

Wo steht die Wirtschaftsförderung 2012?

Sonderauswertung für Kreise und Landkreise

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

































Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

LANDKREIS CLOPPENBURG





Stadt Ulm





WfLeverkusen

Wirtschaftsförderung

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















Leverkusen





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"

<u>Das Studienangebot</u>
<u>richtet sich an:</u>
Wirtschaftsförderer, Hochschul-

absolventen, Berater,
Regionalmanager, Stadtmarketingverantwortliche u.a.

In Kooperation mit:



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





...und nun zu den Befragungsergebnissen...





Wo steht die Wirtschaftsförderung 2012?

Sonderauswertung für Kreise und Landkreise

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 59 der 310 teilnehmenden Institutionen Wirtschaftsförderungen der Kreise, was ca. **19% der Beteiligten** entspricht.



Zusammenfassung der Ergebnisse (1)

Immer mehr Wirtschaftsförderungen sind privatrechtlich organisiert.

Durchschnittlich beschäftigen die Wirtschaftsförderungen in Kreise 5,3 Mitarbeiter.

Zum Vergleich: Insgesamt sind es durchschnittlich 8,5 Mitarbeiter.

Der Jahresetat einer Wirtschaftsförderung beträgt im Durchschnitt etwa 586.000 €.

Zum Vergleich: Im Durchschnitt stehen den Wirtschaftsförderungen in Deutschland ca. 790.000 € zur Verfügung.

Klassische Themen, wie Ansiedlungsakquisition und Fördermittelberatung wie vor hohe Priorität.

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



Zusammenfassung der Ergebnisse (2)

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

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

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

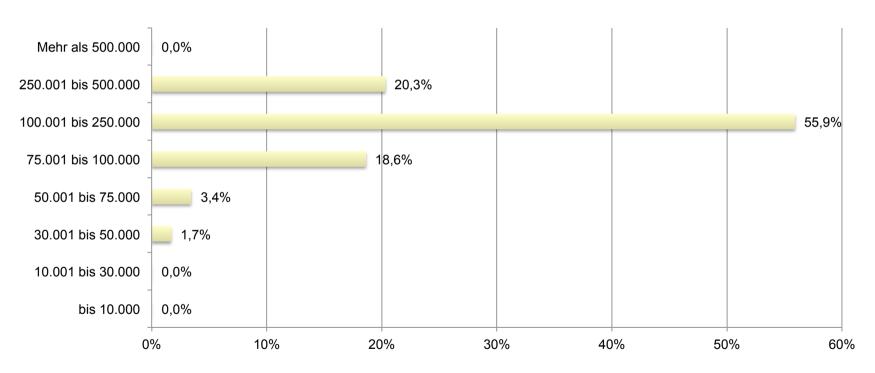
Die Themen demografischer Wandel und Fachkräftemangel rücken in der Fokus der Wirtschaftsförderung in den Kreisen – ebenso wie regionale Kooperationen

Der Einsatz von professionellen Kunden-Beziehungsmanagement-Systemen hat Einzug in die Arbeit von Kreis-Wirtschaftsförderungen erhalten.



Nur wenige kleine Landkreise

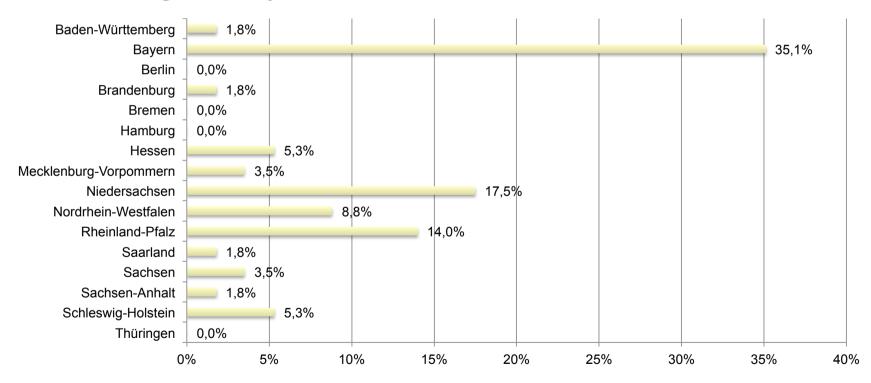
3/4 der befragten Landkreise haben mehr als 100.000 Einwohner



n = 59

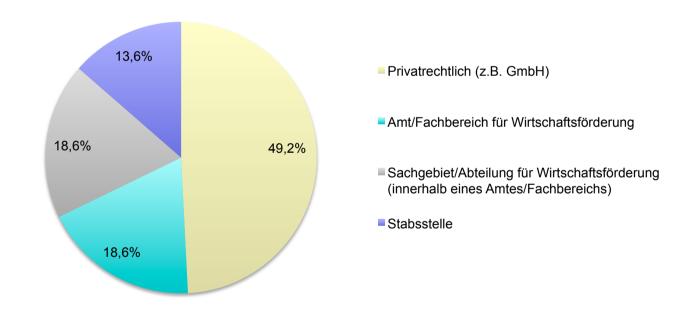
Mit Ausnahmen von Thüringen sind Kreise aus allen Bundesländern dabei

Großteil der befragten Wirtschaftsförderungen in Kreisen liegt in Bayern



Alle Organisationsformen sind vertreten

Ca. 50% der Wirtschaftsförderungen sind privatrechtlich organisiert

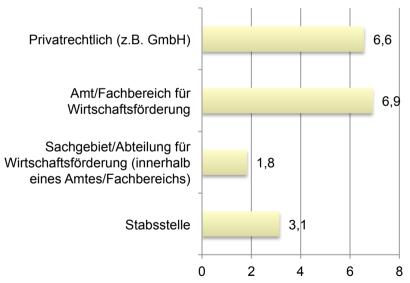




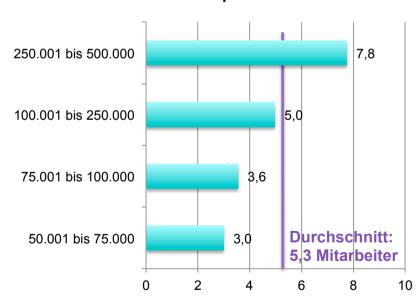
Ämter und Fachbereiche mit der besten Personalausstattung

Durchschnittlich beschäftigen die Kreiswirtschaftsförderungen mehr als 5 Mitarbeiter





Zahl der Mitarbeiter nach Größe der Gebietskörperschaft

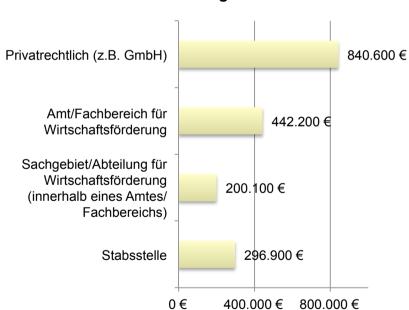




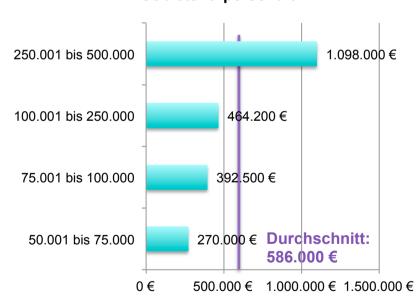
Je mehr Einwohner, desto höher der Etat

Die finanziellen Mittel betragen durchschnittlich 586.000 Euro jährlich

Jahresetat nach Organisationsform



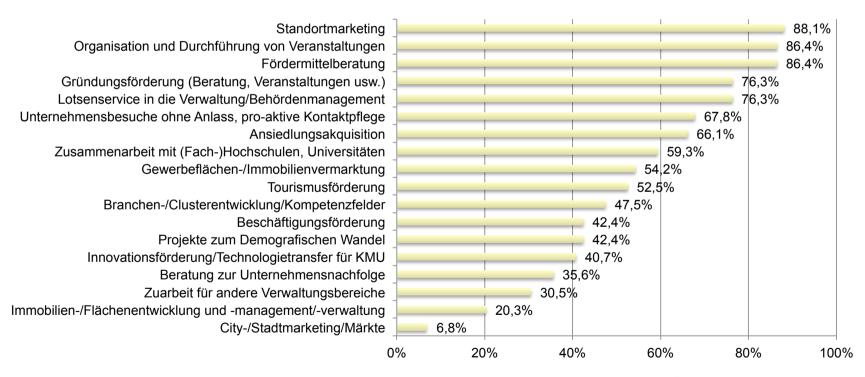
Jahresetat nach Einwohnerzahl der Gebietskörperschaft





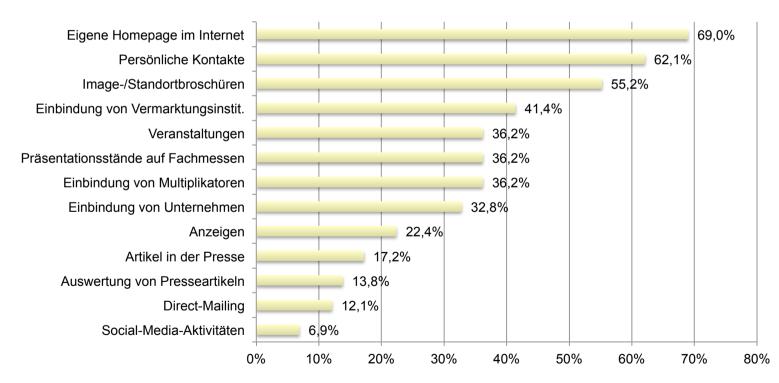
Breites Aufgabenspektrum der Wirtschaftsförderung

Standortmarketing, Fördermittelberatung und Veranstaltungsmanagement als Hauptaufgaben



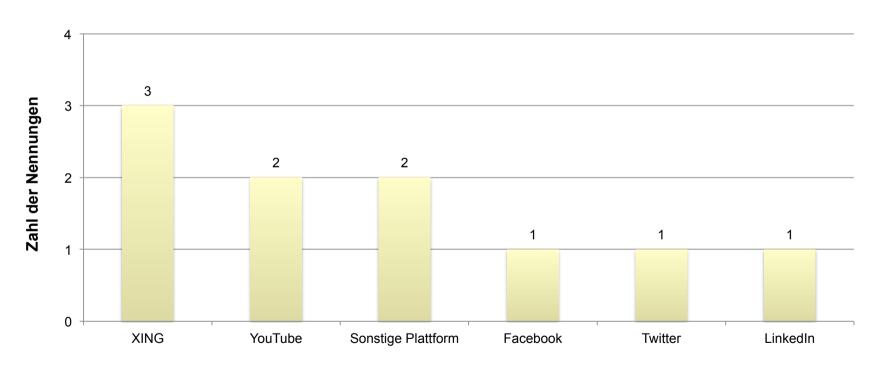
Internet und persönliche Kontakte sind die wichtigsten Marketinginstrumente

Pressearbeit und Social Media mit eher geringer Relevanz



Social Media sind als Vermarktungsinstrument noch wenig verbreitet

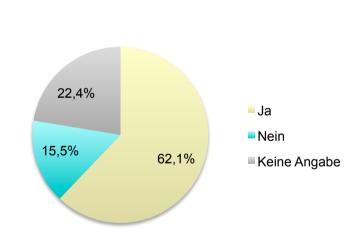
Lediglich 6 Wirtschaftsförderungen (=6,9%) nutzen XING, Facebook & Co. für die Vermarktung



n = 6 Mehrfachnennungen möglich Sonstige Plattformen: SYSBY; KOMSIS

Im Ansiedlungsgeschäft wird insgesamt ein positives Fazit gezogen

Über 60% haben in den letzten 12 Monaten Unternehmen angesiedelt



Wenn ja, wie viele?

Insgesamt konnten die Wirtschaftsförderer durchschnittlich etwa 6 neue Unternehmen pro Jahr in Ihrer Gebietskörperschaft ansiedeln. (n=28)

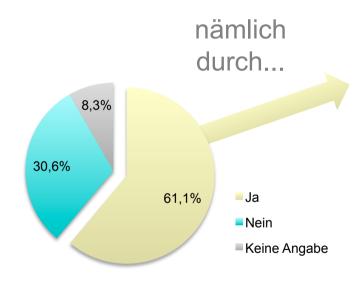
Wenn ja, woher?

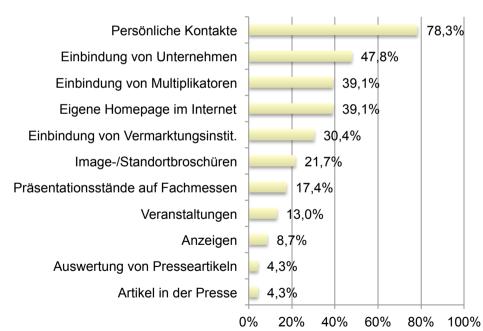
Etwa 50% der Neuansiedlungen erfolgten aus einem Umkreis von 50 km (n = 26)



Persönliche Kontakte sind entscheidend für den Ansiedlungserfolg

Mehr als 60% der Wirtschaftsförderungen wissen, wodurch Kunden auf den Standort aufmerksam werden



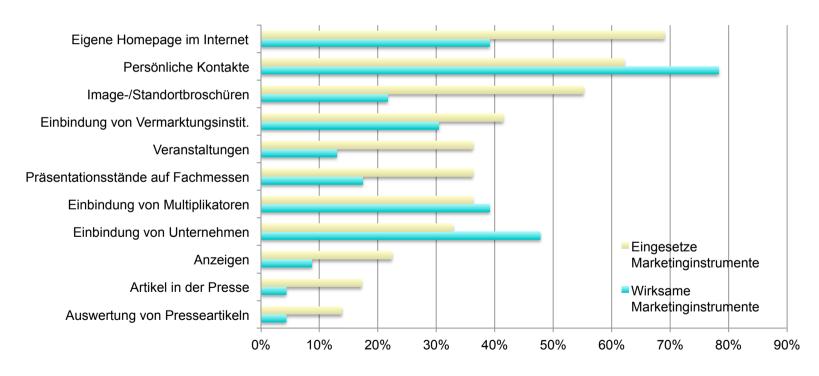


n = 36 / n = 23 (Mehrfachnennungen möglich)



Die Nutzung persönlicher Kontakte ist ein effizientes Mittel bei der Vermarktung

Der Einsatz von Standortbroschüren bringt hingegen wenig Erfolg im Vergleich zu anderen Maßnahmen

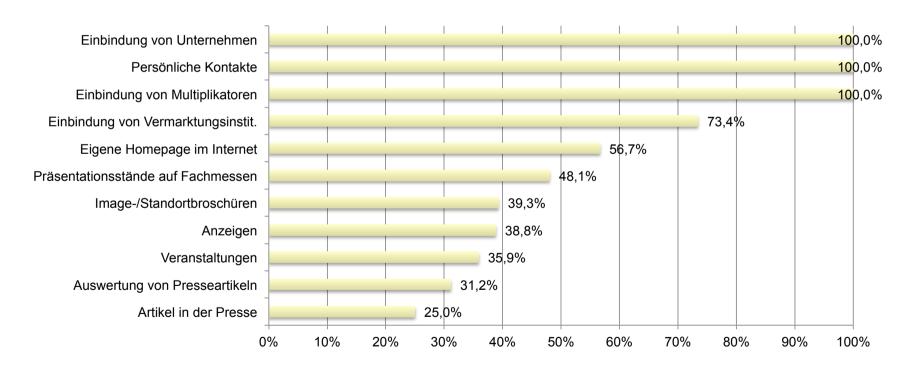


Mehrfachnennungen jeweils möglich



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: 22.4% der Befragten nennen den Einsatz von Anzeigen. 8.7% führen Grundstückskäufe auf

Beispiel: 22,4% der Befragten nennen den Einsatz von Anzeigen. 8,7% führen Grundstückskäufe auf deren Einsatz zurück. Rechnung: 8,7% / 22,4% = 38,8%



Familienfreundlichkeit und Fachkräfte in aller Munde

Fast 75% der Wirtschaftsförderungen ergreifen Maßnahmen zur Gestaltung des demografischen Wandels

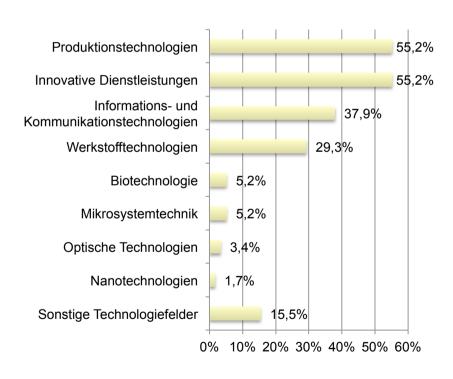






Neue Technologien finden insgesamt noch wenig Beachtung

Produktionstechnologien und innovative Dienstleistungen rücken besonders in den Fokus



Als sonstige Schlüsselbranchen wurden u.a. genannt*:

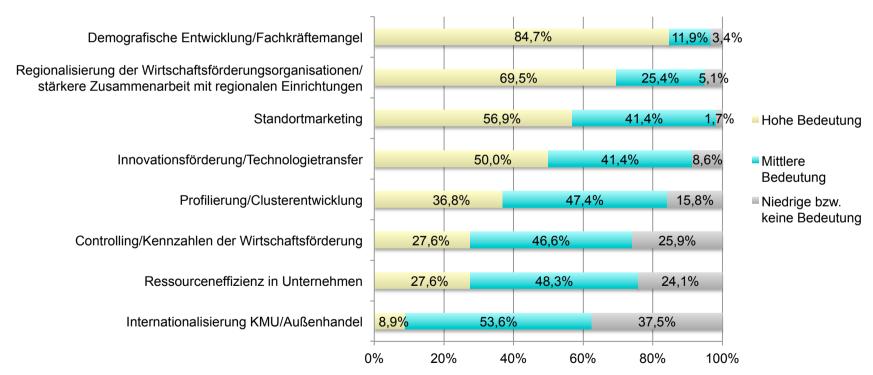
- Erneuerbare Energien
- Logistik
- Neue Werkstoffe
- Medizintechnik
- Kreativwirtschaft
- Life Sciences





Hohe Bedeutung beim Fachkräftemangel und in der regionalen Zusammenarbeit

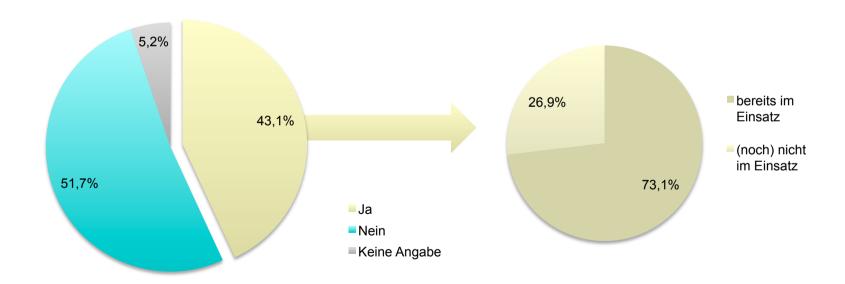
Für mehr als 4 von 5 Wirtschaftsförderungen hat das Thema Fachkräftemangel eine hohe Bedeutung





Professionelles Kunden-Beziehungsmanagement hat Einzug erhalten

Über 40% der Wirtschaftsförderungen beschäftigen 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 Oberzentren ab 100.000 Einwohnern

...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

