



Bürgerinitiative pro Region Heilbronn-
Franken e.V.

„Anforderungsprofil und Organisationsform regionaler Wirtschaftsförderung“

Audi Forum Neckarsulm
19. Juli 2005

Regionaltag 2005



- ... die Stärken der Region Heilbronn-Franken weiterhin zu nutzen und sich von der „Jammerei in Deutschland“ abzusetzen.
- „Wenn wir Dampf machen, braucht uns vor der Zukunft nicht bange zu sein.“



Originalton aus

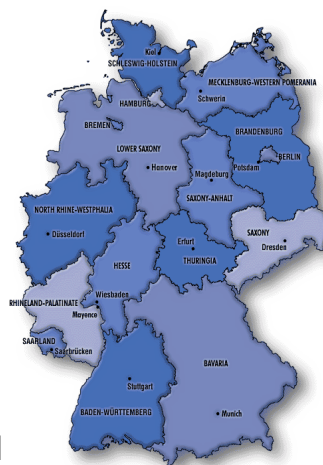


Gliederung des Vortrag

- Grundlagen und Entwicklungen der Wirtschaftsförderung
- Wirtschaftsförderung in BW und Internationale Konkurrenz
- Anforderungen an die Wirtschaftsförderung Heilbronn-Franken
- Organisationsform und Aufgaben der zukünftigen regionalen Wirtschaftsförderung

Wirtschaftsförderung in der Bundesrepublik Deutschland

- Art. 91 GG
Ländersache
- Landwirtsch.
Grund-
versorgung
- Wiederaufbau



- Länderinitiative NRW, Umbau der Montan-industriestruktur
- Einzelinitiativen in der Südschiene
- Integration Ostdeutschlands

Wirtschaftsförderung in BW



GWZ -> BW International

Einzelinitiativen



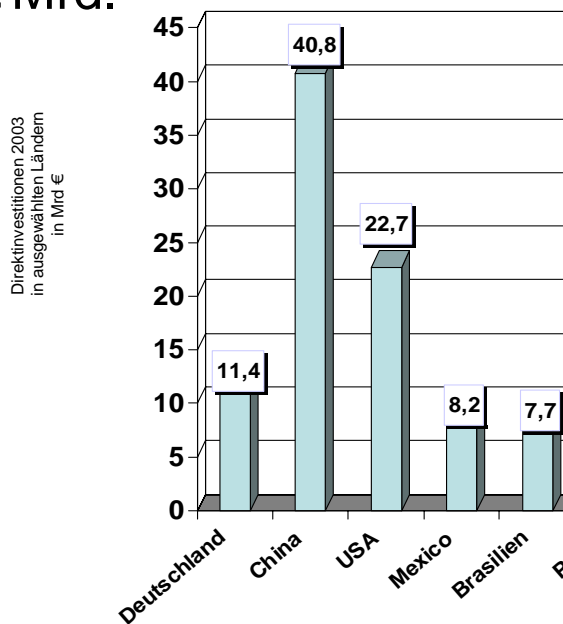
Wirtschaftsregion Stuttgart 

Karlsruher Initiative



Globaler Wettbewerb der Direktinvestitionen (2003)

€ Mrd.



Wozu Wirtschaftsförderung?

- Dauerhafte Zukunftssicherung
- Bestandssicherung der regionalen Wirtschaft
- Schaffung neuer Arbeitsplätze und Ansiedelung von Betrieben
- Schaffung und Erhalt der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen
- Gewerbeflächenmanagement
- Förderung der weichen Standortfaktoren

Messbare Erfolgsfaktoren

- Neue Arbeitsplätze und Bestandssicherung
- Erhaltung und Verbesserungen der Lebensbedingungen
- „Wir-Gefühl“, weiche Standortvorteile, Image Verbesserung innen und außen

Gliederung des Vortrag

- Grundlagen und Entwicklungen der Wirtschaftsförderung
- Wirtschaftsförderung in BW und Internationale Konkurrenz
- Anforderungsprofil an die Wirtschaftsförderung Heilbronn-Franken
- Organisationsform und Aufgaben der zukünftigen regionalen Wirtschaftsförderung

Wir können alles.
Außer Hochdeutsch.



Baden-Württemberg

Die Werbe- und Sympathiekampagne.

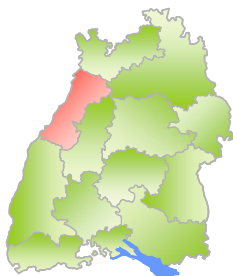
Regionale Einzelinitiativen in BW



Raum Karlsruhe



- Technologie-Region Karlsruhe GbR
- Jahresbudget seit 1987: € 290.000 (dient ausschließlich Werbemaßnahmen)
- Finanzierung durch Umlage und Anerkennungsbeitrag
- IHK stellt hauptamtlichen Mitarbeiter



Raum Karlsruhe



Wirtschaftsförderungsmaßnahmen

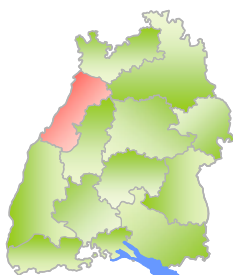
- Standortmarketing
- Akquisition im In- und Ausland
- Vermittlungstätigkeiten
- Förderung eines wirtschafts- und innovationsfreundlichen Klimas



Raum Karlsruhe



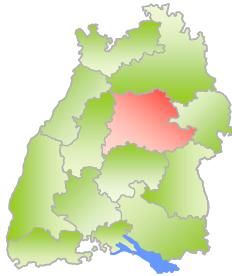
- Eine der ersten Standortmarketing-Initiativen
- Enge Zusammenarbeit mit IHK
- Persönliches Interesse der OBs
- Weiterentwicklung zur ganzheitlichen Region unter Integration des Regionalverbandes



Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH



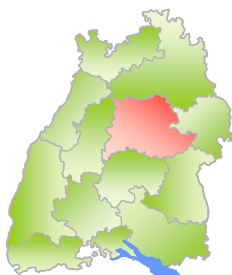
- Gründung im August 1995 durch den Verband Region Stuttgart, per Gesetz übertragene Aufgabe der regional bedeutsamen Wirtschaftsförderung.
- 20 feste Mitarbeiter, 30 weitere befristet in Förderprojekten.
- Budget 2004: ~ 7,5 Mio. Euro, davon fast die Hälfte selbst erwirtschaftet.



WRS Stuttgart



- Strukturell nicht vergleichbar
- Regionalparlament
- Wirtschaftsförderergesellschaft in Kooposition zu IHK, BW International und dem
Forum Region Stuttgart eV



Ostwürttemberg



Wirtschaftsförderungsmaßnahmen:

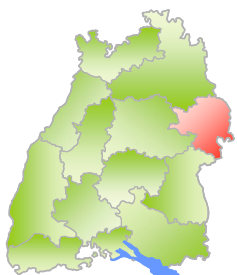
- Standortmarketing
- Regionales Gewerbeflächenmanagement
- Beratungs- und Serviceangebot
- Unterstützung von Existenzgründern
- Förderung der Netzwerkbildung



Ostwürttemberg



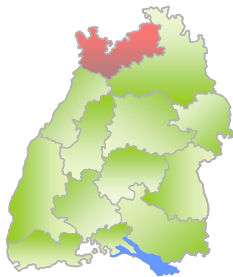
- WiRO (Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH Ostwürttemberg)
- Jahresbudget beträgt ca. € 300.000 (Finanzierung: 2/3 Sparkasse
1/3 Volksbank)
- P.E.G.A.S.U.S.
- Risikokapitalfond



Unterer Neckar



Einheitlichen Lebensraum mit hoher Lebensqualität im Drei-Länder-Eck zwischen Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen überschreiten fördern



Unterer Neckar



Projekte:

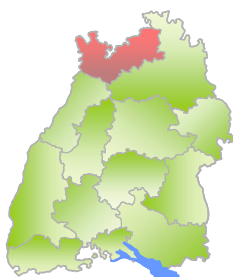
Regionales Arbeitsmarktforum

Regionaler Schienengüterverkehr

Verwaltungsdurchklick

Mittlerweile 70 Unternehmen aus der Region die Ziele unter Leitung der BASF

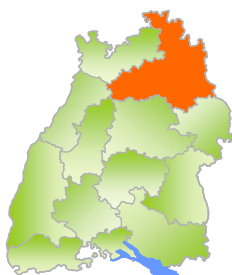
Budget Million € plus





Wirtschaftsregion Heilbronn Franken WHF

- Aus IHK Initiative entstanden
- Im Spannungsfeld von regionaler Identität und wirtschaftlichen Notwendigkeiten
- Getragen und im Wettbewerb mit den Gesellschaftern
 - IHK und HK Heilbronn-Franken
 - Stadt Heilbronn
 - Landkreise HN, KÜN, TBB, SHA
 - Regionalverband



Was sind die Ziele der WHF?

- Regionales Standortmarketing national/international
- Förderung der Netzwerkbildung und –pflege
- Fachkräfteakquisition
- Unternehmensansiedlung



Exportentwicklung der
Unternehmen

Beschäftigungsentwicklung

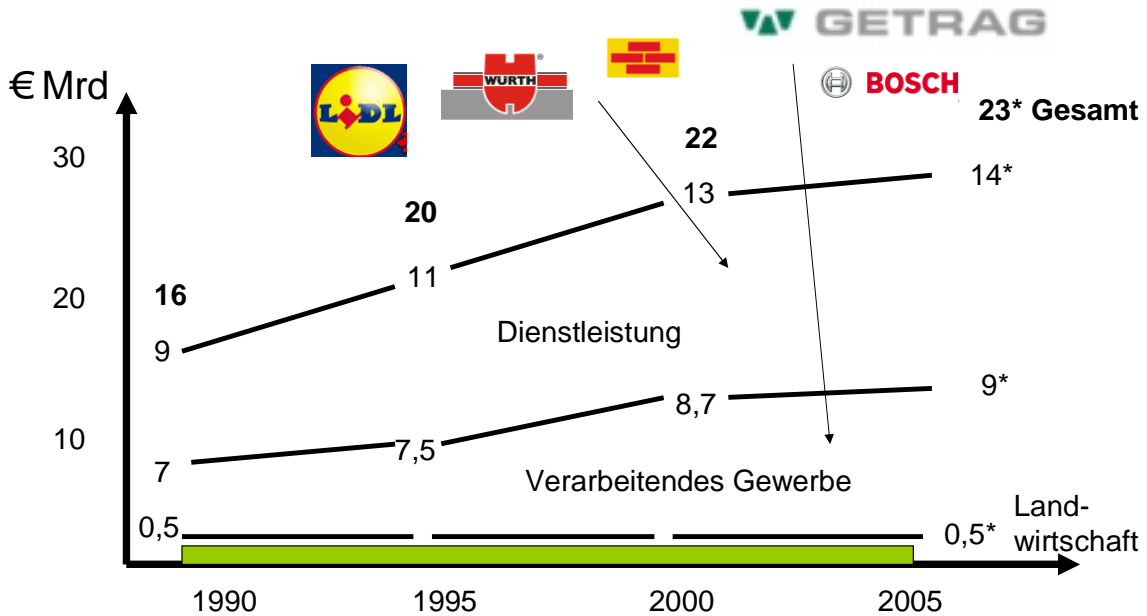
Wachstumsregion Nr. 1 in Baden-Württemberg

Umsatzentwicklung der
Unternehmen

Bevölkerungsentwicklung

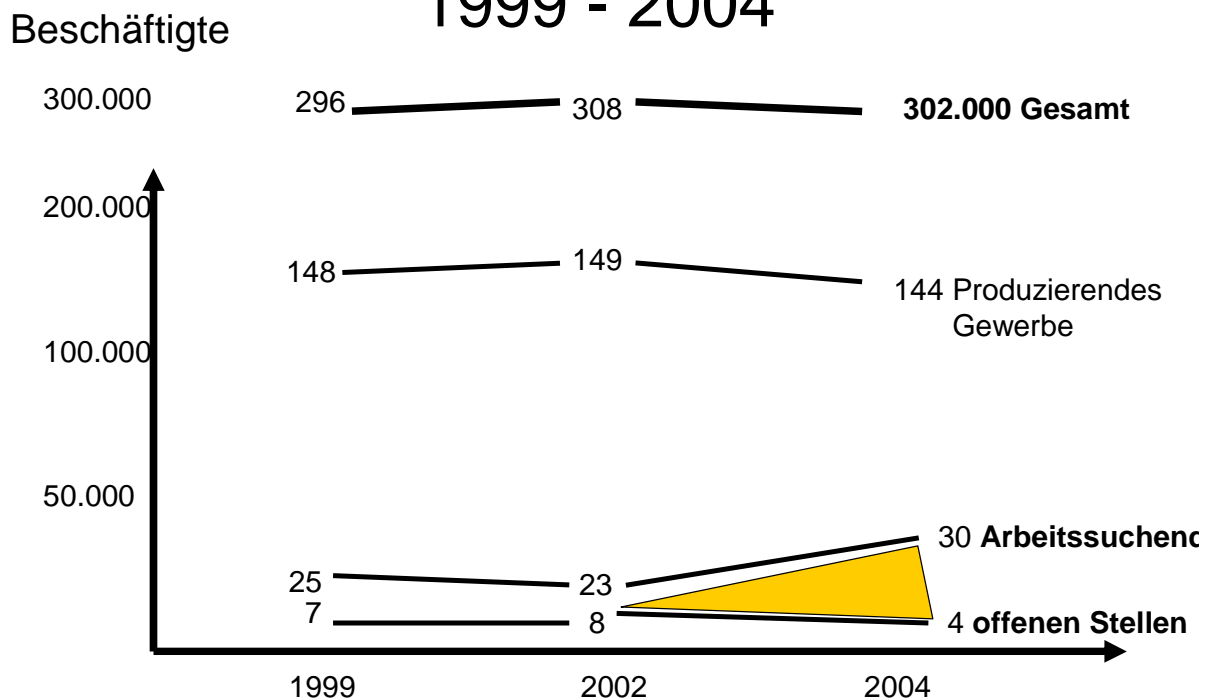
Unternehmensneugründungen.

Bruttowertschöpfung in der Region Wirtschaftsbereichen 1990 - 2005



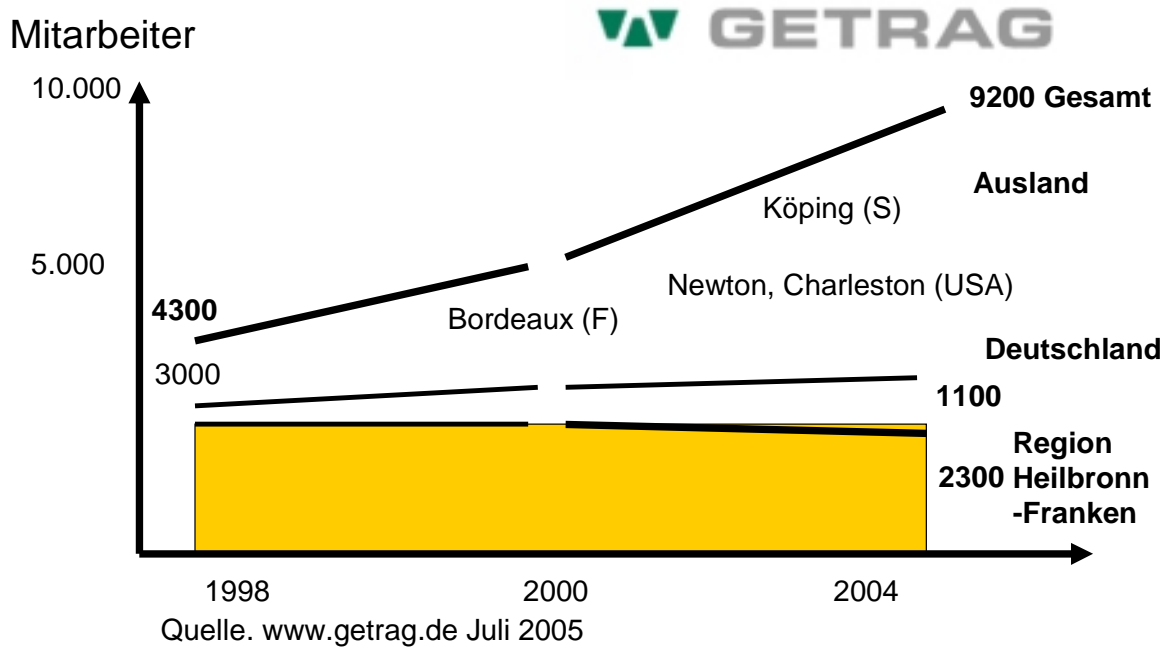
Quelle. © Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 14.07.2005, * Schätzung

Arbeitssuchende – Offenen Stellen 1999 - 2004

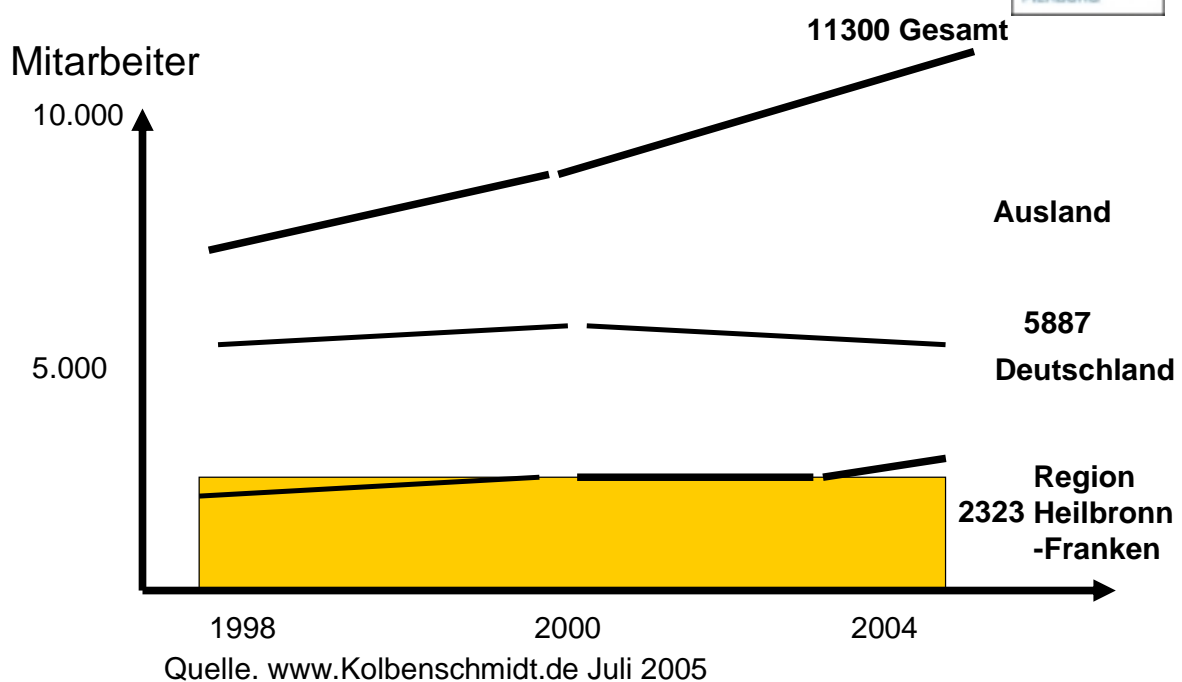


Quelle. © Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 14.07.2005, IHK H-F 2004

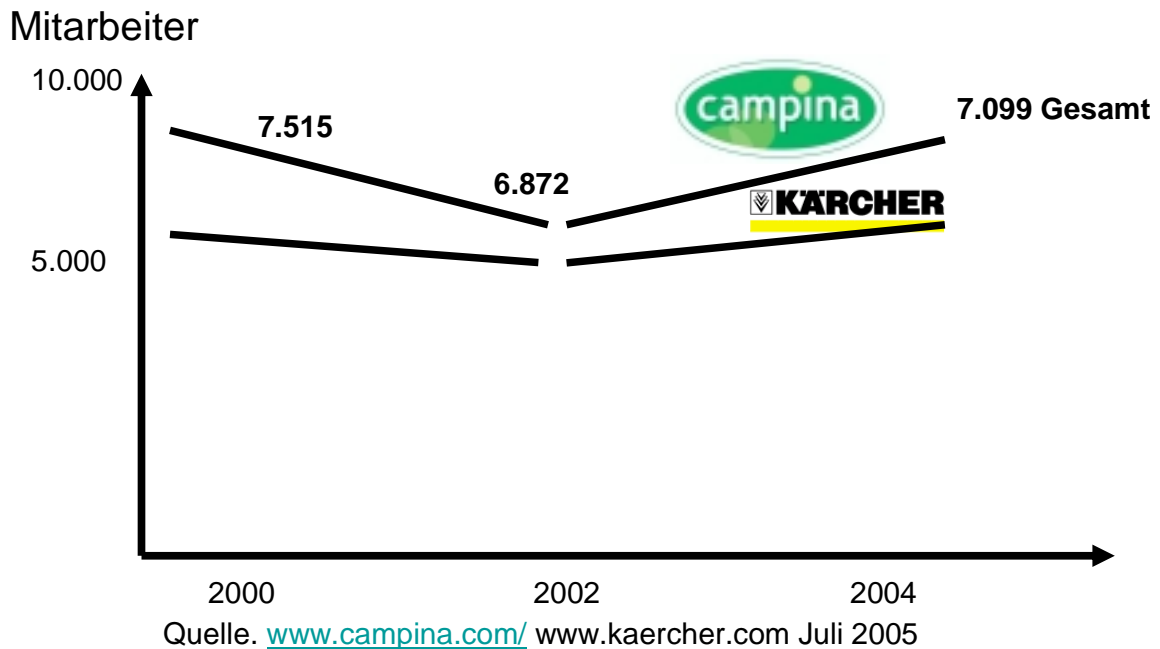
Mitarbeiterentwicklungsbeispiel Hidden Champions 1998 - 2004



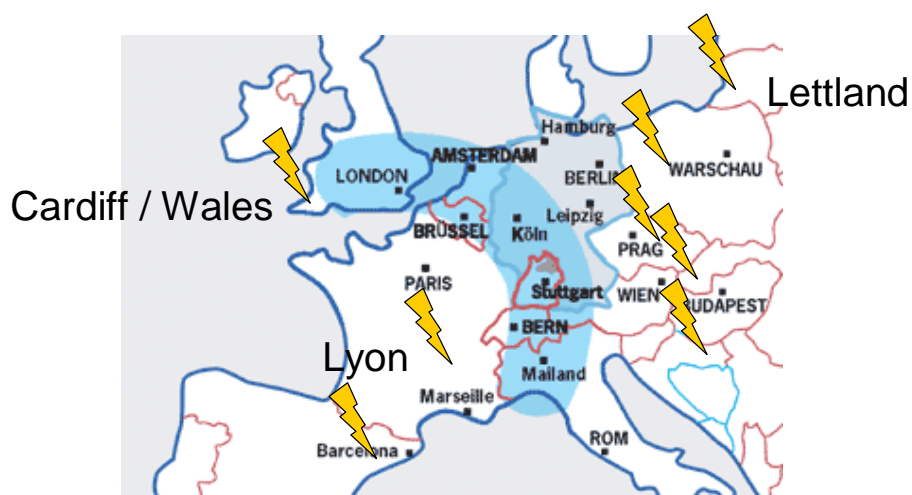
Mitarbeiterentwicklungsbeispiel Hidden Champions 1998 - 2004



Mitarbeiterentwicklungsbeispiel Hidden Champions 1998 - 2004



Europäische Konkurrenz



Asiatische Konkurrenz



Amerikanische Konkurrenz



Gliederung des Vortrag

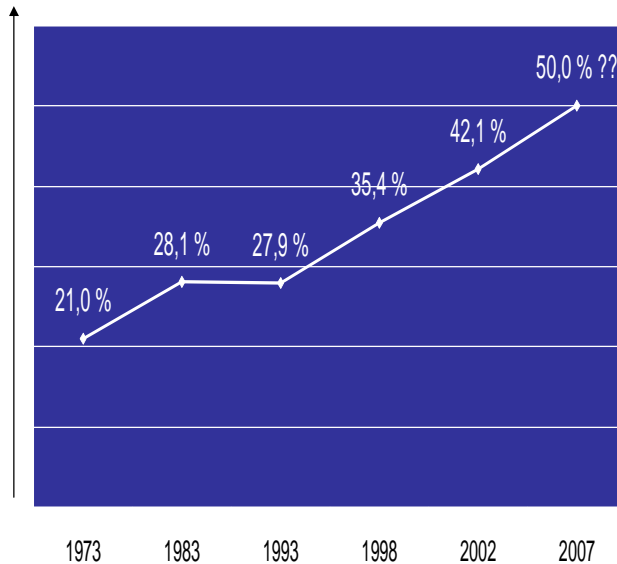
- Grundlagen und Entwicklungen der Wirtschaftsförderung
- Wirtschaftsförderung in BW und Internationale Konkurrenz
- Anforderungen an die Wirtschaftsförderung Heilbronn-Franken
- Organisationsform und Aufgaben der zukünftigen regionalen Wirtschaftsförderung

Herausforderungen für die Regionen

- Bestandssicherung der regionalen Wirtschaft auch durch Erweiterung im Ausland
- Neuansiedelung von Unternehmen, Flächenmanagement, Clusterbildung, Infrastruktur
- Sicherung Angebot qualifizierte Arbeitskräfte und Förderung von Aus- und Weiterbildung
- Bewältigung des demographischen Wandels und Steigerung der Familienfreundlichkeit
- Förderung der Netzwerkbildung und Innovationsfähigkeit

Bestandssicherung der regionalen Wirtschaft

Auslands-
Umsatz
%



Unterstützung der
Internationalisierung

Sicherung der
Mitarbeiterqualifikation

Förderung der
Innovationsfähigkeit

Zielregionen regionaler Unternehmen bei Geschäftserweiterungen

- Asien (v.a. China, Indien) 29%
- Osteuropa 25%
- USA 11%



Branchen: Automotive, Maschinen-
und Anlagenbau, Elektronik und
Elektrotechnik, etc.

Quelle: Diplomarbeit FH Furtwangen 06/2005 bei der WHF

Management der Neuansiedelung

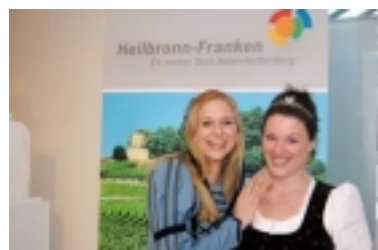
- Internationale Bekanntheit
- Einheitliches Auftreten
- Professionelle Bearbeitung



Imagewerbung und Standortmarketing



Regionalpräsentationen



Bestehende Wirtschaftsförderungen

Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH



Innovationsregion Kocher & Jagst e.V.

W.I.H. Wirtschaftsinitiative Hohenlohekreis GmbH

Wirtschaftsförderungsgesell. des Landkreises

Schwäbisch Hall GmbH

Wirtschaftsförderung Main-Tauber

Wirtschaftsförderung Raum Heilbronn GmbH



Wirtschaftsinitiative
Hohenlohe



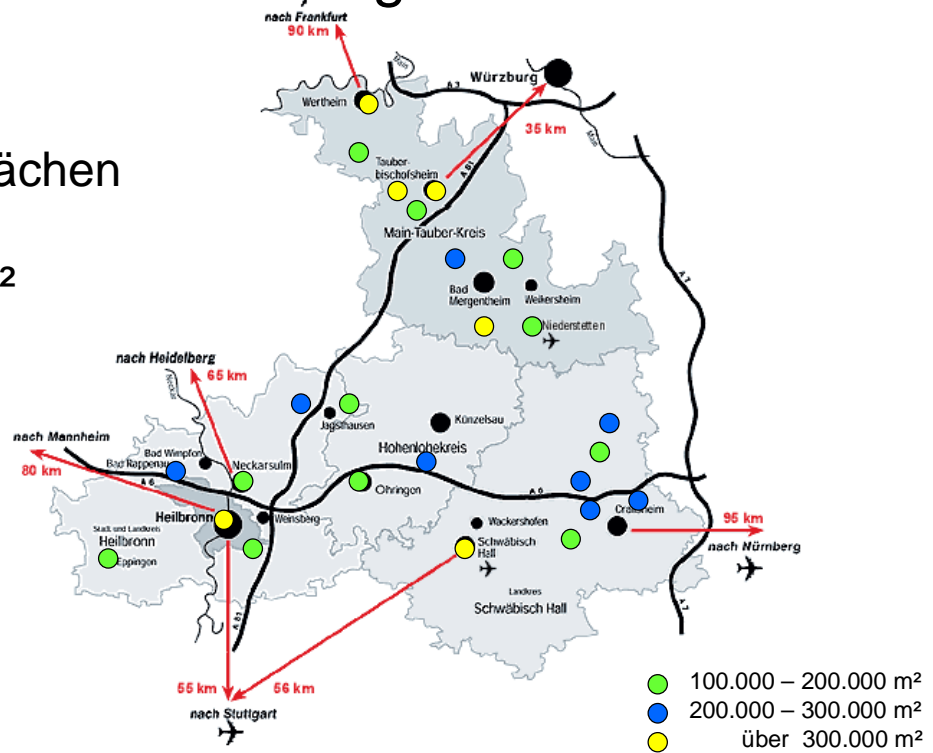
Koordinierte Auslandsauftritte



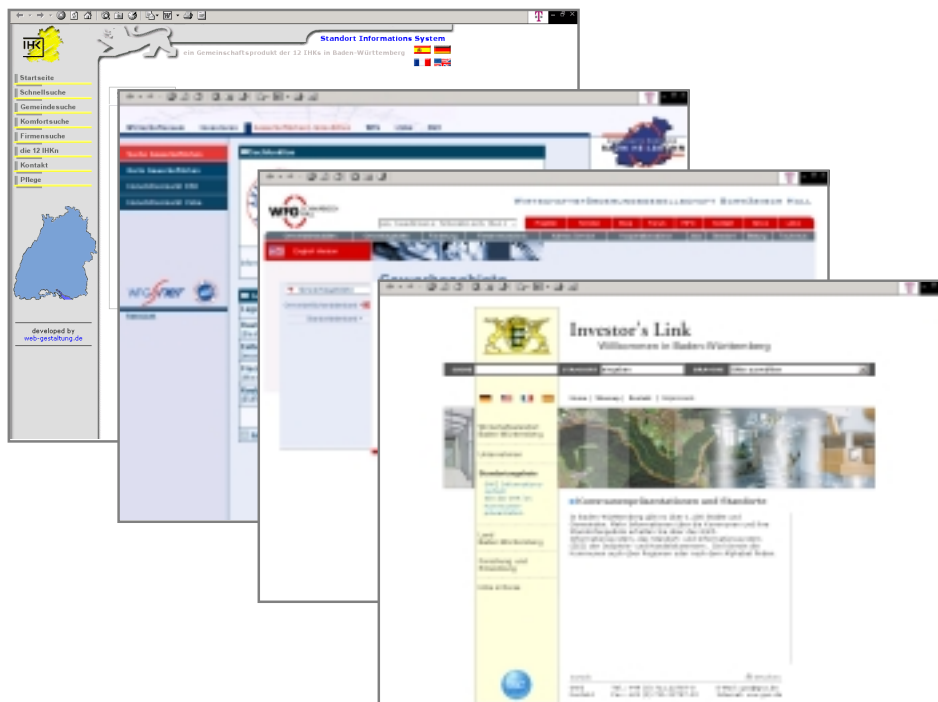
oder WHF in China, oder die WFG Raum Heilbronn in USA oder Finnland?

Gewerbeflächenmanagement

Gewerbeflächen
über
100.000 m²



Regionale Gewerbeflächen- datenbanken



Gewerbeflächenmanagement

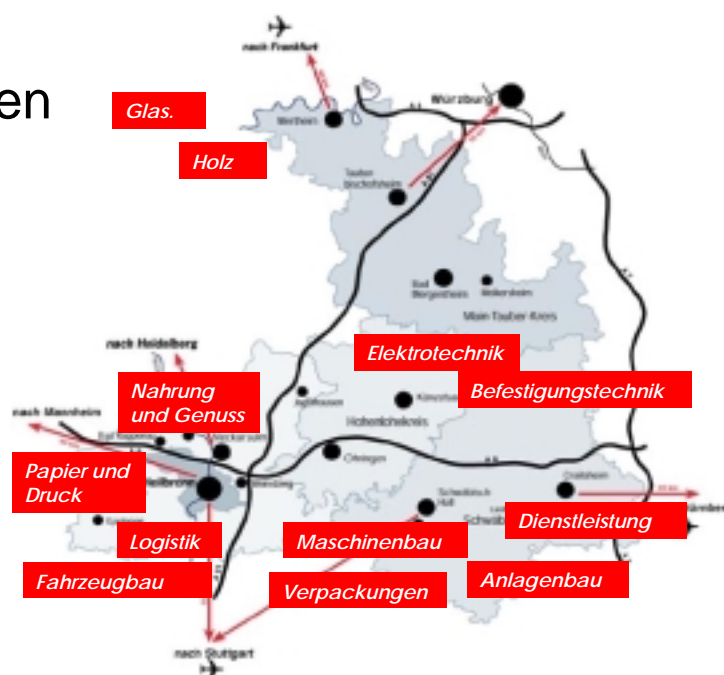
rund **10.000.000 m²**
Gewerbeflächen

- attraktiv und baureif
- klare Besitzverhältnisse fast ausschließlich in kommunaler Hand

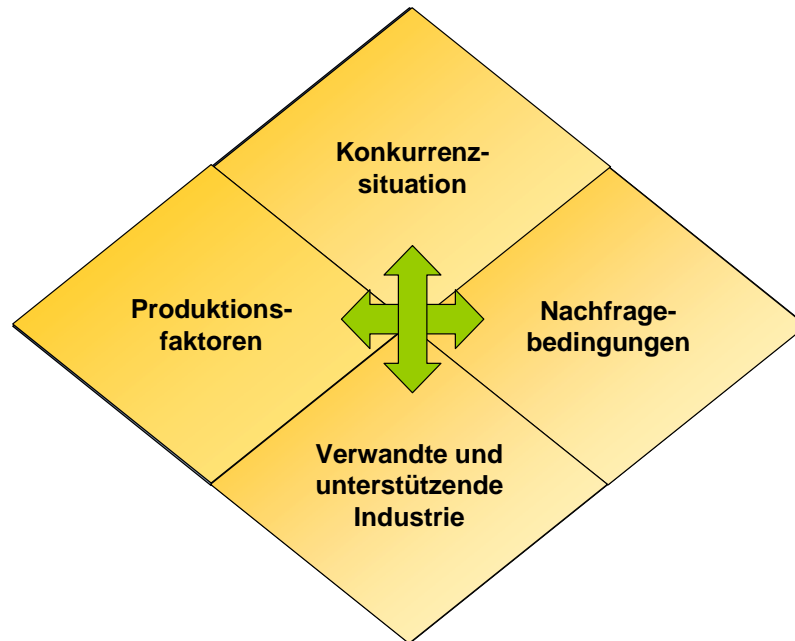
➔ ~€ 10 pro m² verzinst mit 5%
bedeuten € 5 Million Zinsen pro
Jahr für die Kommunen

Industrieentwicklung für die Zukunft

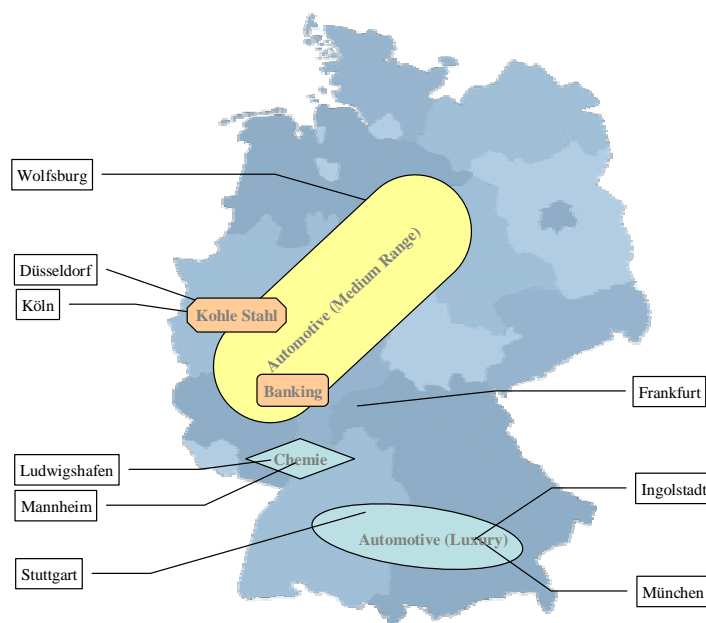
Von Branchen
zu Cluster



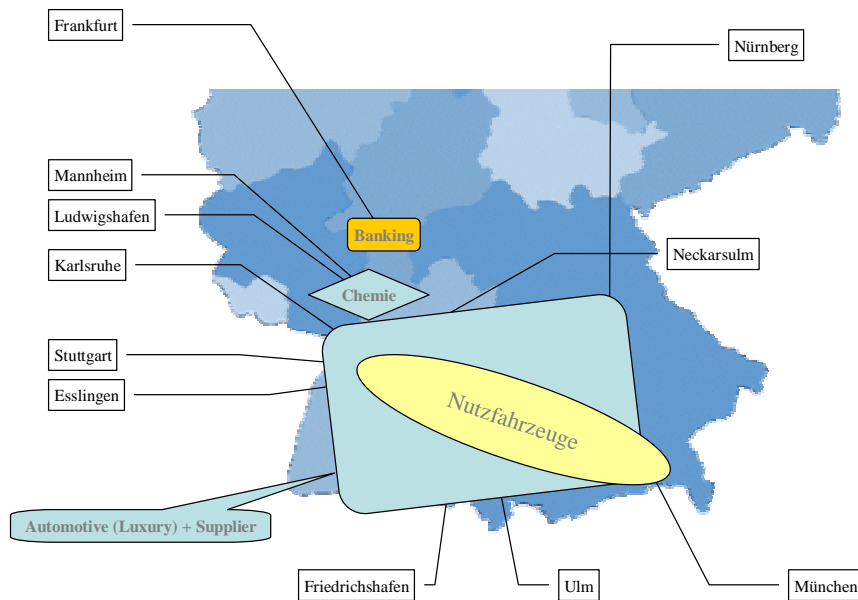
Clusteranalyse nach Porter's Diamond



Cluster in Deutschland

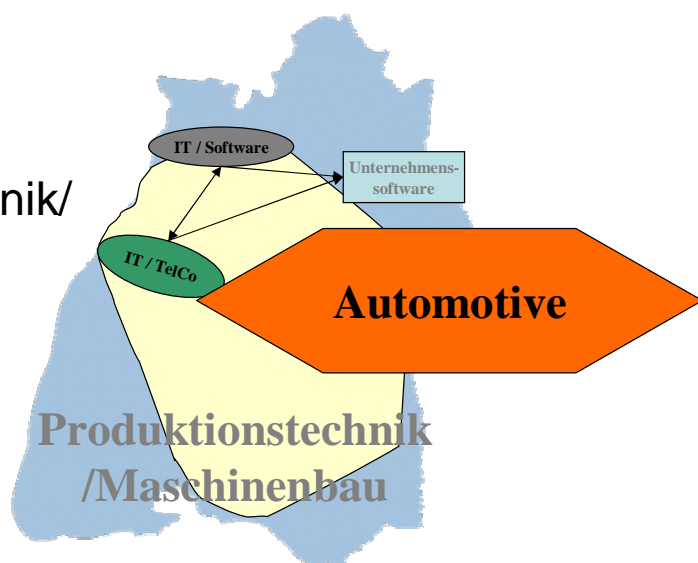


Cluster in Süddeutschland



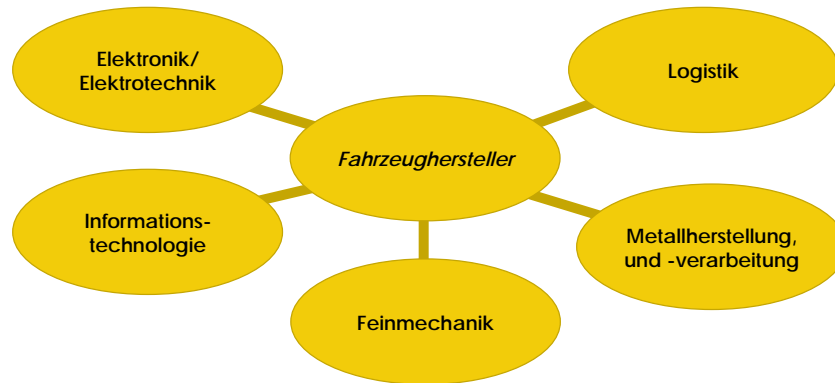
Cluster in Baden-Württemberg

- IT/Software
- Automotive
- Produktionstechnik/
Maschinenbau



Microcluster : Stadt und Landkreis Heilbronn

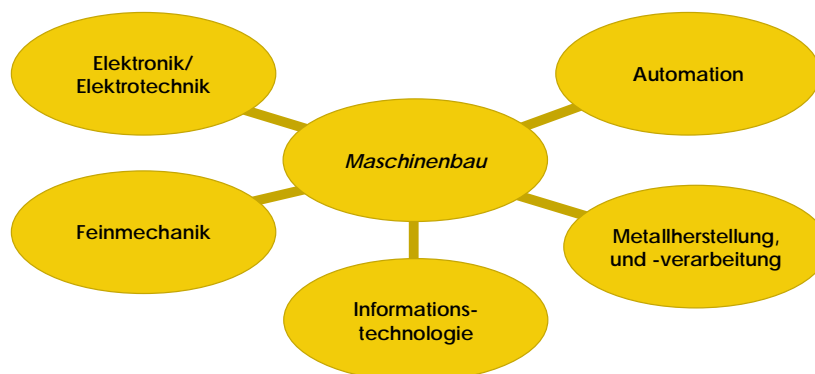
Heilbronn –Standort der Mobilitätsbranche und seiner Zulieferer



Quelle: GWZ Stärkung des Standortmarketings 2001

Microcluster: : Stadt und Landkreis Heilbronn

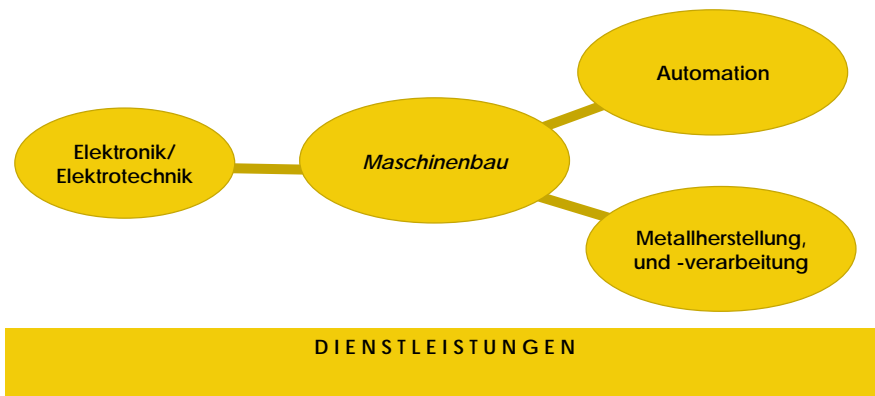
Heilbronn – ein hoch vernetzter Standort der industriellen Prozesstechnologie



Quelle: GWZ Stärkung des Standortmarketings 2001

Microcluster: : Landkreis Schwäbisch Hall

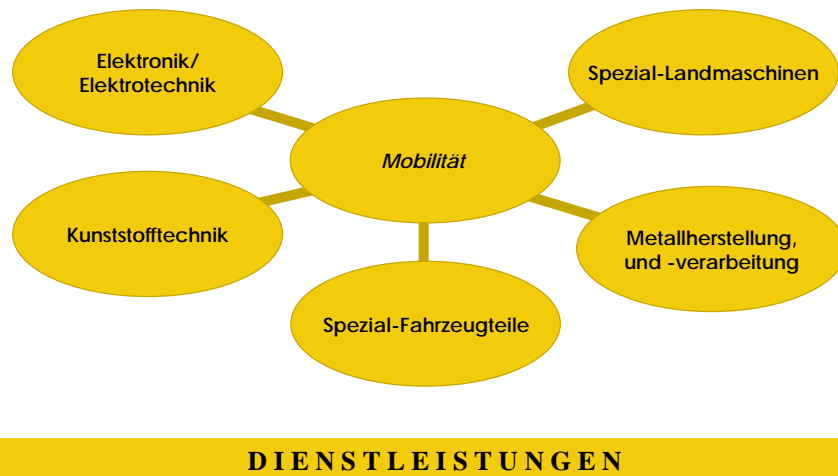
Schwäbisch Hall – ein hoch vernetzter Standort der industriellen Prozesstechnologie mit dem Schwerpunkt Abfüll- und Verpackungsanlagen



Quelle: GWZ Stärkung des Standortmarketings 2001

Microcluster: : Hohenlohekreis

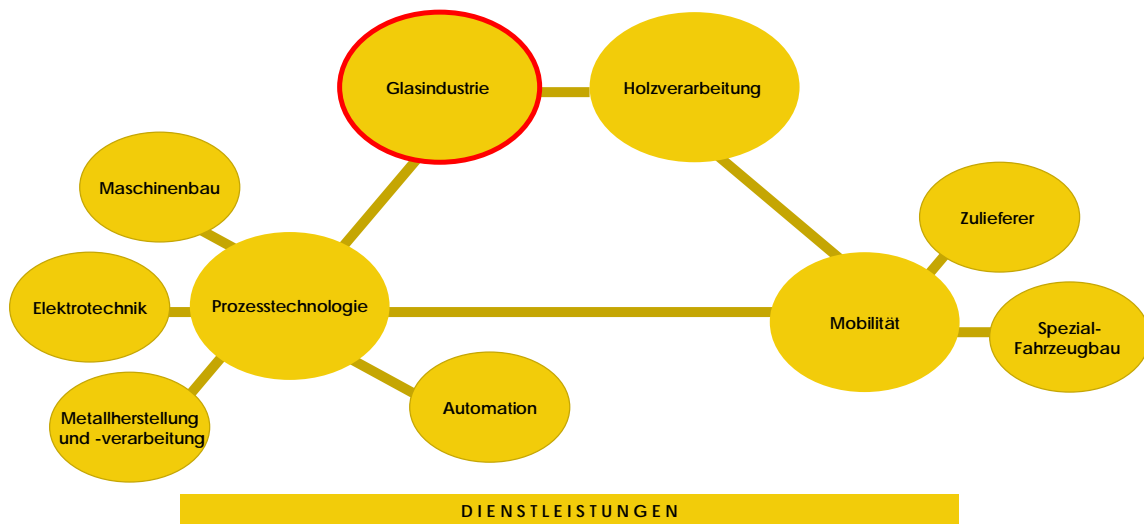
Hohenlohekreis – Standort der Zulieferer für die Mobilitätsbranche



Quelle: GWZ Stärkung des Standortmarketings 2001

Microcluster: Main-Tauber-Kreis

Branchenstruktur

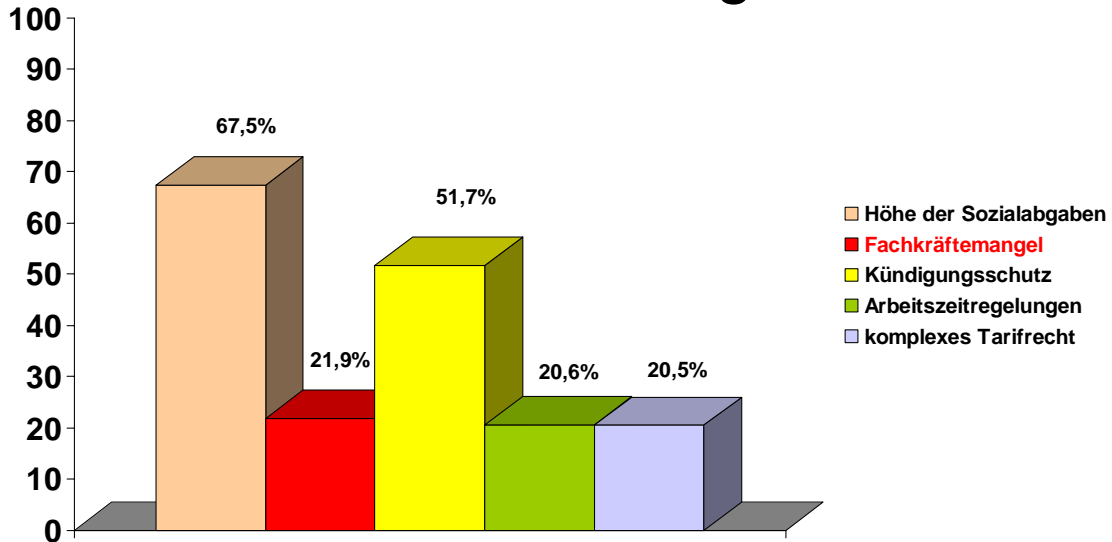


Quelle: GWZ Stärkung des Standortmarketings 2001

Förderung der Clusterbildung durch:

- Bewusstseins-schaffung für vorhandene Cluster
- Schaffung regionaler Kontaktpunkte (Kongresse, Messen, Arbeitskreise, etc.)
- Integration in überregionale Zusammenhänge

Angebot qualifizierte Arbeitskräfte und Förderung von Aus- und Weiterbildung










Quelle: Konjunkturumfrage IHK Heilbronn-Franken III/2003 (405 teilnehmende Betriebe)



Fachkräfteanwerbung



-  Organisation von **Betriebsbesichtigungen** für Schüler, Studenten und Professoren
-  **Diplomanten- und Praktikantenvermittlung**
-  Einrichtung einer regionalen Jobbörse „www.regiojob24.de“
-  Betreuung von **Diplomarbeiten**
-  **Präsentation** der Region an Hochschulen – Gastvorlesungen
-  **Integration** der Hochschulen in die Netzwerke der Region
-  Präsentation der Region im **nationalen und internationalen Umfeld** (Zuwanderung)

Arbeitskräftenwerbung und - vermittlung

- Bewusstsein für Notwendigkeit schaffen
- Kooperation mit bestehenden Trägern suchen



Bundesagentur für Arbeit

Regionale Projekte

- Lernende Region



- „Aktiv“

Hohenloheaktiv



Fördermittel aus Brüssel, Berlin akquirieren

- Projektinitiativen Koordinieren
- Anträge schreiben und platzieren
- Projekte Koordinieren

Markenhierarchie: Heilbronn-Franken kann als Dachmarke dienen



Heilbronn-Franken kann als Dachmarke dienen

- Wenn wir weiterhin "Hohenlohe", "Schwäbisch Hall", "Heilbronn", "Liebliches Taubertal" bewerben verpufft einfach zu viel.
- Der gemeinsame Wille muss auch optisch durch ein einheitliches - vielleicht nochmals neu zu gestaltendes Logo - auch oder gerade nach außen demonstriert werden.

Gliederung des Vortrag

- Grundlagen und Entwicklungen der Wirtschaftsförderung
- Wirtschaftsförderung in BW und Internationale Konkurrenz
- Anforderungen an die Wirtschaftsförderung Heilbronn-Franken
- Organisationsform und Aufgaben der zukünftigen regionalen Wirtschaftsförderung

WHF im Spannungsfeld von IHK, Kommunen und Landkreisen



Organisationsform der WHF beibehalten ... oder

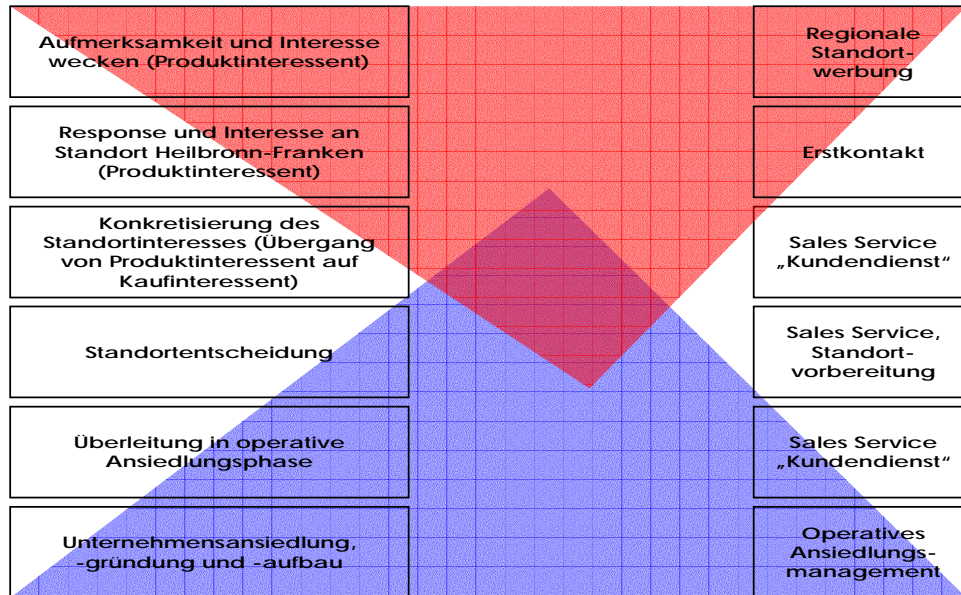
- IHK/HK Nähe suchen
- Stärkere Kooperation mit den Landkreisen



- weder noch, Eigenständigkeit stärken

Schnittstellen klarer definieren

Regionale Wirtschaftsförderung



Kommunale und lokale Wirtschaftsförderung

Veränderungen der Aufgaben der WHF

- Beibehalten,
- Ausweiten/reduzieren?

Die Aufgaben der WHF

- Imagewerbung- und Standortmarketing inkl. „weiche Standortfaktoren“
- Bildung- und Pflege von Netzwerken sowie Bündelung der regionalen Wirtschaftsförderung
- Anwerbung von Fachkräften
- Ansiedlung von Technologie orientierten Unternehmen und Dienstleistern

WHF Schwerpunkte präzisieren:

- Standortmarketing nach außen und Koordination internationale Beziehungen
- Akquisition von Regionalen Projekten
- Teilaufgaben delegieren (Gewerbeflächendatenbank, etc.)

Nächste Schritte

- Verständnis der WHF stärken: „Agentur für die Region“
- Der Aufbau der „Marke Region Heilbronn-Franken“
- Arbeitskräftevermittlung neu strukturieren
- Fördermittel aus Brüssel, Berlin akquirieren
- Cluster Initiative anregen

**Besten Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Kontakt:

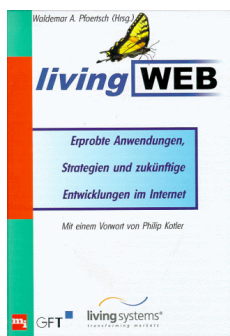
Prof. Dr. Waldemar A. Pförtsch

Hochschule Pforzheim

International Business
Tiefenbronnerstrasse 65
75175 Pforzheim

Mail: waldemar.pfoertsch@hs-pforzheim.de
Mobil: +49-171-536 8998

Veröffentlichungen



zu beziehen unter, bitte klicken

<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/380063144X/wwwpfoertsco-21/>

