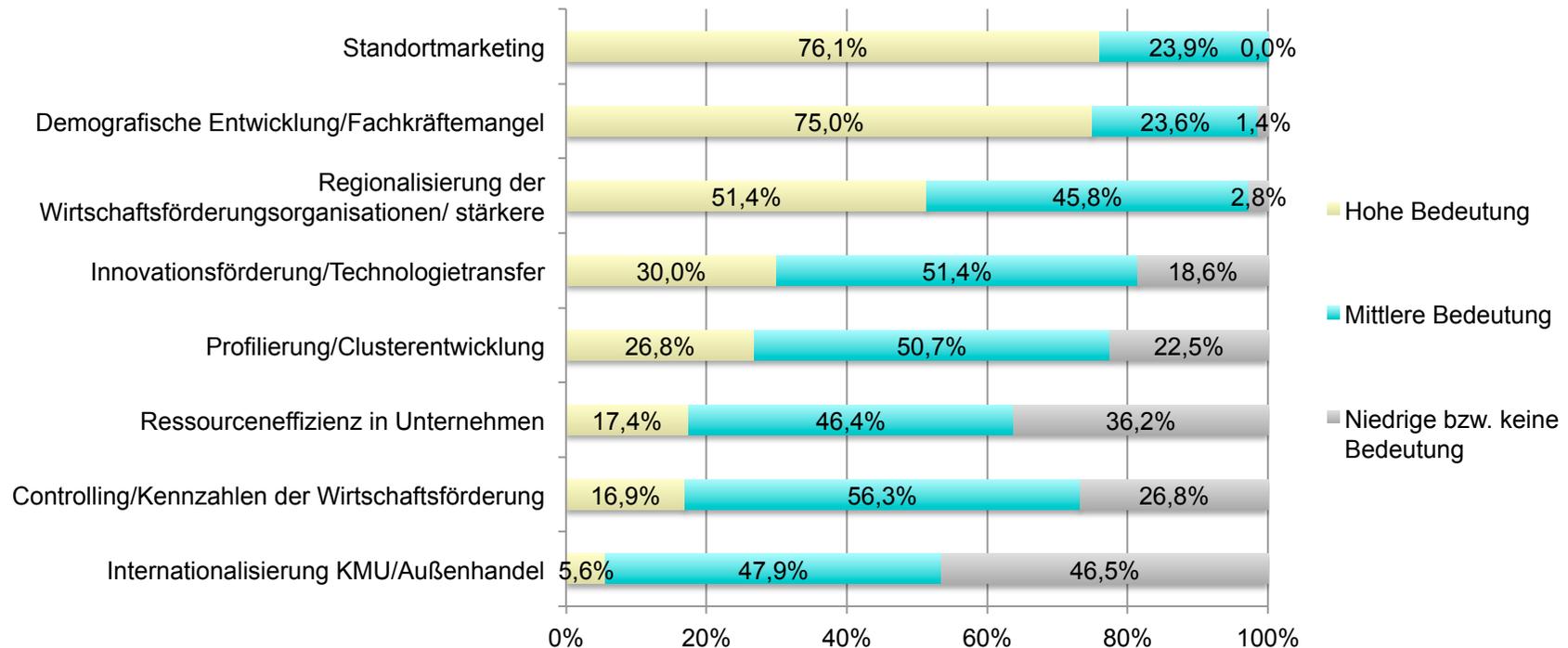
n = 72

Mehrfachnennungen möglich

* absteigend nach Häufigkeit der Nennungen

Hohe Bedeutung des Standortmarketings im Vergleich zu den großen Kommunen

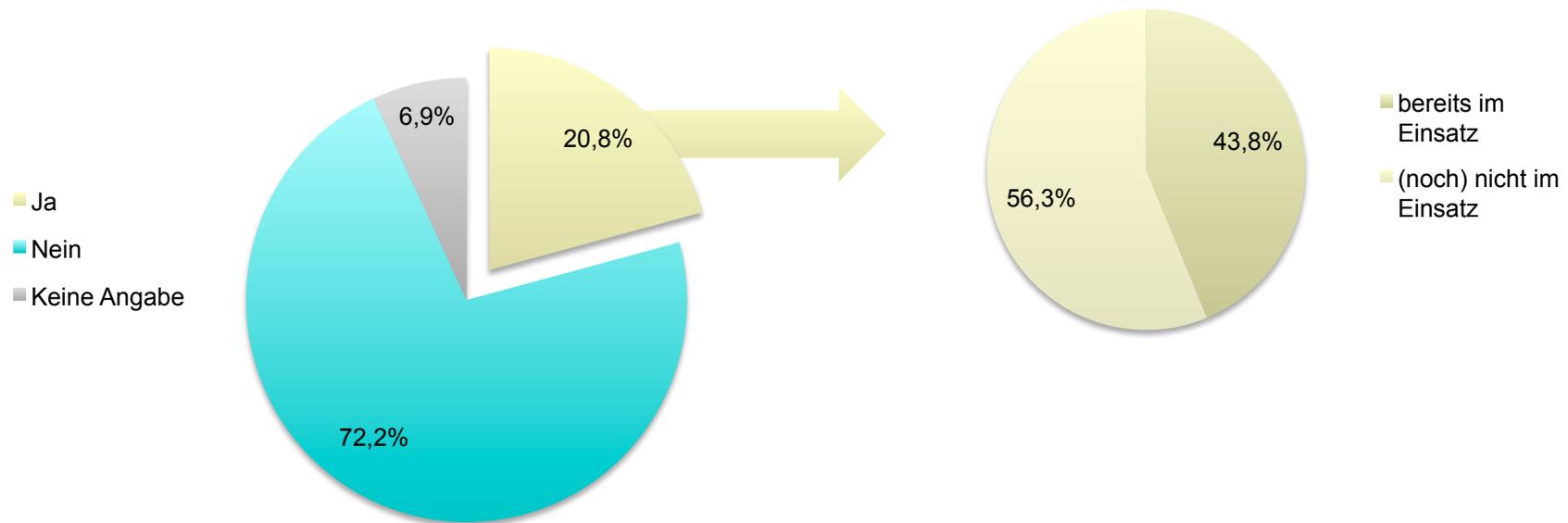
Auch der demografische Wandel erhält erhöhte Aufmerksamkeit



n = 72

Im Vergleich zu den großen Kommunen besteht Nachholbedarf

Lediglich 20% der Wirtschaftsförderungen beschäftigen sich mit dem Einsatz eines Kunden-Beziehungsmanagement-Systems



n = 72

Weitere Ergebnisse der Umfrage stehen Ihnen zur Verfügung

- **Gesamtauswertung**
- **Sonderauswertung für Norddeutschland**
- **Sonderauswertung für Süddeutschland**
- **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

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