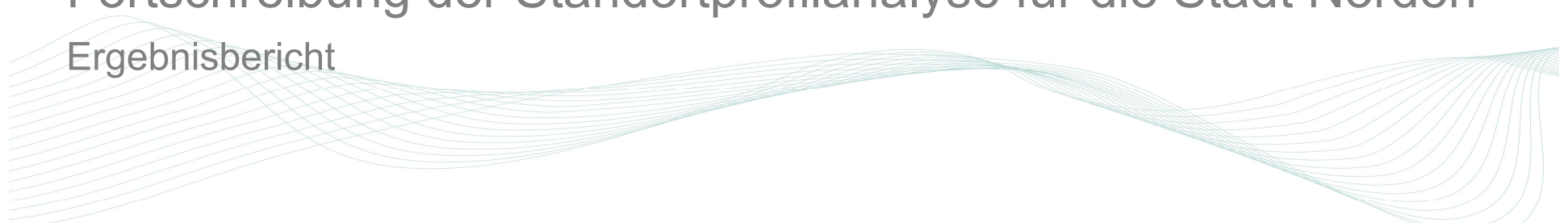




Fortschreibung der Standortprofilanalyse für die Stadt Norden

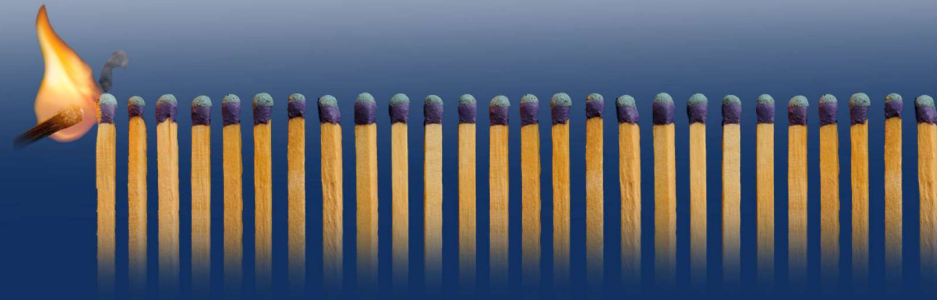
Ergebnisbericht



Gliederung

1.	Einleitung	3
2.	Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse	6
	2.1 Demografischer Wandel	6
	2.2 Übergang zur Wissensökonomie	8
	2.3 Energiewende	10
	2.4 Mobilität und Logistik	12
	2.5 Tourismus und Reiseverhalten	16
	2.6 Förderlandschaft	18
3.	Standortprofilanalyse	22
	3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich	23
	3.1.1 Demografische Entwicklung	24
	3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung	28
	3.1.3 Standortfaktoren	35
	3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden	40
	3.2.1 Tourismus	42
	3.2.2 Gesundheitswirtschaft	47
	3.2.3 Einzelhandel	49
	3.3 Gewerbeflächenanalyse	50
	3.4 Organisation und Ressourcen	62
	3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse	75
	3.5.1 Querschnittsthemen	76
	3.5.2 Branchen	80
4.	Strategische Handlungsansätze	85
5.	Empfehlungen zu wirkungsorientierten Leistungskennzahlen	91

Anhang (in gesonderter Datei)



1. Einleitung

1. Einleitung

Die Stadt Norden ist ein Mittelzentrum in Ostfriesland mit ca. 25.000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Die Wirtschaftsstruktur setzt sich hauptsächlich aus kleinen und mittelständischen Betrieben zusammen.

Im Rahmen der Standortprofilanalyse soll eine Auskunft über die regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden getroffen werden. Zudem sollen die Auswirkungen der gesellschaftlichen und ökonomischen Trends auf regionale Entwicklungsprozesse dabei einbezogen werden.

Eine SWOT-Analyse soll die Stärken und Schwächen sowie die Chancen und Risiken analysieren und einen Überblick verschaffen, was in den nächsten 5-10 Jahren bei den Branchen und den Standortfaktoren zu bedenken ist.

Langfristiges Ziel ist eine möglichst hohe Lebensqualität, eine stabile wirtschaftliche Entwicklung sowie eine nachhaltige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes. Hierbei spielen derzeit u.a. die Themenbereiche Gesundheitswirtschaft, Einzelhandel, Fachkräftesicherung und demografischer Wandel eine wichtige Rolle.

Es sollen die verschiedenen Herausforderungen für die Stadt, ihre Bürgerinnen und Bürger sowie ihre Unternehmen aufgedeckt und wesentliche Ziele und Schwerpunkte für zukünftige Entwicklungen abgeleitet werden. Die Ableitung von Handlungsfeldern für den Fachdienst Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing soll einen Orientierungsrahmen für zukünftige Arbeitsschwerpunkte und die Ableitung von Maßnahmen und Projekten im Fachdienst ermöglichen.

Die Ergebnisse der Beteiligungsformate fließen sowohl direkt als auch indirekt mit ein

Überblick über die durchgeführten Beteiligungsformate

- Es wurde eine Online-Unternehmensbefragung vom 07.11.-21.11.2019 durchgeführt. Als Ergebnis gab es insgesamt 190 Rückläufer, das entspricht einer sehr guten Rücklaufquote von 25,7 %.
- Es wurden im November 2019 insgesamt 11 Expertengespräche mit lokalen Akteuren durchgeführt.
- Es wurden drei Workshops durchgeführt:
 - 06.02.2020 Kaminabend mit Unternehmerinnen und Unternehmern aus der Stadt Norden
 - 20.02.2020 Workshop mit Akteurinnen und Akteuren aus der Politik der Stadt Norden
 - 24.11.2020 Workshop Post-Corona-Prozess (Zusatz zur Standortprofilanalyse) – Einarbeitung potenzieller Effekte durch das Coronavirus SARS-CoV-2 in die Fortschreibung der Standortprofilanalyse für die Stadt Norden

Die Ergebnisse dieser Beteiligungsformate fließen sowohl direkt als auch indirekt in die Fortschreibung der Standortprofilanalyse mit ein, schwerpunktmäßig in die Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse.

Zusätzlich wurden bereits vorliegende Gutachten mit in die Fortschreibung der Standortprofilanalyse einbezogen (u.a. Standortprofilanalyse 2011, Strategiepapier für die Stadt Norden 2015, Einzelhandelsentwicklungskonzept 2018, Umsetzung des Tourismuskonzeptes 2019).



2. Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse

2.1 Demografischer Wandel

2.2 Übergang zur Wissensökonomie

2.3 Energiewende

2.4 Mobilität und Logistik

2.5 Tourismus und Reiseverhalten

2.6 Förderlandschaft

2.1 Demografischer Wandel

Durch den demografischen Wandel verändert sich die Zusammensetzung der Gesellschaft in Deutschland. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren weiter verstärken, demnach prägen drei Trends diese Entwicklung: Wir werden **weniger**, **älter** und **bunter**. Neben einem generellen Bevölkerungsrückgang verschiebt auch die sinkende Zahl jüngerer Menschen bei gleichzeitig steigender Zahl älterer Menschen den demografischen Rahmen in den nächsten Jahren und Jahrzehnten.

Bereits heute ist jede zweite Person in Deutschland älter als 45 Jahre und jede fünfte Person älter als 66 Jahre. Eine weitere Einflussgröße ist die starke Zuwanderung der letzten Jahre, vor allem junger Menschen, die den Bevölkerungsverlust abgefedert hat und zu einer „bunter“ werdenden Gesellschaft beiträgt.

Zudem werden auch die Formen des familiären Zusammenlebens immer vielfältiger und die Definitionsgröße des Begriffs „Familie“ hat einen positiven Wandel erfahren. So gelten auch in statistischen Abfragen immer häufiger unverheiratete Paare mit Kindern, alleinerziehende Mütter und Väter, ob hetero- oder homosexuell (zusammen) lebend, als Familien und werden so auch auf immer breiterer Ebene gesellschaftlich akzeptiert.

Ein nach wie vor wichtiger Einflussfaktor, wie bereits auch in der Standortprofilanalyse 2011 beschrieben, ist die Verschiebung der Altersstruktur in den Regionen durch die Wanderungsbewegungen bestimmter Altersgruppen. So haben vor allem Wanderungsbewegungen der sogenannten Bildungs-, Familien- und Ruhesitzwander:innen einen großen Einfluss auf die Altersstruktur der Bevölkerung in einer Region, Kommune etc. Gerade in der Altersgruppe der 18-24-Jährigen kann dies enorme Auswirkungen auf das Bildungs- und Fachkräftepotenzial vor Ort haben.

Der demografische Wandel wirkt sich auch auf die Wirtschaft aus, denn verschiedene Altersgruppen haben auch unterschiedliche Bedürfnisse, somit verändern sich mit dem demografischen Wandel auch Kundengruppen und damit die Nachfragestruktur. Ebenso ist der Arbeitsmarkt davon betroffen. Eine Verschiebung der Altersgruppen hat auch Auswirkungen auf eine sich ohnehin verändernde Branchenstruktur. Dienstleistungen werden weiter zunehmen, es ist bereits seit einigen Jahren ein Fachkräftemangel zu beobachten und Themen wie u.a. die Qualifizierung von Mitarbeiter:innen, eine bessere Integration Älterer in den Arbeitsmarkt werden weiterhin an Bedeutung gewinnen.

Je nach Region sind die beschriebenen Faktoren jedoch unterschiedlich ausgeprägt. Ländliche Räume sind beispielsweise deutlich stärker von einer zunehmenden Alterung betroffen als (Groß-)Städte. Vor der Corona-Pandemie gab es Konsens über die Entwicklung in der Stadt- und Regionalentwicklung Deutschlands, dass Großstädte weiter wachsen, ländliche Regionen schrumpfen und viele Dörfer mit der Zeit aussterben. Doch die Corona-Pandemie hat gezeigt, dass es keinen Widerspruch zwischen globalen und regionalen Identitäten geben muss: „Glokalisierung“. Somit könnte der ländliche Raum zum Gewinner der Corona-Krise werden.

Quellen:
Destatis Statistisches Bundesamt 2021, Bevölkerung. Mitten im demografischen Wandel, URL: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Demografischer-Wandel/demografie-mitten-im-wandel.html;jsessionid=35ABB1E525BC2D6B1D0E306FD6B717D7.Jive712>
Bundeszentrale für politische Bildung 2019, Dossier Demografischer Wandel, URL: <https://www.bpb.de/politik/innenpolitik/demografischer-wandel/>
Institut der Deutschen Wirtschaft 2019, Alterung der Gesellschaft im Stadt-Land-Vergleich, URL: <https://www.iwkoeln.de/studien/iw-kurzberichte/beitrag/ralph-henger-christian-oberst-alterung-der-gesellschaft-im-stadt-land-vergleich-420704.html>
G+G-digital 2020, Corona verstärkt die Landlust, URL: <https://gg-digital.de/2020/11/einwurf/index.html>



2. Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse

2.1 Demografischer Wandel

2.2 Übergang zur Wissensökonomie

2.3 Energiewende

2.4 Mobilität und Logistik

2.5 Tourismus und Reiseverhalten

2.6 Förderlandschaft

2.2 Übergang zur Wissensökonomie

Bereits in der Standortprofilanalyse 2011 wurde der Übergang von der Industrie- zur Wissensgesellschaft in den entwickelten Industrieländern beobachtet. Dieser Trend hat sich seitdem weiter verfestigt und beschleunigt. Zum einen ist dies dadurch bedingt, dass die Welt immer schlauer wird, denn das globale Bildungsniveau ist so hoch wie nie, zum anderen verändert sich unser Wissen über die Welt, vor allem aber auch die Art und Weise, wie Informationen entstehen, genutzt, verarbeitet und verbreitet werden.

Strukturell bedeutet dies, dass in Deutschland, aber auch in fast allen anderen westlichen Ländern, die Anzahl der Arbeitsplätze in der Industrie abnimmt und die Anzahl der Arbeitsplätze im Dienstleistungsbereich zunimmt. Unter den Dienstleistungen sind hier vor allem die wissensintensiven Dienstleistungen zu nennen. Wissensintensive Dienstleistungen sind dadurch gekennzeichnet, dass sie einen (überdurchschnittlich) hohen Anteil an Mitarbeiter:innen haben, die sich mit Forschung, Entwicklung, Planung, Konstruktion und Design befassen und/oder einen (überdurchschnittlich) hohen Anteil an Mitarbeiter:innen, die einen Universitäts- oder Fachhochschulabschluss haben. Typische wissensintensive Dienstleistungen sind beispielsweise Telekommunikation und Informationsdienstleistungen, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung, Unternehmensberatung, Forschung und Entwicklung, Werbung und Marktforschung, Gesundheitsdienste sowie kreative und künstlerische Tätigkeiten.

Auch die Wissenskultur an sich erlebt einen Wandel, denn durch das Wachstum wissensintensiver Dienstleistungen verändern sich auch die benötigten Skills, um in solchen Berufen erfolgreich arbeiten zu können. Hierzu zählen u.a. transformatives Lernen (Umgang mit Krisen etc. lernen), Kreativität, Verspieltheit und digitale Medienkompetenz.

Das bedeutet auch, dass zukünftige Geschäftsmodelle immer stärker von Innovationen (z. B. technologischer Natur) leben werden und diese auch mehr und mehr kooperativ untereinander mit Hilfe von Verflechtungsbeziehungen zwischen unterschiedlichen Akteur:innen umgesetzt werden.

Wie bereits im zweiten Absatz erwähnt spielt auch die Bildung der Fachkräfte eine große Rolle in der Wissensgesellschaft. Diese Wissensorientierung führt zu einer zunehmenden Akademisierung, es werden immer mehr hochqualifizierte Fachkräfte an Hochschulen ausgebildet. Hierbei entstehen jedoch zwei Herausforderungen: Einerseits wird die berufliche Bildung immer weiter abgewertet und die damit verbundenen Berufe werden unattraktiver, sodass hier ein Fachkräftengpass entsteht oder diese Tätigkeiten ausgelagert werden. Andererseits führt es bei den hochqualifizierten Fachkräften gerade in den ländlicheren Räumen dazu, dass der Bedarf hier nicht gedeckt werden kann. Dies wird durch den demografischen Wandel weiter verschärft. In den Städten und Metropolregionen hingegen nimmt der Konkurrenzkampf stark zu. Die Nachfrage an Fachkräften wird also weiter ansteigen.

Quellen:

Zukunftsinstitut 2021. Megatrend Wissenskultur. URL: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-wissenskultur/>

Bundeszentrale für politische Bildung 2019. Wissensgesellschaft – eine Idee im Realitätscheck. URL: <https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/zukunftsbildung/146199/wissensgesellschaft>

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V. 2021. Wissensintensive Dienstleistungen. URL: https://www.diw.de/de/diw_01.c.412453.de/presse/glossar/wissensintensive_dienstleistungen.html



2. Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse

- 2.1 Demografischer Wandel
- 2.2 Übergang zur Wissensökonomie
- 2.3 Energiewende**
- 2.4 Mobilität und Logistik
- 2.5 Tourismus und Reiseverhalten
- 2.6 Förderlandschaft

2.3 Energiewende

Laut der Bundesregierung selbst markiert die Reaktorkatastrophe im Atomkraftwerk von Fukushima im Jahr 2011 den Wendepunkt in der deutschen Atompolitik. Bis Ende 2022 sollen auch die letzten Atomkraftwerke stillgelegt sein, gleichzeitig steigt der Anteil der erneuerbaren Energien stetig – die Stromversorgung wird nach und nach *grüner*, ebenso werden Maßnahmen getroffen, um die Energieeffizienz zu steigern. Dies geschieht u.a. durch neue Technologien wie Grünen Wasserstoff.

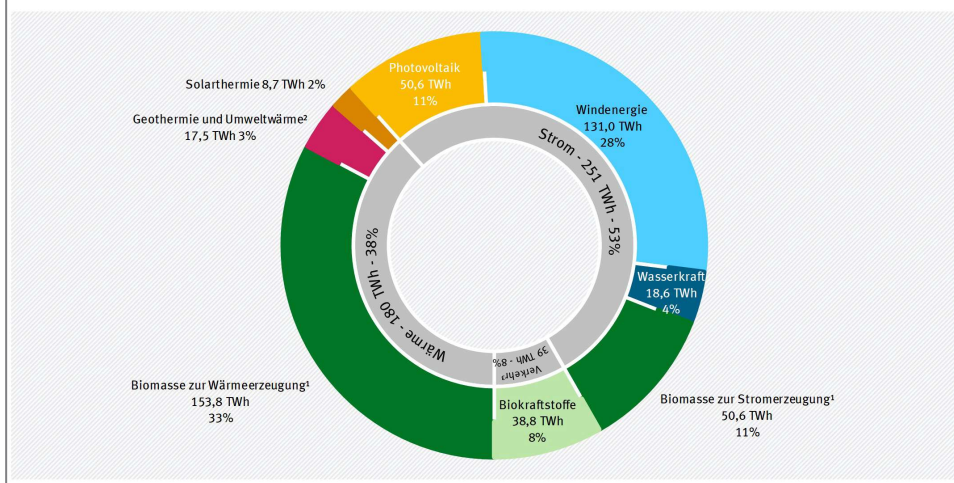
Wie im Erneuerbare-Energien-Gesetz verankert, wächst der Anteil der erneuerbaren Energien am Stromverbrauch kontinuierlich: Von rund 6 % im Jahr 2000 auf mehr als 42 % im Jahr 2019. Das Ziel bis zum Jahr 2025 ist es, dass 40-45 % des Stromverbrauchs in Deutschland aus erneuerbaren Energien stammt. Dabei sind die schwerpunktmäßigen Energieträger der Energiewende **Sonnenenergie**, **Windenergie** und **Biomasse** (s. Abbildung).

Besonders relevant für die norddeutschen Küstenregionen ist das Thema Windenergie auf See („Off Shore“). Ziel ist es, bis 2030 in deutschen Gewässern eine Windenergieleistung von 15.000 MW zu erreichen.

Nicht nur für die Windenergie, auch für weitere Bereiche erneuerbarer Energien ergeben sich im Rahmen des Strukturwandels auch wirtschaftliche Potenziale. Es entstehen Arbeitsplätze, Ausbildungsbedarfe und Wertschöpfung vor Ort. Gerade in den Küstenregionen ergeben sich Potenziale in Form von Investitionen und Unternehmensansiedlungen.

Energiebereitstellung aus erneuerbaren Energieträgern (2020*)

Gesamtenergiebereitstellung: 469,7 Terawattstunden [TWh]



¹ mit biogenem Anteil des Abfalls

² Stromerzeugung aus Geothermie etwa 0,2 TWh (nicht separat dargestellt)

³ Verbrauch von EE-Strom im Verkehr etwa 4,9 TWh

Abweichungen bedingt durch Rundungen, * vorläufige Werte

Quelle: Umweltbundesamt (UBA) auf Basis AGEE-Stat
Stand 02/2021

Quellen:

Bundesregierung 2021. 10 Jahre nach Reaktorkatastrophe, Fukushima-Unglück beschleunigte Energiewende. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/energiewende/10-jahre-nach-fukushima-1873572>

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2021. Erneuerbare Energien. URL: <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/erneuerbare-energien.html>

Umweltbundesamt 2021. Erneuerbare Energien in Zahlen. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/erneuerbare-energien/erneuerbare-energien-in-zahlen#uberblick>

Grafik: Umweltbundesamt (UBA) auf Basis AGEE-Stat Stand 02/2021

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2021. Windenergie auf See. URL: <https://www.erneuerbare-energien.de/EE/Navigation/DE/Technologien/Windenergie-auf-See/windenergie-auf-see.html>



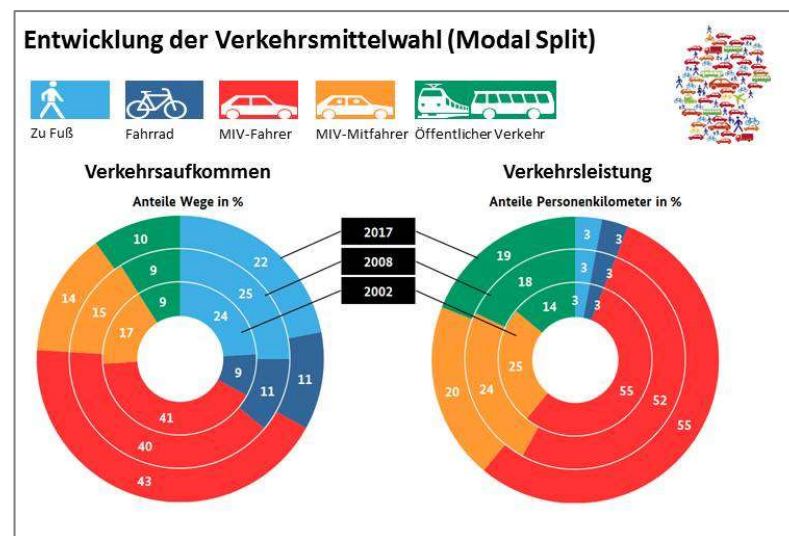
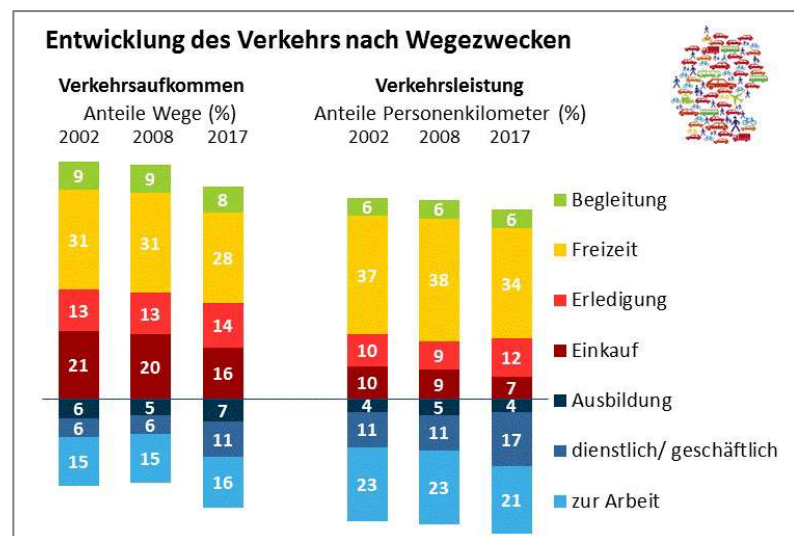
2. Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse

- 2.1 Demografischer Wandel
- 2.2 Übergang zur Wissensökonomie
- 2.3 Energiewende
- 2.4 Mobilität und Logistik**
- 2.5 Tourismus und Reiseverhalten
- 2.6 Förderlandschaft

2.4 Mobilität und Logistik (1)

Die Deutschen sind sehr mobil. Die insgesamt zurückgelegte Wegstrecke nimmt weiter kontinuierlich um etwa 0,5 % pro Jahr zu. Ein wichtiger Grund hierfür war auch die positive Entwicklung der Wirtschaft und der damit verbundene Anstieg an Erwerbstätigen, denn die beruflich bedingte Mobilität (Arbeit, Ausbildung, dienstlich) nahm 2017 gegenüber dem Jahr 2008 um 13 % zu. Die privat veranlasste Wegstrecke ist dagegen leicht rückläufig, dies lässt sich vor allem auch daran erkennen, dass die Wegstrecken zum Einkaufen (um 18 %) und für Freizeit Zwecke (um 7 %) merklich niedriger sind als noch 2008. Hinzu kommt noch die zurückgelegte Wegstrecke von Verkehrsteilnehmer:innen aus dem Ausland.

Bei der Anzahl der zurückgelegten Wege – sowohl pro Kopf als auch in der Summe aller Wege – ist ein Rückgang zu verzeichnen. Zum einen spielt hierbei die Digitalisierung eine Rolle, denn durch vermehrte Online-Einkäufe und auch entsprechender Internetnutzung in der Freizeit werden einige Wege obsolet und nehmen so ab. Zum anderen kommen die Auswirkungen der Corona-Pandemie hinzu, die in den o. g. Zahlen noch nicht berücksichtigt sind.



Quellen:
Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur 2020, Mobilität in Deutschland (MiD), URL: <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/mobilitaet-in-deutschland.html>
Grafik: BMVI

2.4 Mobilität und Logistik (2)

Wie in den Grafiken der vorherigen Seite deutlich wird, ist in Deutschland nach wie vor die MIV-Nutzung sehr beständig und steigt sogar leicht an. Doch auch der öffentliche Verkehr und das Fahrrad nehmen leicht zu.

Dabei ist jedoch zu unterscheiden: Im ländlichen Raum legen Menschen 70 % ihrer Wege mit dem Auto zurück, in der Stadt / der Metropole legen Menschen lediglich 38 % mit dem Auto zurück. Dies liegt vor allem an der besseren Erreichbarkeit der individuellen Ziele (z. B. Schulen, Arbeitsplätze, Einkaufsmöglichkeiten, Arztpraxen). Das kann bedeuten, die Angebote sind häufiger anzutreffen und damit auch insgesamt näher, das kann jedoch auch bedeuten, dass es gut ausgebaute ÖPNV-Alternativen in Städten gibt, die je nach Größe und Verkehrssituation deutlich unattraktivere Autostrecken aufweisen.

Das Thema Verkehr ist immer auch untrennbar mit dem Treibhausgasausstoß verknüpft. Hierbei betrug die CO₂-Belastung im Jahr 1990 noch 164 Mio. Tonnen CO₂, 2020 waren es 146 Mio. Tonnen CO₂. Bis 2030 soll dieser Wert auf höchstens 85 Mio. Tonnen CO₂ reduziert werden. Um dies zu erreichen wird der Umstieg auf Elektromobilität gefördert, der ÖPNV und Bahnverkehr soll mehr Geld erhalten, Bahntickets sollen günstiger werden und Flugtickets teurer.

Auch im Tourismus gibt es eine lebhafte Nachhaltigkeitsdiskussion. Die wachsende Intensität dieser Diskussion wird vor allem dadurch deutlich, dass Begriffe wie „Flugscham“ und „Overtourism“ Einzug in die Massenmedien erhalten und mittlerweile sehr geläufig sind. Doch auch der Pkw wird noch gerne, gerade im Rahmen von Inlandsreisen genutzt.

Quellen:
 Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 2020. Ländliche Regionen verstehen. Fakten und Hintergründe zum Leben und Arbeiten in ländlichen Regionen. URL: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/LaendlicheRegionen-verstehen.pdf?__blob=publicationFile&v=12
 Die Bundesregierung 2021. Klimaschutz und Klimaresilienz. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/klimaresilienz-verkehr-1794672>
 NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH 2019. Nachhaltige Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung. URL: https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pools/Forschungsdatenbank/fkz_um18_16_502_nachhaltigkeit_reiseanalyse_2019_bt.pdf

2.4 Mobilität und Logistik (3)

Bei der Logistik handelt es sich um den größten Wirtschaftsbereich in Deutschland, nach der Automobilwirtschaft und dem Handel, noch vor der Elektronikbranche und dem Maschinenbau. 2020 wurde branchenübergreifend in der Logistik rund 268 Mrd. Euro Umsatz erwirtschaftet. In Europa liegt der Logistik-Markt bei 1.120 Mrd. Euro (2018), woran Deutschland mit rund einem Viertel einen hohen Anteil hat. Dies liegt zum einen an der strategisch günstigen Lage im Herzen Europas, zum anderen ist Deutschland in Bezug auf die Qualität der Infrastruktur und die Logistiktechnologie sehr gut ausgerüstet, so nimmt Deutschland hierbei eine internationale Spitzenposition ein.

Dabei besteht nur etwa die Hälfte der logistischen Leistungen in Deutschland darin, eine gemeinhin sichtbare Bewegung von Gütern durch Dienstleister:innen vorzunehmen. Die andere Hälfte wird innerhalb der Unternehmen vollzogen zur Planung, Steuerung und Umsetzung. Dabei ist der Logistiksektor nicht nur von Bedeutung, weil er eine hohe Beschäftigungswirkung und eine Versorgungsfunktion innehat, auch im weltweiten Vergleich führen die hocheffizienten Logistikstrukturen in Deutschland dazu, dass die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Industrie und des Außenhandels erhöht wird.

Doch die Logistikbranche steht auch vor Herausforderungen. Die Umweltbelastungen, die durch Güterverkehr ausgelöst werden, steigen aufgrund eines Zuwachses an Verkehr per se, aber auch durch ansteigende Transportentfernungen und -mengen. Dies führt zur Emission von Kohlendioxid (CO₂), Feinstaub (PM) und Stickstoffoxiden (NO_x) sowie Lärmemissionen. Zusätzlich wirken folgende Effekte bei der Verstärkung der Belastungen:

- „Güterstruktureffekt“: wachsender Anteil an kleineren, aber höherwertigen Gütern wie Elektronikgeräten (häufiger Transport per Lkw oder Flugzeug)
- „Logistikeffekt“: Lieferungen „just-in-time“, sodass Logistikdienstleistungen und Produktionsprozesse eine hohe Flexibilität und Zuverlässigkeit innehaben müssen. Aus diesem Grund ist der Logistikeffekt auf den Einsatz an Lkw angewiesen.

Weitere Herausforderungen und Zukunftstrends des Logistiksektors:

- Industrie 4.0 und Logistik 4.0: Die Digitalisierung verändert die klassischen Lieferketten.
- Big Data Analytics: Erfassung, Analyse und Nutzbarmachung großer Datenmengen in Echtzeit.
- Automatisierung und Arbeit 4.0 in der Logistik zur weiteren Effizienzsteigerung.
- Alternative Kraftstoffe und Antriebe zur Erreichung der Umweltziele.
- Innovationen, neue Technologien und Konzepte erkennen, einarbeiten und nutzen.

Quellen:

Bundesvereinigung Logistik (BVL) 2021, Logistikumsatz und Beschäftigung, Bedeutung der Logistik für die deutsche Wirtschaft, URL: <https://www.bvl.de/service/zahlen-daten-fakten/umsatz-und-beschaeftigung>
 Umweltbundesamt 2019, Güterverkehr, URL: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/nachhaltige-mobilitaet/gueterverkehr>
 Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. 2017, Herausforderungen und Perspektiven für die Logistik 2025, URL: <https://www.bvl.de/files/1951/1988/2140/Herausforderungen-Perspektiven-Logistik-2025.pdf>



2. Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse

- 2.1 Demografischer Wandel
- 2.2 Übergang zur Wissensökonomie
- 2.3 Energiewende
- 2.4 Mobilität und Logistik
- 2.5 Tourismus und Reiseverhalten**
- 2.6 Förderlandschaft

2.5 Tourismus und Reiseverhalten

Herausforderungen und Trends im Tourismus sind in dieser Phase untrennbar mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie verknüpft. Doch viele Herausforderungen waren bereits vor der Corona-Pandemie abzusehen, z. B. der Vertrauens- und Imageverlust der Reisebranche, ausgelöst durch Insolvenzen und geopolitische Unsicherheiten. Dazu kommen Debatten über Umweltbelastungen, die Begriffe wie „Flugscham“ und „Overtourism“ hervorbrachten. Dies hat auch das individuelle Reiseverhalten nachhaltig beeinflusst.

Künftig wird dies zu einer bewussten Selektierung der Reiseoptionen führen, gerade da diese ohnehin (noch) reduziert sind. Die große Herausforderung, aber auch Chance, besteht für die Tourismusbranche in der Wiederherstellung des Vertrauensverhältnisses zu den Reisenden. Dies schließt auch die Auswahl der Reiseziele und der genutzten Verkehrsmittel mit ein, bei denen auch der Wunsch nach Sicherheit und eigener Gesundheit eine große Rolle spielt. Vor diesem Hintergrund wird vor allem der regionale Tourismus (kurze Wege, Naherholung) an Attraktivität gewinnen. Die Urlaubsdestinationen müssen nunmehr durch Transparenz und Authentizität bestechen, mit den Reisenden gekonnt interagieren und den eigenen Tourismusstandort sichtbar machen. So werden Reisen deutlich individueller, es wird eine Abkehr von dem bisher bekannten Massentourismus geben. Der Wunsch nach nachhaltigen Beziehungserfahrungen wird größer, das heißt, Erfahrungen, die jede:r Einzelne in der Corona-Pandemie machte, wird Einfluss auf die gesuchten und wahrgenommenen Urlaubserfahrungen haben. Dabei erwarten Reisende vor allem neo-ökologische Konzepte, ein gesamtheitliches Gesundheitsverständnis und gemeinschaftliche Werte. Reisende müssen hierauf vertrauen können.

Der Anteil der Menschen, die sich in den nächsten Jahren Urlaub in Deutschland vorstellen können, wächst. Fernziele werden noch mit Skepsis bedacht. So entstehen auch viele Potenziale für Norddeutschland und Ostfriesland, wobei der Anteil der Personen, die in Deutschland Urlaub machen wollen, mit fortschreitendem Alter deutlich größer wird – diese Entwicklung deutete sich vor der Corona-Pandemie bereits an. Fernziele außerhalb Europas kommen vor allem für die Jüngeren in Frage. Bei dem präferierten Reiseverkehrsmittel ist weiterhin das Auto vorne, dies gewinnt durch die Corona-Pandemie und die Möglichkeit der individuellen Anreise auch nochmal an Bedeutung. Laut der ADAC Tourismusstudie war das Auto für 63 % der Befragten im Jahr 2020 das wichtigste Reiseverkehrsmittel (2019: 44 %), gefolgt vom Flugzeug. Letzteres wird in den nächsten Jahren, nach einem historischen, krisenbedingten Tief in 2020, in den nächsten Jahren wieder massiv zulegen. Eisenbahn/Zug lag 2019 und 2020 konstant bei 8 % der Befragten – jedoch kommt eine Reise per Eisenbahn/Zug in den nächsten 3-5 Jahren für 28 % der Befragten in Frage. Die Bedeutung des Bahnverkehrs nimmt also deutlich zu.

Das Leitmotiv des Haupturlaubs ist nach wie vor der Badeurlaub gefolgt von Städtereisen, jedoch hat der Badeurlaub zahlenmäßig etwas an Bedeutung verloren, ebenso wie Rundreisen. Urlaub auf dem Land und in den Bergen dagegen hat zugelegt. Der Haupturlaub soll zudem in Zukunft wieder länger dauern (11 Nächte und mehr). Somit gewinnt der Haupturlaub auch wieder stärker an Bedeutung im Vergleich zu mehreren Kurzurlaube im Jahr. Mittelfristig bleiben Individualreisen die bevorzugte Buchungsform und auch allgemein hat die flexible Reiseplanung an Bedeutung gewonnen, vor allem auch für die Älteren.



2. Auswirkungen gesellschaftlicher und ökonomischer Trends auf regionale Entwicklungsprozesse

- 2.1 Demografischer Wandel
- 2.2 Übergang zur Wissensökonomie
- 2.3 Energiewende
- 2.4 Mobilität und Logistik
- 2.5 Tourismus und Reiseverhalten

2.6 Förderlandschaft

2.6 Förderlandschaft

Da es in der Förderperiode keine Nachfolge der Europa-2020-Strategie geben wird, ist diese nicht analog aus der Standortprofilanalyse 2011 (damaliger Förderzeitraum 2014-2020) zu übernehmen. Alle EU-Fonds werden zukünftig auf folgende fünf politische Ziele ausgerichtet:

1. ein **intelligenteres Europa** durch Innovation, Digitalisierung, wirtschaftlichen Wandel sowie Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen.
2. ein **grüneres, CO₂-freies Europa**, das das Übereinkommen von Paris umsetzt und in die Energiewende, in erneuerbare Energien und in den Kampf gegen den Klimawandel investiert.
3. ein **stärker vernetztes Europa** mit strategischen Verkehrs- und Digitalnetzen.
4. ein **sozialeres Europa**, das die Europäische Säule sozialer Rechte umsetzt und hochwertige Arbeitsplätze, Bildung, Kompetenzen, soziale Inklusion und Gleichheit beim Zugang zu medizinischer Versorgung fördert.
5. ein **bürgernäheres Europa** durch Unterstützung lokaler Entwicklungsstrategien und nachhaltiger Stadtentwicklung in der gesamten EU.

Der Schwerpunkt der Investitionen in die regionale Entwicklung wird dabei sehr deutlich auf den Zielen 1 (intelligenteres Europa) und 2 (grüneres, CO₂-freies Europa) liegen. Abhängig von dem relativen Wohlstand der Mitgliedsstaaten sollen 65-85 % der EFRE- und Kohäsionsfonds-Mittel dieser Priorisierung zugeordnet werden.

Im Rahmen der Kohäsionspolitik wird auch in Zukunft in alle Regionen investiert, diese werden wie gehabt in drei Kategorien unterteilt: weniger entwickelte, im Wandel befindliche und weiterentwickelte.

Dabei werden 80 Vereinfachungsmaßnahmen in der Kohäsionspolitik 2021-2027 vorgenommen, die zu kürzeren, klareren und insgesamt weniger Regeln führen sollen. Zudem wird es einen flexibleren Rahmen für Budgets etc. geben.

Zusammenfassung der gesellschaftlichen und ökonomischen Trends



Bedeutung der gesellschaftlichen und ökonomischen Trends für den Standort Norden

Wie die Gesellschaft im Allgemeinen wird auch die Bevölkerung der Stadt Norden weniger, älter und heterogener, d.h. zunehmend geprägt von Menschen mit Migrationsgeschichten und neuen Lebensmodellen. Demnach ist es besonders wichtig, sich auf diese Entwicklung vorzubereiten und entsprechende Angebote sowie die dazugehörige Infrastruktur hierfür zu schaffen. Gleichzeitig ist es in diesem Kontext sinnvoll, ein gezieltes Marketing bei jüngeren Zielgruppen zu implementieren, um diese vor allem zu binden, aber auch gewinnen zu können.

Durch die Corona-Pandemie verändert sich die Wahrnehmung der Ballungsräume sowie der ländlichen Regionen. Diese Glokalisierung kann sich positiv auf den Standort Norden auswirken, gerade auch auf den Tourismus. Norden kann Tourist:innen Sicherheit und Authentizität bieten, gerade in einer Zeit, in der der Urlaub in Deutschland, „in der Region“ boomt. Hinzu kommt die Gesundheitsinfrastruktur u.a. mit vielfältigen Kurangeboten, die Norden in diesem Kontext attraktiv macht.

Wissen spielt für die Zukunftsentwicklung eine immer gewichtigere Rolle. Hierbei sollte ein Augenmerk auf das Bildungsangebot und dessen Qualität gelegt werden, ggf. müssen hierzu weitere Angebote zur Bildung/Ausbildung/Weiterbildung geschaffen werden. Dies immer auch vor dem Hintergrund wissensintensiver Dienstleistungen, die mehr und mehr Fachkräfte in Deutschland beschäftigen.

Regenerative Energiequellen (z. B. Windkraft, Off Shore) werden weiter ausgebaut, auch hier gibt es für den Standort Norden Potenziale, diese Entwicklung positiv mitzuentwickeln und voranzugehen.

Der Einzelhandel hat es immer schwerer, Kund:innen zu halten, da gerade durch die Corona-Pandemie ein noch stärkerer Online-Boom Einzug gehalten hat. Hierzu wird es immer wichtiger werden, eine Mischung aus Online- und Vor-Ort-Angeboten im Einzelhandel zu schaffen, die Händler:innen online abzubilden (siehe z. B. den Norder Kompass) und die Innenstädte zu entwickeln. Ebenso sollte auch das ÖPNV-Angebot nach und nach erweitert und flexibilisiert werden, um allen Nutzer:innen gerecht zu werden und wirkungsvolle Alternativen zum Autoverkehr zu schaffen.

Nachfolgend wird eine statistische Analyse des Standorts Norden zu unterschiedlichen Aspekten beschrieben, in der auch Aussagen zu den oben genannten Themen getroffen werden.



3. Standortprofilanalyse

3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich

3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden

3.3 Gewerbeflächenanalyse

3.4 Organisation und Ressourcen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich

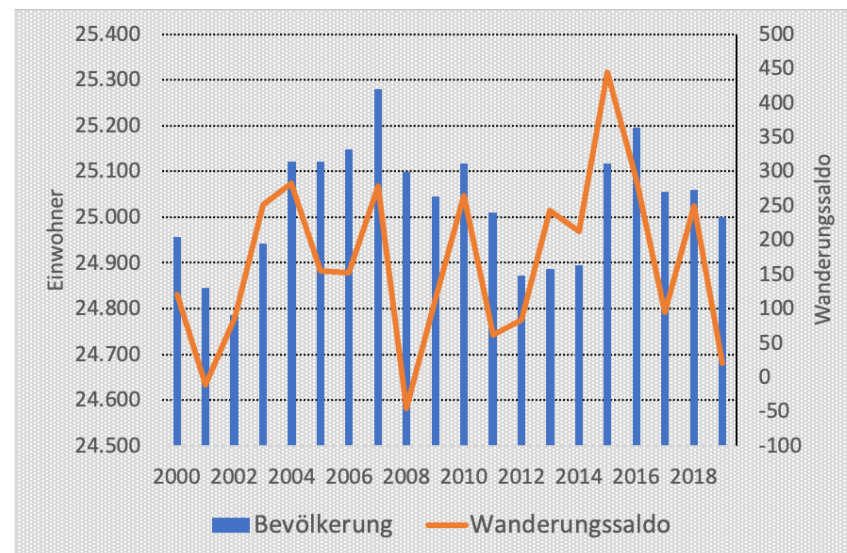
- 3.1.1 Demografische Entwicklung
- 3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung
- 3.1.3 Standortfaktoren

3.1.1 Demografische Entwicklung

Entwicklung der Bevölkerung und des Wanderungssaldos

Die Entwicklung der Einwohnerzahlen der Stadt Norden verlief seit Anfang der 2000er Jahre insgesamt relativ gleichmäßig und ist seitdem nahezu konstant geblieben. Zwischen dem Jahr 2000 und dem Jahr 2019 ist die Einwohnerzahl lediglich um ca. 0,2 % angestiegen, seit dem Jahr 2013 beträgt der Anstieg rund 0,5 %. Die Entwicklung des Wanderungssaldos seit 2000 zeigt, dass Jahre mit leichten bis ausgeprägten Wanderungsüberschüssen überwiegen. Die größten Wanderungsgewinne in dem betrachteten Zeitraum waren im Jahr 2015 durch die Zuwanderung von Geflüchteten zu verzeichnen.

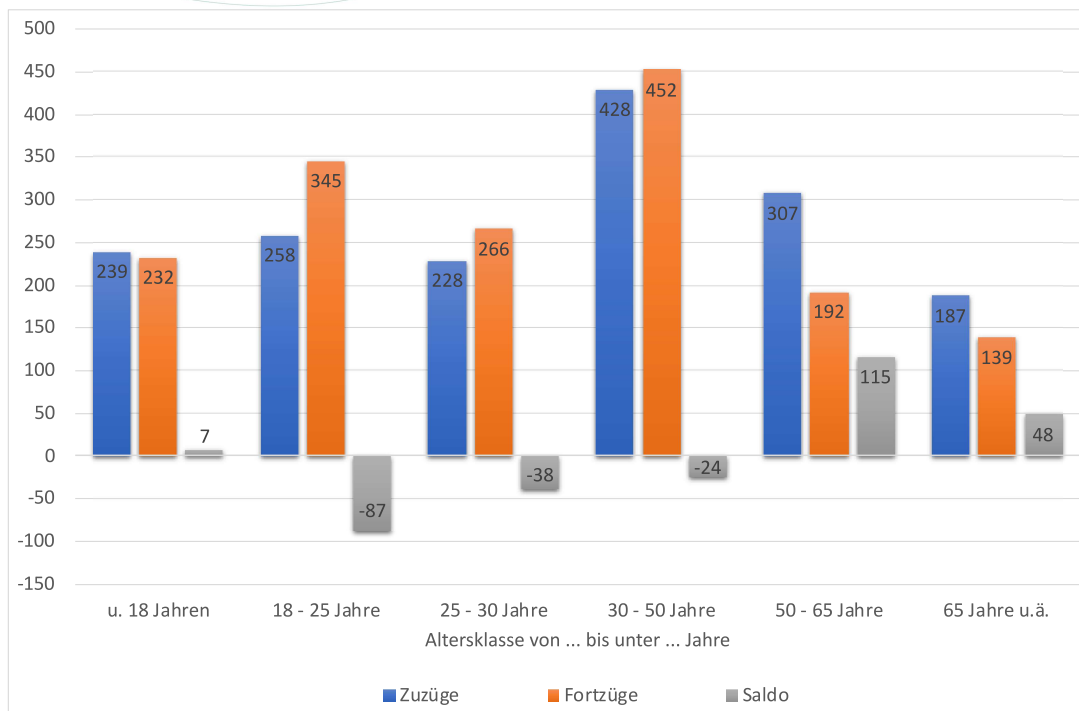
Mit einem Wert von 0,8 liegt der Wanderungssaldo 2019 (Zuzüge pro 1000 Einwohner:innen – Fortzüge p. 1.000 EW) für die Stadt Norden deutlich unter dem Durchschnittswert für das Land Niedersachsen (4,4). Positiv zu erwähnen ist, dass die Stadt Norden in den letzten Jahren keine negativen Wanderungssaldi verzeichnet hat, wie es beispielsweise 2019 für die Umgebung der Fall war (Brookmerland, Südbrookmerland, Emden). Insbesondere die Jahre 2015, 2016 und 2018 weisen überdurchschnittliche Wanderungsgewinne auf.



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Niedersächsisches Landesamt für Statistik 2021

3.1.1 Demografische Entwicklung

Zuzüge, Fortzüge und Wanderungssaldo



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Niedersächsisches Landesamt für Statistik 2021

Insgesamt ist der Wanderungssaldo der Stadt Norden mit 21 Personen leicht positiv.

Die Altersstruktur der Zu- und Fortzüge zeigt für das Jahr 2019 den deutlichen Wanderungsverlust in der Altersgruppe der 18- bis unter 25-Jährigen sowie einen leicht negativen Wanderungssaldo in den Altersgruppen der 25- bis unter 30-Jährigen sowie der 30- bis unter 50-Jährigen.

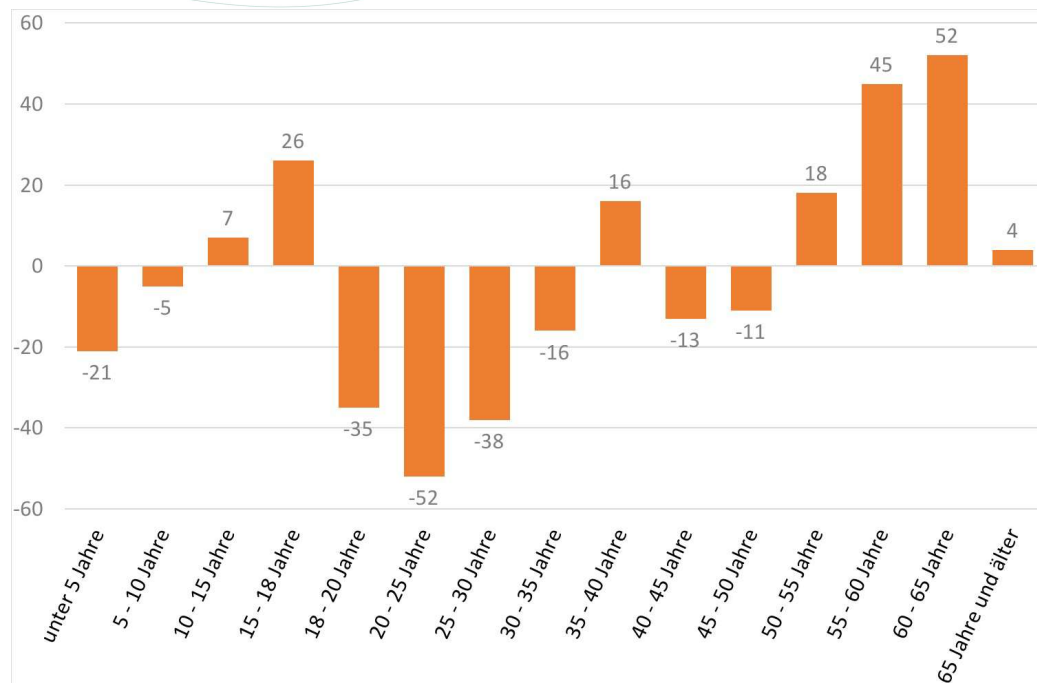
Hier spiegelt sich deutlich die Abwanderung der Altersgruppen im Ausbildungsalter wider (insbesondere 18- bis unter 25 Jahre).

Große Teile dieser Altersgruppe ziehen zum Studium an einen Hochschulstandort und kehren – wenn überhaupt – erst Jahre oder Jahrzehnte später in die Heimat zurück.

Dagegen lassen sich für die Altersgruppen ab 50 Jahren und besonders ab 65 Jahren deutliche Wanderungsgewinne beobachten, die für die Altersgruppe 65+ insbesondere auf die Verlagerung des Lebensmittelpunktes von Ruheständler:innen zurückzuführen ist.

3.1.1 Demografische Entwicklung

Altersgruppenspezifischer Wanderungssaldo und Entwicklung des Durchschnittsalters



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Niedersächsisches Landesamt für Statistik 2021

In der Detaildarstellung des altersgruppenspezifischen Wanderungssaldo tritt die Bildungs- bzw. Studiumswanderung noch deutlicher hervor. Gerade die Altersgruppe der 20- bis unter 25-Jährigen weist den höchsten saldierten Wanderungsverlust auf. Hier finden sich klassischerweise die nach dem Abitur zum Studium an den Ort des Studiums ziehenden jungen Erwachsenen.

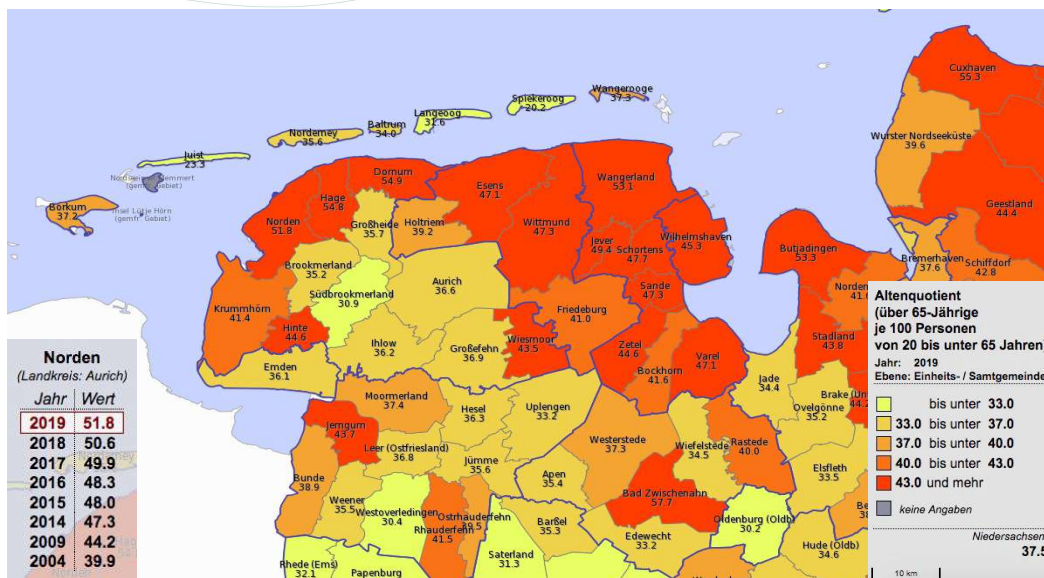
Insgesamt finden sich mehr oder weniger stark ausgeprägte Wanderungsverluste bzw. negative Wanderungssaldi in den Altersgruppen zwischen 18 und 35 Jahren. Der höchste positive Wanderungssaldo und damit eine Netto-Zuwanderung findet sich in den Altersgruppen der 55- bis unter 60-Jährigen und der 60- bis unter 65-Jährigen, d.h. der sich an der Schwelle ihres Ruhestandes befindlichen Personen.

Das Durchschnittsalter der Einwohner:innen der Stadt Norden lag in den Jahren seit 2002 im Durchschnitt um rund 2,5 Jahre über dem entsprechenden Wert im Landkreis Aurich und im Land Niedersachsen. Seit 2002 ist das Durchschnittsalter in Norden insgesamt um 4,7 Jahre angestiegen (in Niedersachsen um 3,4 Jahre; im Landkreis Aurich um 5,1 Jahre), was nicht zuletzt auf die Wanderungsbewegungen der relevanten Altersklassen innerhalb der Bevölkerung vor Ort zurückzuführen ist.

Mit 47,8 Jahren übersteigt das Durchschnittsalter der Einwohner:innen der Stadt Norden im Jahr 2019 das der Einwohner:innen im Landkreis Aurich um 2,4 und in Niedersachsen um 3,1 Jahre.

3.1.1 Demografische Entwicklung

Altenquotient und Jugendquotient



Quelle: www.regionalmonitoring-statistik.niedersachsen.de (Datenabruf: 15.04.2021)

Wie die Wanderungsstrukturen der einzelnen Altersgruppen bereits verdeutlicht haben, hat sich der Anteil der älteren Jahrgänge an der Gesamtbevölkerung in den letzten Jahren deutlich erhöht (s. Abbildung links).

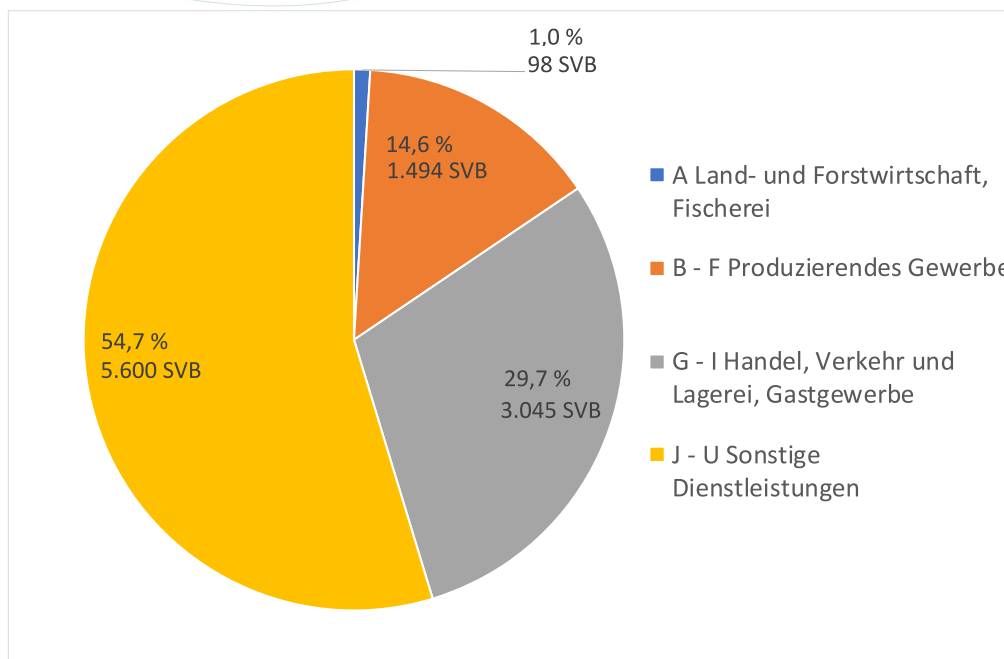
Mit etwas über 50 Personen auf 100 Einwohner:innen liegt der Altenquotient deutlich höher als im Land Niedersachsen (37,5) und auch im Landkreis Aurich (40,0). Gegenüber dem Jahr 2004 entspricht das einer Steigerung um rund 12 Personen pro 100 Einwohner:innen bzw. einem Zuwachs von 30 %.

Dem Anstieg des Altenquotienten steht die deutliche Verringerung des Jugendquotienten gegenüber. Dieser liegt im Jahr 2019 zwar mit 32,4 in etwa auf gleicher Höhe mit den entsprechenden Werten des Landes Niedersachsen (31,8) und des Landkreises Aurich (32,2).

Dennoch hat sich die Zahl der unter 20-Jährigen pro 100 Einwohner:innen seit 2002 um rund 19 Prozent verringert, wenngleich sich der Jugendquotient in den Jahren seit 2014 kaum verändert hat und im Jahr 2017 kurzfristig sogar wieder leicht angestiegen ist.

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Beschäftigungsstruktur



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Bundesagentur für Arbeit. Datenstand: März 2021

Die Wirtschafts- und Beschäftigungsstruktur der Stadt Norden (sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zum 30.06.2020 am Arbeitsort) wird vor allem durch den Dienstleistungssektor geprägt.

Rund 55 % aller Beschäftigten waren 2020 im Dienstleistungssektor tätig (5.600 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort).

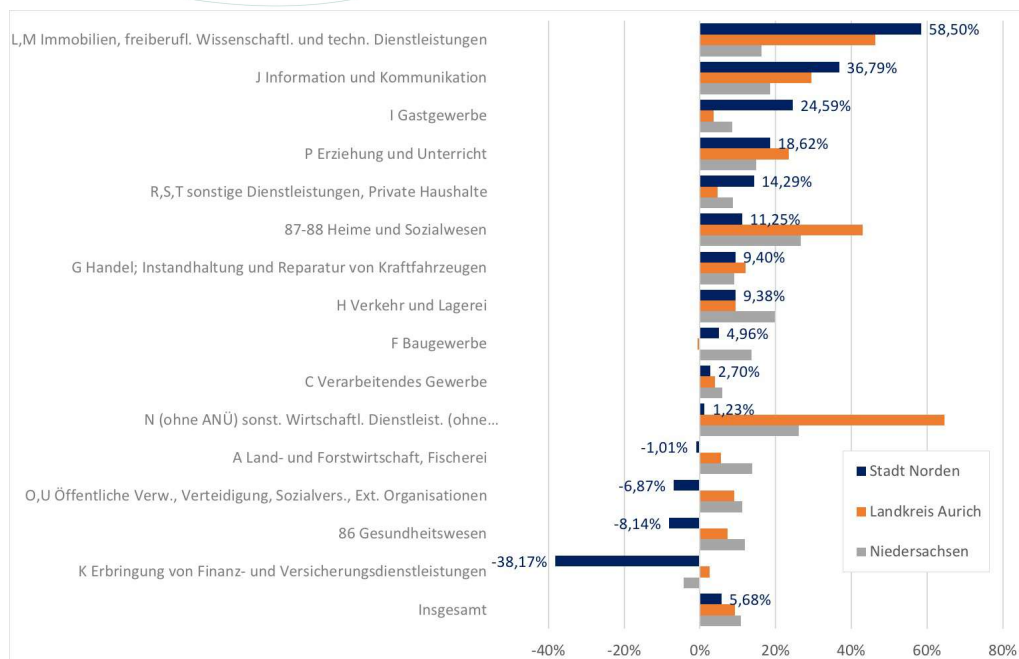
Innerhalb des Dienstleistungssektors arbeiten die meisten Beschäftigten in den Bereichen Heime und Sozialwesen (1.454 SVB) sowie im Gesundheitswesen (1.095 SVB).

Neben dem Dienstleistungssektor spielt der Bereich Handel, Verkehr und Lagerei sowie Gastgewerbe eine bedeutende Rolle, in dem fast ein Drittel der Beschäftigten tätig ist.

Etwa jeder siebte Beschäftigte ist im Produzierenden Gewerbe tätig (Bau und Verarbeitendes Gewerbe). Dort arbeiten ca. 1.500 Beschäftigte.

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Beschäftigungsstruktur



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Bundesagentur für Arbeit

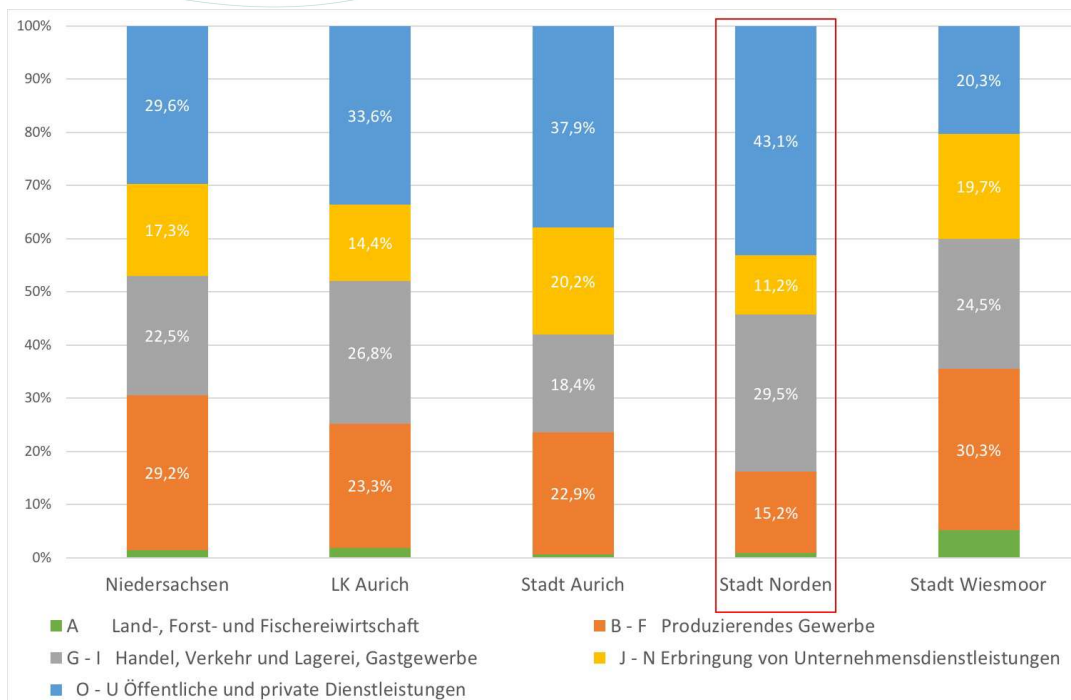
Der größte Entwicklungssprung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zwischen 2014 und 2020 in der Stadt Norden erfolgte in der Branche Immobilien, freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen, mit einem Wachstum von 58,5%. Dieses ist auch höher als im Landkreis Aurich sowie in Niedersachsen.

Darauf folgen für die Stadt Norden mit 36,8% Information und Kommunikation sowie mit 24,6% das Gastgewerbe.

Auffällig ist auch die stark rückläufige SVB-Entwicklung in Norden im Bereich der Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen mit einer Entwicklung von -38,2%.

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Beschäftigungsstruktur



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen 2021

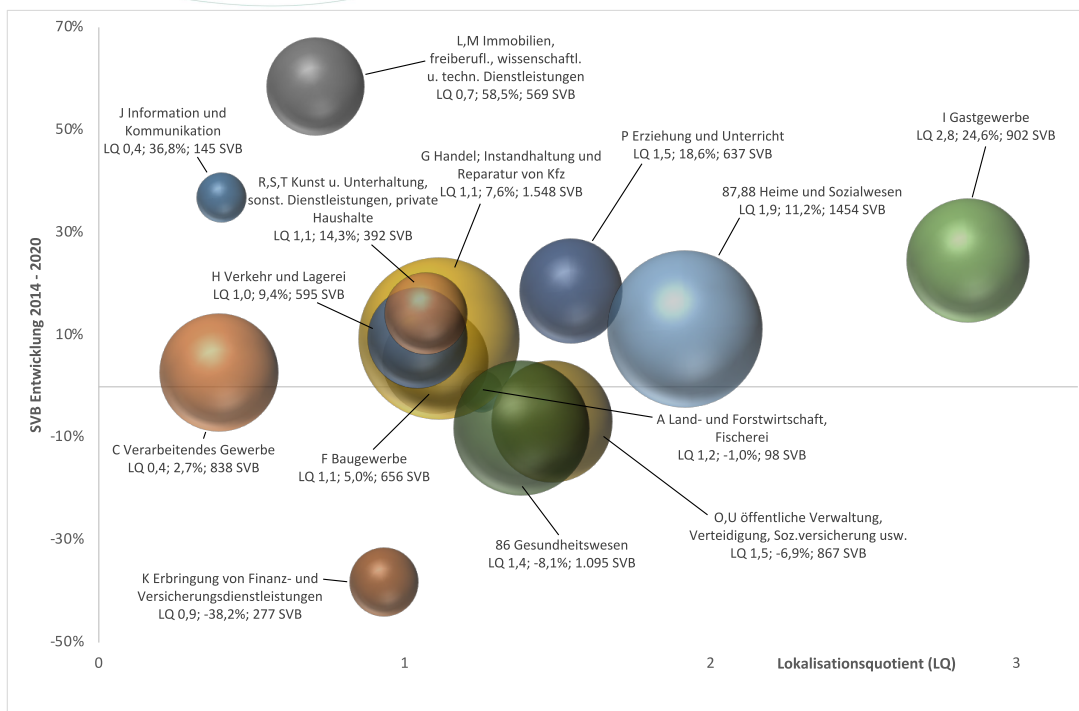
Betrachtet man die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort nach WZ-Code-Abschnitten (Stichtag 30.06.2020) wird deutlich, dass die Stadt Norden im Vergleich zum Land Niedersachsen, dem Landkreis Aurich, der Stadt Aurich sowie der Stadt Wiesmoor zwei vergleichsweise dominante Wirtschaftsabschnitte hat:

Öffentliche und private Dienstleistungen mit 43,1% sowie Handel, Verkehr und Lagerei, Gastgewerbe mit 29,5%. Sehr gering vertreten ist dagegen die Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft.

Mit 11,2% und 15,2% sind auch die Abschnitte Erbringung von Unternehmensdienstleistungen und das produzierende Gewerbe in der Stadt Norden im Vergleich mit den gezeigten Beispielen vergleichsweise unterrepräsentiert.

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Branchenstruktur



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Bundesagentur für Arbeit. Datenstand: März 2021

Die Portfolioanalyse zeigt das Beschäftigungswachstum, die Konzentration einer Branche am Standort Norden im Vergleich zu Deutschland sowie die jeweilige Branchengröße (s. Abbildung links). Der Portfolioanalyse liegt die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 2014 bis 2020 in der Stadt Norden zugrunde.

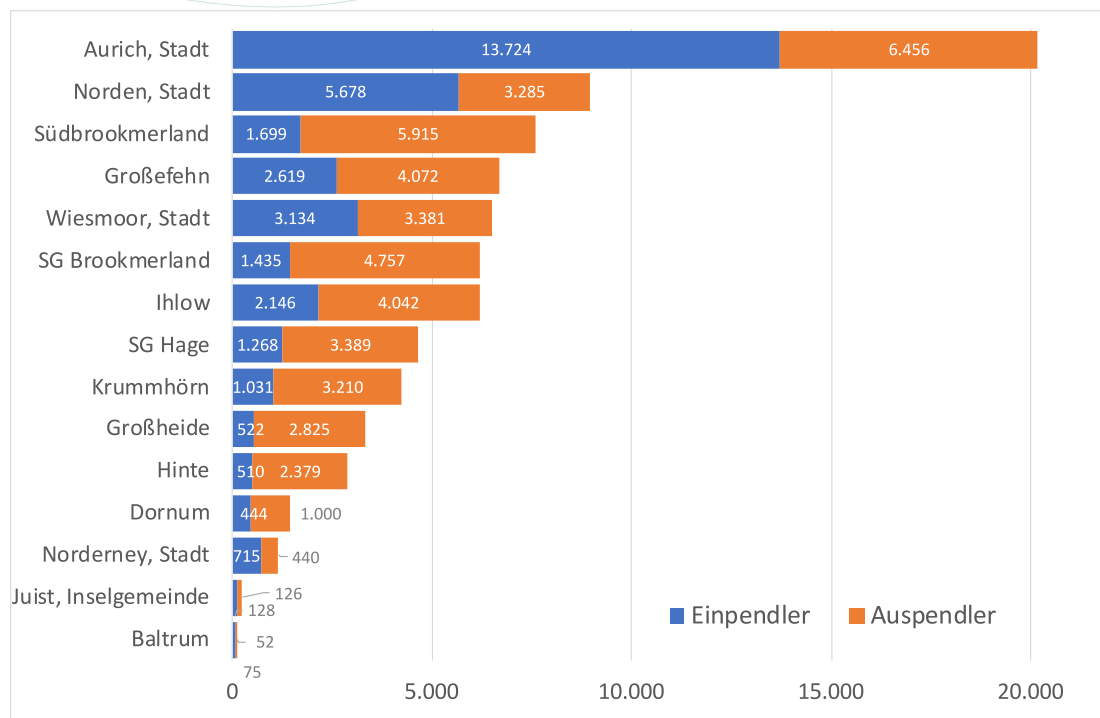
Das stärkste Beschäftigungswachstum weisen die Bereiche Immobilien, freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen (ca. 58%), Information und Kommunikation (ca. 37%), sowie das Gastgewerbe (ca. 25 %) auf. Die höchste Konzentration von Beschäftigten in Norden im Vergleich zu Deutschland (Lokalisationsquotient: Anteil der Beschäftigten einer Branche / Anteil der Beschäftigten der gleichen Branche in Deutschland) findet sich im Gastgewerbe (LQ 2,8).

Es ist festzustellen, dass die mitarbeiterstärksten und damit größten Branchen in der Stadt Norden die Gesundheitswirtschaft (Gesundheitswesen, Heime und Sozialwesen) sowie der Handel ist. Wissensintensive Dienstleistungen wie beispielsweise Information und Kommunikation haben das zweitgrößte Wachstum in Norden, sind jedoch noch recht klein mit 145 SVB und auch unterdurchschnittlich lokal am Standort vertreten im Vergleich zu Deutschland.

Aus den genannten Gründen wurden aufgrund der Bedeutung der Branchen für Norden die drei Branchen **Gesundheit**, **Tourismus** und **(Einzel-)Handel** ausgemacht.

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Berufspendler:innen



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen 2021

Der Pendlersaldo je 1.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort liegt in der Stadt Norden im Jahr 2020 im positiven Bereich bei +232,1, d.h. es pendeln je 1.000 SVB am Arbeitsort rund 232 Personen mehr ein als aus. Bei den umliegenden Kommunen des Festlandes sieht es anders aus: Dort ist ein teils starker negativer Pendlersaldo zu verzeichnen. Ein positiver Saldo in Norden spricht z. B. für die Attraktivität des Standortes als Arbeitsort.

Beim Vergleich der Ein- und Auspendler:innen in den Kommunen im Landkreis Aurich zum 30.06.2020 (s. Abbildung links) zeigt sich, dass die beiden Kommunen mit dem insgesamt höchsten Aufkommen an Pendler:innen (Stadt Aurich und Stadt Norden) mehr Ein- als Auspendler:innen vorweisen können. In Norden sind es 5.678 Ein- und 3.285 Auspendler:innen.

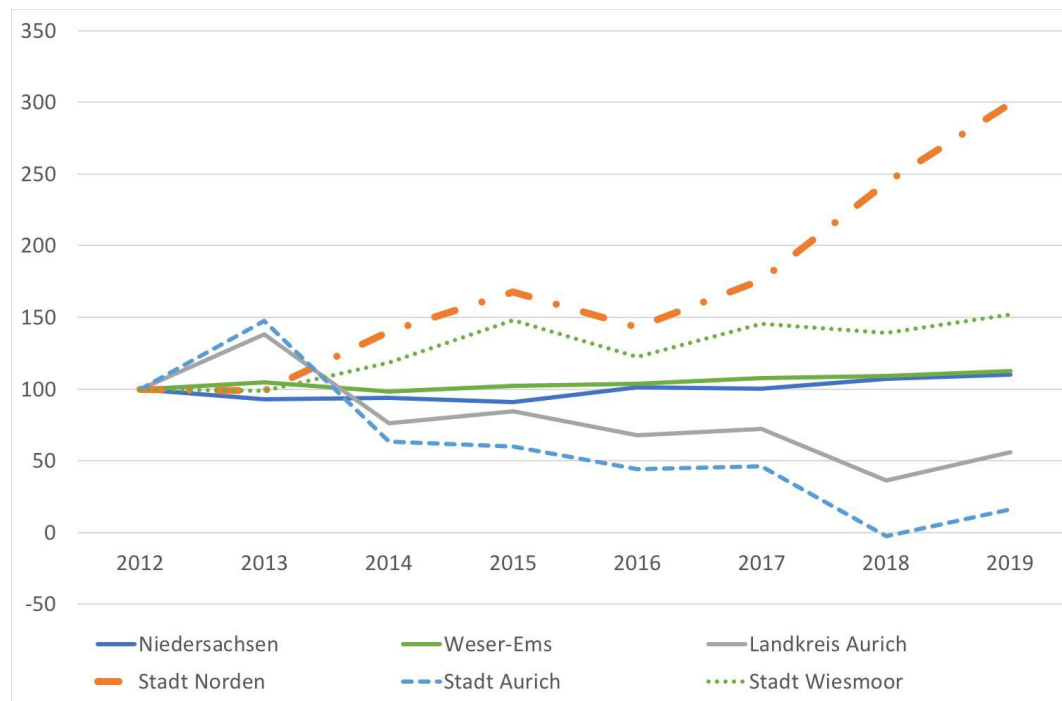
Bei den übrigen Gemeinden ist auffällig, dass zumeist die Anzahl der Auspendler:innen die Einpendler:innen überwiegt.

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Gewerbesteuereinnahmen

In der Abbildung wird die Entwicklung der Gewerbesteuereinnahmen je Einwohner in den Kommunen im Landkreis Aurich (2012 = 100) dargestellt.

Von 2012 bis 2019 haben sich die Gewerbesteuereinnahmen je Einwohner:in bei indexierter Betrachtung in der Stadt Norden sehr positiv entwickelt. Verglichen mit den weiteren Suchräumen fand in Norden seit 2012 das größte Wachstum statt. Auffällig ist vor allem der signifikante Anstieg ab 2016. Besonders bemerkenswert ist dies vor dem Hintergrund, dass die Entwicklung in Niedersachsen insgesamt seit 2012 auf einem etwa gleichbleibenden Niveau blieb.



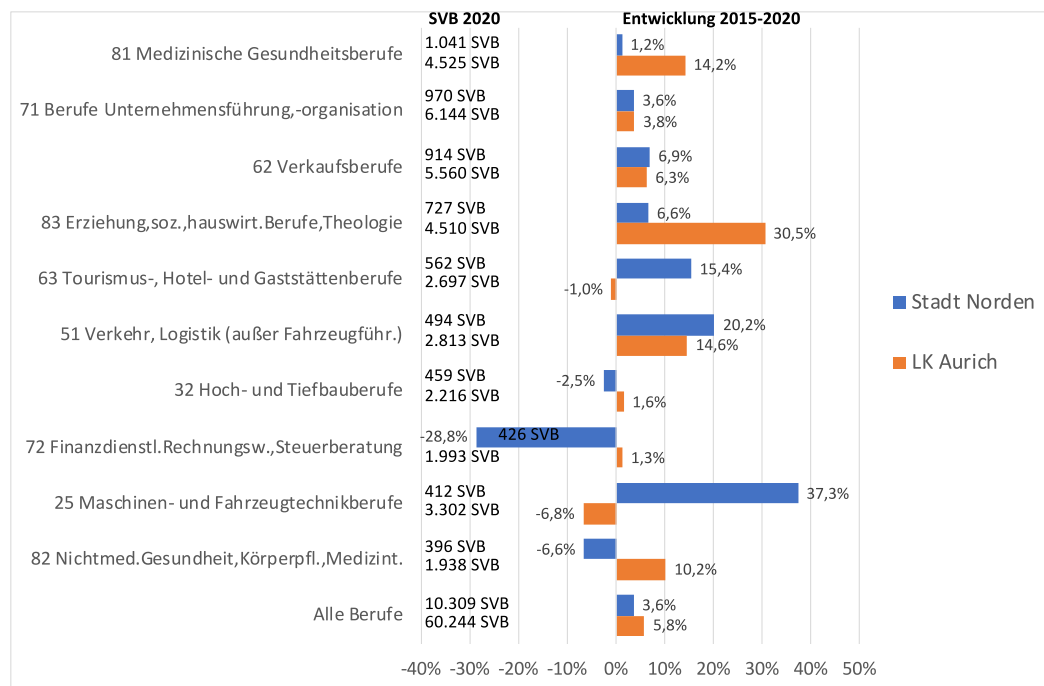
Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen 2021

3.1.2 Wirtschaftliche Entwicklung

Entwicklung der SVB in den 10 größten Berufsgruppen in der Stadt Norden

In Abbildung rechts wurde die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den 10 größten Berufsgruppen in der Stadt Norden dargestellt (30.06.2015 bis 30.06.2020).

Die beschäftigungsstärkste und damit größte Berufsgruppe in der Stadt Norden stellen die medizinischen Gesundheitsberufe dar (Stand: 30.06.2020). Doch das Wachstum in der Stadt Norden ist hierbei lediglich bei 1,2%, gerade im Vergleich zum LK Aurich mit 14,2% Zuwachs ist dies vergleichsweise gering. Einen großen Zuwachs erlebten die Maschinen- und Fahrzeugtechnikberufe, die in Norden um 37,3% wuchsen und 412 SVB umfassen. Im Vergleich hierzu schrumpfte die Berufsgruppe im Landkreis um 6,8%. Die bedeutsamen Berufsgruppen Verkehr, Logistik (20,2%) sowie Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufe (15,4%) erfuhren in der Stadt Norden ebenfalls einen beträchtlichen Zuwachs.



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Sonderauswertung der Bundesagentur für Arbeit

3.1.3 Standortfaktoren

Überblick

Standortfaktoren führen in ihrer Gesamtheit zur Standortwahl eines Unternehmens. Dabei ergeben sich diese Faktoren aus den Gegebenheiten des Standortes und dessen Umfeld. Üblicherweise werden Standortfaktoren in harte (z. B. Verkehrsanbindung, Breitbandinfrastruktur) und weiche Standortfaktoren (z. B. Image des Standortes, Kulturangebot) unterteilt, wobei hier bei unterschiedlicher Perspektive auch unterschiedliche Differenzierungen möglich sind. Eine grundlegende Differenzierung der Begriffe lautet jedoch wie folgt:

- **Harte Standortfaktoren** verändern sich nur selten oder langsam, weshalb sie für die langfristige Unternehmensplanung besonders wichtig sind, zudem lassen sich diese objektiv gut messen und beziffern,
- **Weiche Standortfaktoren** hingegen unterliegen einem stetigen Wandel und sind daher nur kurzfristig bestimmbar, z. B. die Arbeits- und Lebensbedingungen – weiche Standortfaktoren sind nicht so genau zu beziffern wie harte Standortfaktoren, daher eignen sie sich weniger für die langfristige Unternehmensplanung.

Dennoch gewinnen weiche Standortfaktoren immer weiter an Bedeutung. Gerade da sich weiche und harte Standortfaktoren in vielen Punkten gegenseitig bedingen, verstärken etc., ist es besonders wichtig, auch die weichen Standortfaktoren im Blick zu behalten. Ein harter Standortfaktor für Unternehmen ist beispielsweise die Verfügbarkeit an entsprechend qualifizierten Fachkräften – diese wiederum beziehen auch weiche Standortfaktoren in ihre persönliche Standortentscheidung mit ein. Somit profitieren Unternehmen nicht nur indirekt von weichen Standortfaktoren wie z. B. dem Kulturangebot oder dem Standortimage, sondern auch direkt und spürbar in puncto Fachkräfteverfügbarkeit.

Im Folgenden werden **ausgewählte harte und weiche Standortfaktoren** für den Standort Norden vorgestellt. Nachfolgend werden zudem Aussagen zum Thema Gewerbeflächen als weiteren harten Standortfaktor getroffen (s. Kapitel 3.3).

3.1.3 Standortfaktoren

Harter Standortfaktor: Verkehr

Die straßenseitige Infrastruktur für den Standort Norden kann, wie bereits in der Standortprofilanalyse 2011, als eher schwacher Faktor bezeichnet werden. Dies vor allem aufgrund der Tatsache, dass es keine direkte Autobahnanbindung an den Standort Norden gibt. Von hier sind es etwa 30-40 Minuten bis zum nächstgelegenen Anschluss an der A31 bei Emden.

Schienenseitig gibt es die Bahnhöfe Norden Hbf (barrierefrei), Norddeich Mole (barrierefrei) sowie Norddeich (nicht barrierefrei). Bei allen drei Bahnhöfen werden die Linien IC 35 nach Koblenz u.a. über Münster und Rhein/Ruhr, IC 56 nach Leipzig u.a. über Oldenburg, Bremen und Hannover sowie RE1 nach Hannover u.a. über Oldenburg, Bremen und Verden bedient. Somit ist auch eine punktuelle überregionale Anbindung, vor allem für touristische Zwecke, gegeben.

Der Norder Hafen dient vor allem der Anbindung der Inseln Juist und Norderney, für die vor allem der Güter- und Personenverkehr hierüber abgewickelt wird. In diesem Kontext wurde am 01.08.2009 ein neuer Fährterminal eingeweiht. Darüber hinaus gibt es Personen-/Ausflugsverkehr zu den Ostfriesischen Inseln (außer Wangerooge) und ins Wattenmeer. Darüber hinaus ist der Norddeicher Hafen im Bereich Offshore-Service zu nennen.

Der Flugplatz Norden-Norddeich bedient vor allem die Bedarfsflüge, die mit festen Abflugzeiten geregelt sind, zu den Ostfriesischen Inseln (Juist, Norderney, Baltrum, Langeoog).

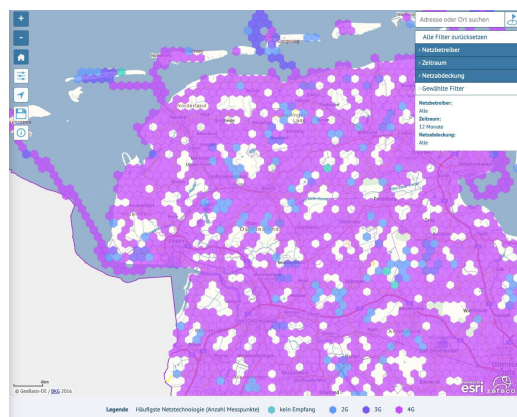
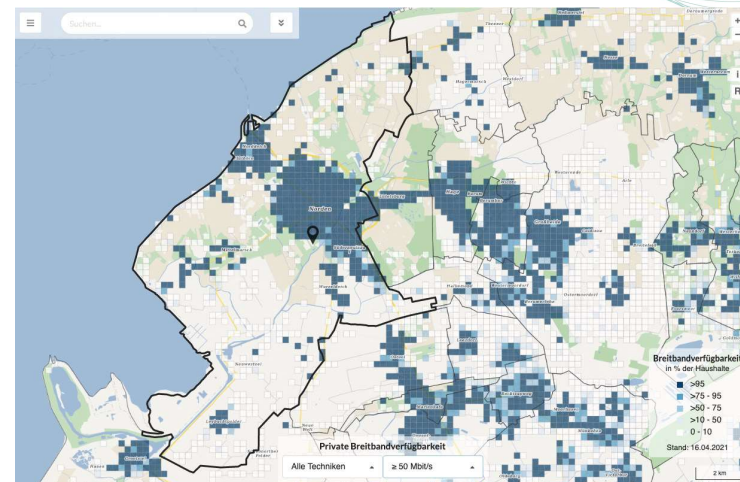
3.1.3 Standortfaktoren

Harter Standortfaktor: Breitband- und Mobilfunkinfrastruktur

Ein leistungsfähiger Breitbandanschluss ist sowohl für Private als auch für Unternehmen ein elementarer Standortfaktor. Gerade wissensintensive Dienstleistungen und zukunftsorientierte Produktions- und Logistikprozesse benötigen eine immer höhere Breitbandgeschwindigkeit.

Laut dem Breitbandatlas des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur ist gerade im Zentrum Nordens eine hohe Breitbandverfügbarkeit gegeben (s. Abbildungen rechts). Nördlich und südlich des Zentrums sind nur noch vereinzelte, teilweise niedrige Verfügbarkeiten angegeben. Über die unterschiedlichen Breitbandgeschwindigkeiten hinweg (10-1.000 Mbit/s) liegt Norden in etwa beim Durchschnitt des Landes Niedersachsen und minimal über dem Durchschnitt für Deutschland.

Auf der Funklochkarte unterhalb wird deutlich, dass es noch einige Orte in Norden gibt, die keine oder eine nur schlechte Mobilfunkverfügbarkeit haben. Der überwiegende Großteil ist jedoch mit 4G angeschlossen.



	Verfügbarkeit Mbit/s in %						
	10	16	30	50	100	200	1000
Stadt Norden	100	97	95	94	89	87	60
Landkreis Aurich	100	91	86	81	67	60	46
Region Ost-Friesland	100	98	92	89	77	70	55
Land Niedersachsen	100	98	95	93	84	75	62
Deutschland	100	98	95	94	88	78	59

Quellen:
 Breitbandatlas des BMVI, Abruf am 08.06.2021, URL: <https://www.bmvi.de/DE/Themen/Digitales/Breitbandausbau/Breitbandatlas-Karte/start.html>
 Breitbandmessung, Funklochkarte, Abruf am 08.06.2021, URL: <https://breitbandmessung.de/kartenansicht-funkloch>

3.1.3 Standortfaktoren

Weiche Standortfaktoren

Bildungsangebot

Die Stadt Norden verfügt über ein gutes Schulangebot, das über die verschiedenen Schulformen reicht. Drei Grundschulen befinden sich in der Kernstadt, weitere befinden sich in den Ortsteilen Norddeich, Süderneuland I und Leybucht polder. Als weiterführende Schulen gibt es eine Oberschule sowie das Ulrichsgymnasium. Darüber hinaus sind in Norden insgesamt zwei Förderschulen sowie die Berufsbildenden Schulen (BBS) zu finden. Seit 2009 tragen die berufsbildenden Schulen den Namen Conerus-Schule Norden. Darüber befindet sich in der Stadt Norden eine Kreisvolkshochschule, ebenso ist eine der beiden Standorte der Musikschule des Landkreises Aurich hier beheimatet.

Soziale Infrastruktur

In der Stadt Norden gibt es vier städtische Kindertagesstätten sowie elf Kindertagesstätten und Kindergärten freier Träger (z. B. Arbeiterwohlfahrt, Kirchengemeinden). Es bleibt jedoch festzuhalten, dass es kaum Ganztagsangebote gibt, ebenso gibt es kaum flexible Betreuungsmodelle oder Ferienbetreuung. Zur Versorgung der Älteren gibt es fünf Senioren- und Pflegeheime, ergänzt durch ambulante Pflegedienste. Die insgesamt schwerpunktmäßig allgemeinmedizinische ärztliche Versorgung konzentriert sich auf die Kernbereiche Norden und Norddeich. Darüber hinaus sind die regionale Ubbo-Emmius-Klinik mit ihren Standorten in Norden und Aurich sowie die Rehabilitationsklinik Dr. Becker Klinik zu nennen, ebenso wie Badeärzte und Kurmöglichkeiten.

Grundversorgung

Die Stadt Norden erfüllt seine Funktion als Mittelzentrum in Sachen Grundversorgung und verfügt über ein ausreichendes Warenangebot. Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel und Drogerieartikel und des mittelfristigen Bedarfs sind dabei entsprechend vorhanden. Beim mittelfristigen Bedarf dominiert das Sortiment an Bekleidung/Schuhen.

Freizeit / Kultur

Das Freizeit- und Kulturangebot hat nicht nur Auswirkungen auf den (Tages-)Tourismus, es erhöht auch die Wohnqualität der Norder Bevölkerung. Norden verfügt über Kinderspielplätze, Museen, Sportanlagen, Vereine sowie ein Theater, ein Erlebnisbad (Ocean Wave) sowie das Frisia Bad. Überregionale Bekanntheit haben vor allem die Seehundstation Nationalpark-Haus in Norddeich sowie das Ostfriesische Teemuseum in Norden inne. Dennoch ist das Freizeitangebot für junge Menschen, insbesondere für Jugendliche insgesamt ausbaufähig.

Lebensqualität

Der Standort Norden hat eine hohe Wohn- und Lebensqualität inne. Diese resultiert aus der schönen Lage an der Nordsee und den entsprechenden naturräumlichen Qualitäten aus Landschaft, Natur und Meer. Die gute Luftqualität ist ein wichtiger Treiber für die Stadt Norden als Tourismusdestination. Dennoch ist der Wohnraum hart umkämpft, da es eine Konkurrenz zwischen Miet- und Ferienwohnungen gibt. Viele kleine Wohnungen werden als Ferienwohnungen genutzt und stehen damit den Arbeitskräften nicht zum Dauerwohnen zur Verfügung.

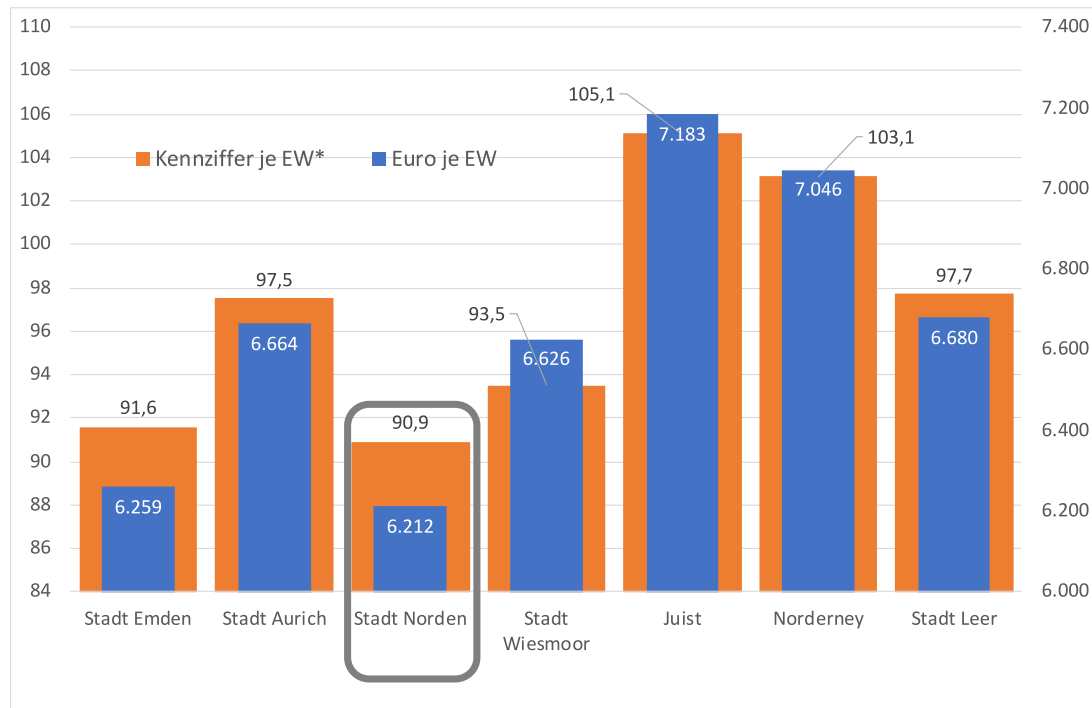
Quellen:
Dr. Lademann & Partner, Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Norden 2018.
Website der Stadt Norden.de und Norddeich.de

3.1.3 Standortfaktoren

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Für 2020 wurde die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Norden (gesamte Kaufkraft am Standort) im Vergleich mit weiteren Kommunen sowie den Nordseeinseln Juist und Norderney verglichen. Der Indexwert von 100 entspricht dem Bundesdurchschnitt pro Einwohner:in. Das Verhältnis wird hier auch in Euro ausgedrückt, d.h. es handelt sich hierbei um die Kaufkraft in Euro je Einwohner:in.

Die Stadt Norden liegt hier deutlich unter dem Bundesdurchschnitt, vergleichbar mit der Stadt Emden. Auffällig sind vor allem Juist & Norderney, die deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegen.



Quelle: Eigene Bearbeitung nach Daten von MB Research 2020: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2020.
 *Bezogen auf den Durchschnitt der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 100,0 pro Einwohner.



3. Standortprofilanalyse

3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich

3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden

3.3 Gewerbeflächenanalyse

3.4 Organisation und Ressourcen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden

Aus der Branchenstruktur- bzw. Portfolioanalyse (Kapitel 3.1.2) wurden die drei Fokusbranchen abgeleitet. Diese resultieren einerseits aus der Größe (Zahl der Beschäftigten) und andererseits der Spezialisierung der Branche vor Ort (Lokalisationsquotient):

3.2.1 Tourismus

3.2.2 Gesundheitswirtschaft

3.2.3 Einzelhandel

3.2.1 Tourismus

Touristisches Profil der Stadt Norden

Die Stadt Norden, direkt an der Nordsee gelegen, mit ihrem besonderen Reizklima, ist ein attraktiver Ort für einen Erholungsurlaub – und das ganzjährig. Die Landschaft besticht durch seine Naturbelassenheit und lädt so zum Spazieren, Radfahren, zu Wattwanderungen oder auch andere Aktivitäten für die ganze Familie ein. Mit der Anerkennung als „Nordseeheilbad“ kann Norden zusätzlich punkten, zudem ist die Stadt Teil des UNESCO-Biosphärenreservats Niedersächsisches Wattenmeer. Besonderer Stellenwert kommt dem Nationalparkzentrum Norden/Norddeich sowie der Seehundaufzucht- und Forschungsstation zu, einerseits als Informationsstellen für das Wattenmeer und andererseits als beliebter Ort für Tourist:innen. Norden, als älteste Stadt Ostfrieslands, kann auch städtebaulich punkten, da es zahlreiche gut erhaltene Bauwerke gibt, darunter die Ludgerikirche mit freistehendem Glockenturm, aber auch Mühlen und eine Vielzahl an Museen sind hier zu finden. Unter diesen Museen finden sich u.a. auch das Ostfriesische Teemuseum Norden sowie das Automobil- und Spielzeugmuseum.

Weitere attraktive Angebote finden sich vor Ort mit dem Erlebnisbad Ocean Wave, einem Wellenpark, Abenteuer golfplatz sowie die Möglichkeit, u.a. die Inseln Juist und Norderney zu besuchen.

Zielgruppen für den Tourismus in Norden sind vor allem Familien mit Kindern, aber auch erwachsene Singles und Paare ohne Kinder sowie Best Ager.

Reisemotive sind schwerpunktmäßig Familienurlaube, ebenso Gesundheit und Wohlfühlen, an der Nordsee aktiv sein sowie Kultur und Geschichte erleben. Vor allem ist es aber das Motiv, abzuschalten und sich erholen zu können, das die meisten Besucher:innen antreibt (siehe Profilt Themen Familienurlaub, Auszeit und Tagesausflug aus dem Tourismuskonzept).

Herkunft der Gäste: Etwa die Hälfte der Gäste kommt aus Nordrhein-Westfalen, aber auch aus Niedersachsen kommen aufgrund der räumlichen Nähe einige. Durch die Corona-Pandemie und den verstärkten „Deutschlandboom“ ist darüber hinaus zu erwarten, dass auch die Zahl der Besucher:innen z. B. aus Bayern und Baden-Württemberg zunehmen wird.

Wirtschaftsfaktor Tourismus:

Der Tourismus wirkt sich als Querschnittsbranche auf unterschiedliche Bereiche aus. So geben Tourist:innen vor Ort u.a. für die Beherbergung, Gastronomie, Freizeitaktivitäten Geld aus, direkt oder auch indirekt profitieren aber auch Landwirtschaft, Handwerk, Einzelhandel und Logistik (Fähr- und Flugbetrieb nach Juist und Norderney) von einem starken Tourismus vor Ort.

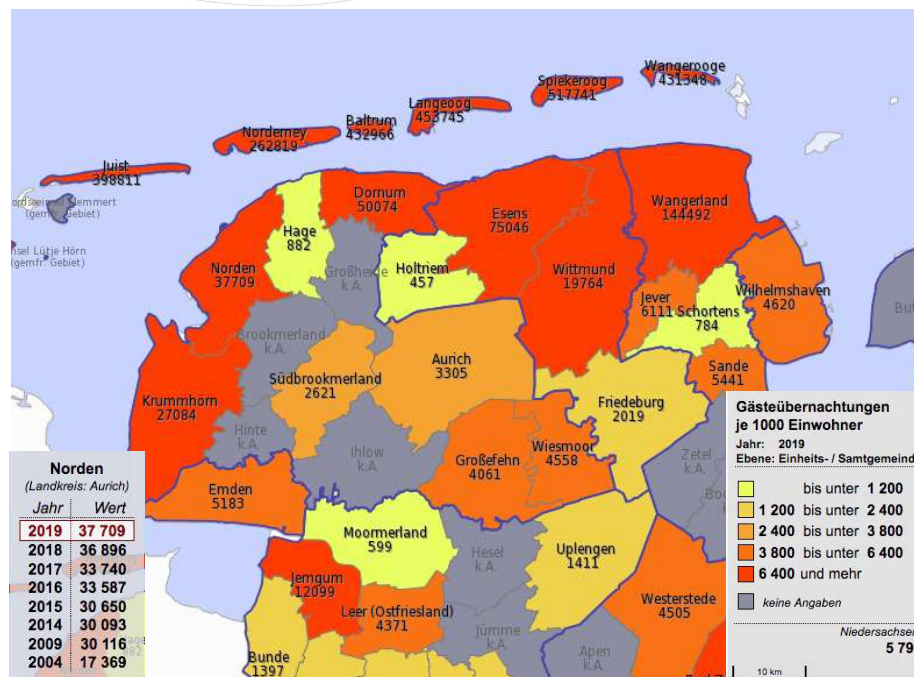
Wettbewerber:

Aufgrund unterschiedlicher Gegebenheiten und preislicher Strukturen ist die Stadt Norden nicht in erster Linie Konkurrent der Nordseeinseln wie z. B. Juist und Norderney, die Stadt Norden konkurriert eher mit anderen Tourismusregionen an der Küste wie z. B. Carolinensiel, Greetsiel oder Neuharlingersiel.

Quellen: Die Nordsee, Norden-Norddeich. URL: <https://www.die-nordsee.de/norden-norddeich>
Tourismuskonzept mit Maßnahmen- und Umsetzungsplanung für Norden-Norddeich 2016. Project 3M

3.2.1 Tourismus

Gästeübernachtungen



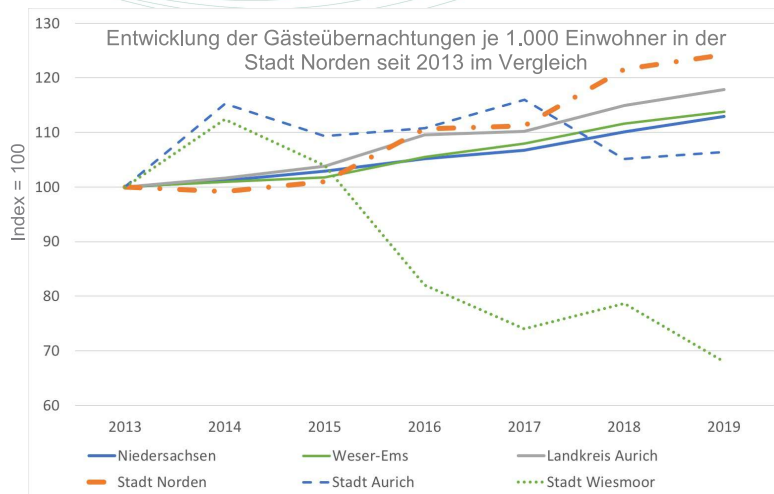
Quelle: www.regionalmonitoring-statistik.niedersachsen.de (Datenabruf: 15.04.2021)

Bei den Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner:innen in den Kommunen im Landkreis Aurich im Jahr 2019 wird deutlich, dass die Stadt Norden ein beliebtes touristisches Ziel ist. Mit 37.709 Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner:innen unterstreicht dies die Vorzüge aus Lage & Attraktivität Nordens. Deutlich wird, dass Norden verglichen mit den am Festland gelegenen umliegenden Kommunen eine hohe Zahl an Gästeübernachtungen vorweist, jedoch haben die Nordseeinseln Norderney (262.819) und vor allem Juist (398.811) sowie Baltrum (432.966) aufgrund ihrer touristischen Anziehungskraft deutlich mehr Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner:innen vorzuweisen.

Ergänzend werden die absoluten Übernachtungszahlen für 2020 genannt: Norderney liegt hier bei 2,92 Mio., Norden-Norddeich bei 1,62 Mio., Juist bei 0,9 Mio. und Baltrum bei 0,41 Mio. Übernachtungen (Quelle: IHK Emden).

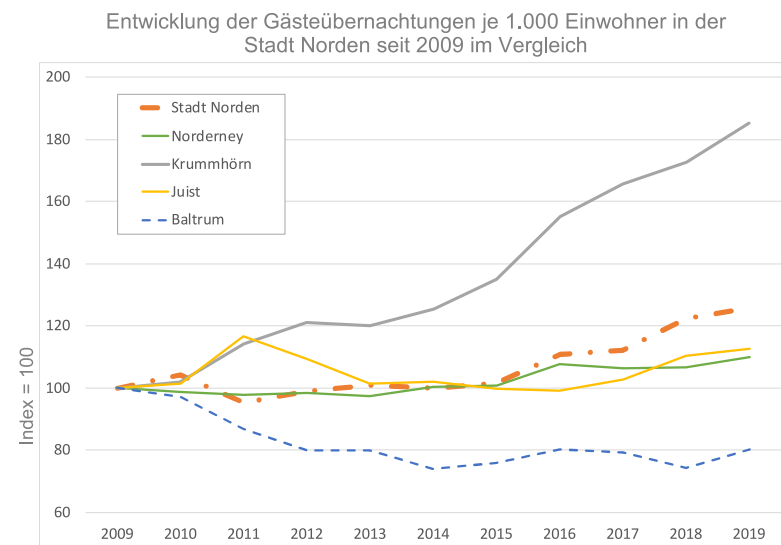
3.2.1 Tourismus

Entwicklung der Gästeübernachtungen



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen 2021

Wie bereits auf der vorherigen Seite erläutert, sind die Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner:innen in Norden sehr stark im Vergleich zu den Kommunen, die in der direkten Umgebung auf dem Festland zu finden sind. Bei indexierter Betrachtung (s. Abbildung links) bestätigt sich ein positiver Trend in der Stadt Norden: Auch verglichen mit dem Schnitt des Landes Niedersachsen oder des Landkreises Aurich fällt Norden, gerade in der Entwicklung ab 2017, positiv auf.

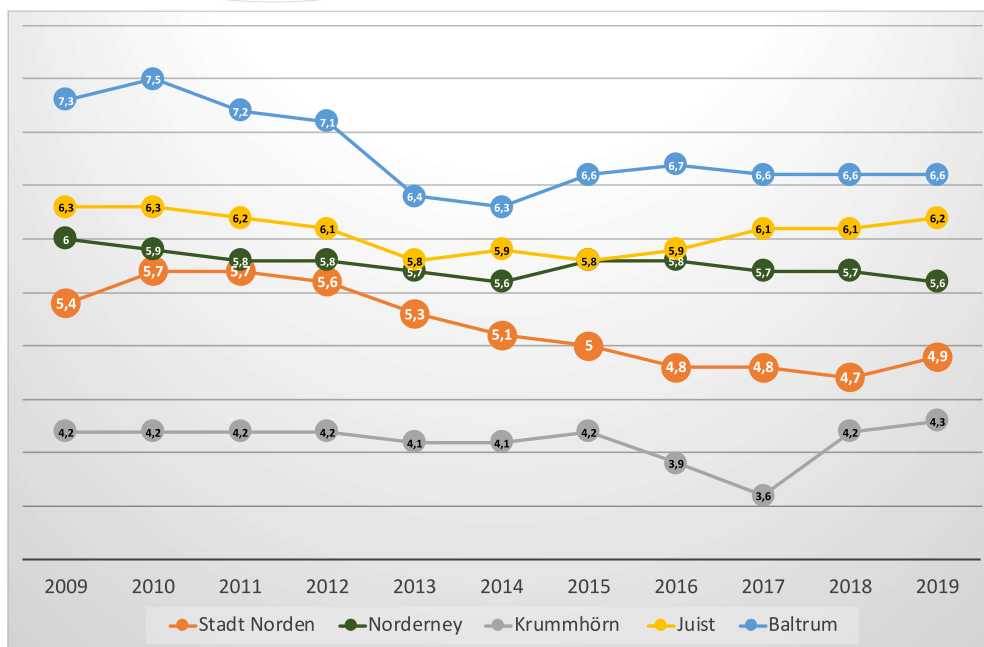


Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen 2021

Es bleibt festzuhalten, dass die Entwicklung der Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner:innen in der Stadt Norden in den letzten Jahren sehr positiv ist, jedoch zeigt sich bei indexierter Betrachtung (s. Abbildung rechts) ebenfalls, dass die Nachbarkommune Krummhörn eine deutlich stärkere positive Entwicklung genommen hat. Die Inseln Norderney, Juist und Baltrum weisen deutlich höhere absolute Zahlen an Gästeübernachtungen je 1.000 Einwohner:innen auf, die Entwicklung dieser in den letzten Jahren stagnierte jedoch eher bei indexierter Betrachtung (Juist & Norderney) oder verlief sogar leicht rückläufig (Baltrum).

3.2.1 Tourismus

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer



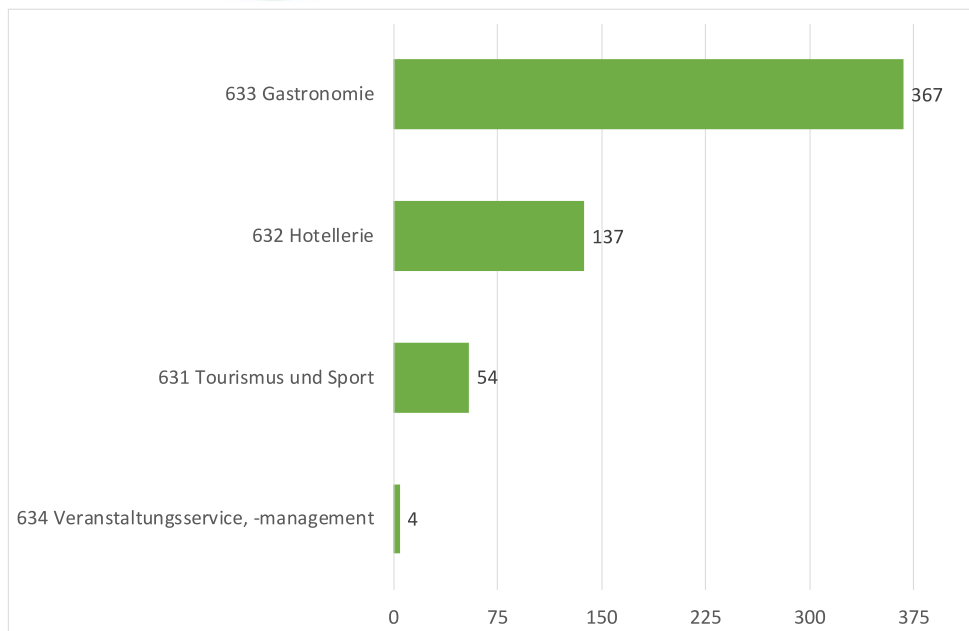
Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen 2021

Im Gegensatz zur positiven Entwicklung der Gästeübernachtungen ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen von 2009 bis 2019 in der Stadt Norden rückläufig. Das lässt auf z. B. vermehrten Tagestourismus und Gäste in Kurzurlaub schließen, ist jedoch auch das Ergebnis des erfolgreichen Ausbaus der Nebensaison in den letzten Jahren (die nun durch die Corona-Pandemie weiter verstärkt wird).

2019 lag der Wert in Norden bei 4,9 – die Nachbarkommune Krummhörn liegt z. B. bei 4,3. Die Nordseeinseln als touristische Anziehungspunkte weisen 2019 Werte von 6,6 (Baltrum), 6,2 (Juist) und 5,6 (Norderney) auf.

3.2.1 Tourismus

Beschäftigte in Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen in der Stadt Norden



In den Tourismus-, Hotel- und Gaststättenberufen in der Stadt Norden (Stichtag: 30.06.2020) dominiert die Gastronomie mit 367 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Die Hotellerie-Branche stellt 137 SVB, während Tourismus und Sport (54 SVB) sowie Veranstaltungsservice und -management (4 SVB) deutlich weniger SVB beschäftigen. Gastronomie und Hotellerie sind entsprechend ausgeprägt, da es sich bei der Stadt Norden um einen beliebten Tourismusstandort, direkt an der Nordseeküste gelegen, handelt.

Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Sonderauswertung der Bundesagentur für Arbeit

3.2.2 Gesundheitswirtschaft

Gesundheitsprofil der Stadt Norden

In der Stadt Norden wird die Gesundheitsversorgung schwerpunktmäßig stationär und ambulant sichergestellt, darüber hinaus gibt es Pflegeeinrichtungen, ambulante Pflegedienste, aber auch die Bereiche Pharma, Medizintechnik sowie Handel mit Arznei- und Medizinprodukten ist hier vertreten. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im zweiten Gesundheitsmarkt. Dieser setzt sich in der Regel aus frei verkäuflichen Arzneimitteln, individuellen Gesundheitsleistungen sowie Präventionsangeboten wie Fitness und Wellness, Gesundheitstourismus sowie Freizeit und Ernährung zusammen. In der Stadt Norden fallen darunter u.a. diverse Sport- und Fitnessangebote und die Bäder. Hinzu kommen Angebote rund um das Thema Kur, die gerade aufgrund der guten Luftqualität und der Anerkennung Nordens als „Nordseeheilbad“ eine große Bedeutung, auch überregional, innehaben. Aus diesem Grund ist es hier auch möglich, Mutter-Kind-Kuren wahrzunehmen.

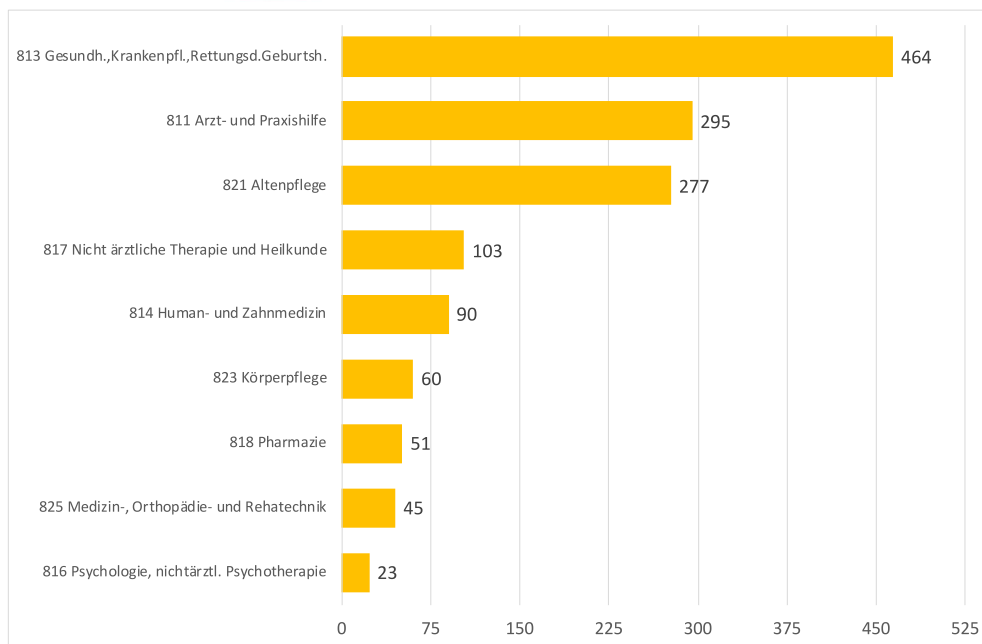
Diese Angebote gewinnen erneut an Bedeutung, wenn die aktuellen Trends miteinbezogen werden: der demografische Wandel führt zu einem höheren Bedarf an Gesundheitsleistungen, es gibt ein wachsendes Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung, welches nicht zuletzt durch die Corona-Pandemie weiter verstärkt wird. Die Stadt Norden hat mit ihrem vielfältigen Dienstleistungsangebot daher gute Voraussetzungen, diese Bedarfe zu decken, sofern die entsprechenden Fachkräfte gewonnen werden können.

Mit einer überregionalen Strahlkraft sind die Ubbo-Emmius-Klinik gGmbH sowie die Dr. Becker Klinik Norddeich für psychosomatische oder orthopädische Rehabilitation zu nennen. Die Ubbo-Emmius-Klinik ist seit 2004 eines von zwei Kreiskrankenhäusern, gemeinsam mit der Ubbo-Emmius-Klinik in Aurich, mit der sie fusionierte. Darüber hinaus gibt es Norden eine Vielzahl an weiteren Facharztpraxen sowie Einrichtungen für entsprechende medizinische oder soziale Leistungen.

Aktuell befindet sich die Stadt Norden mitten in der Einrichtung und Weiterentwicklung eines Gesundheitsnetzwerks für alle interessierten Akteure aus der Gesundheitsbranche. Dies ist von besonderer Bedeutung für die Stadt Norden und deren Akteure, da ein solches Netzwerk durch einen regelmäßigen Austausch und enge Zusammenarbeit einen großen Mehrwert bietet, wie z. B. regelmäßige Informations- und Netzwerkveranstaltungen, aber auch die gemeinsame Bearbeitung dringender Themen wie die Schließung der Versorgungslücke. Dabei ist eine solche Vernetzung längst keine Ausnahme mehr, sondern vielmehr die Regel, wenn es um unser heutiges Wirtschaftssystem geht, denn die Wirtschaft und die wirtschaftsnahen Akteure organisieren sich zunehmend kooperativ in Ökosystemen. Ein solches Netzwerk bietet den Akteuren die Möglichkeit, gemeinsam Innovationen voranzutreiben, Entwicklungen zu beobachten und steuern und zu agieren. Es werden die individuellen Kompetenzen und Potenziale gebündelt, um den Standort in puncto Gesundheitsversorgung als Ganzes voranzutreiben.

3.2.2 Gesundheitswirtschaft

Beschäftigte in medizinischen und nicht-medizinischen Gesundheitsberufen



Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Sonderauswertung der Bundesagentur für Arbeit

In der Abbildung links sind die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den medizinischen und nicht-medizinischen Gesundheitsberufen in der Stadt Norden zum 30.06.2020 aufgeführt. Generell bildet die Berufsgruppe der medizinischen Gesundheitsberufe in Norden die meisten Beschäftigten in Norden ab.

Mit 464 SVB stellen Berufe in dem Bereich Gesundheits- und Krankenpflege, Rettungsdienst und Geburtshilfe die größte Gruppe der medizinischen und nicht-medizinischen Gesundheitsberufe in der Stadt Norden dar.

Arzt- und Praxishilfe folgt mit 295 SVB und Altenpflege mit 277 SVB.

3.2.3 Einzelhandel

Einzelhandelsprofil der Stadt Norden

Im Rahmen der Festlegungen der Raumordnung des Landes Niedersachsen ist die Kernstadt von Norden als Mittelzentrum aufgeführt. Die nächsten Orte mit einer überörtlichen Versorgungsfunktion sind Emden und Aurich. Laut dem Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2018 (Dr. Lademann & Partner) sind die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in der Stadt Norden als stabil zu beurteilen. Dennoch ist davon auszugehen, dass die Intensität des interkommunalen Wettbewerbs mit den Nachbarstädten und auch mit dem Online-Handel weiter zunehmen und die Einzelhandelssituation in Norden verschärfen wird. Dabei dienen die Tourist:innen als kompensierender Faktor, da so stetig neue Nachfrage generiert wird.

Gerade durch den Tourismus hat die Stadt Norden ein großes Potenzial, und auch die Standortqualitäten sind hierbei nicht zu vernachlässigen: In der Norder Innenstadt gibt es eine gute städtebauliche Qualität und eine hohe Aufenthaltsqualität.

Die Einzelhandelsstruktur in der Stadt Norden wird vor allem durch Angebote des kurz- und mittelfristigen Bedarfs geprägt. Dabei ist der kurz- und mittelfristige Bedarf primär in der Innenstadt verortet, das Nebenzentrum Gewerbestraße weist Angebote über alle Bedarfsstufen (kurz-, mittel-, langfristig) auf.

Im Rahmen der Bewertung innerhalb des Einzelhandelsgutachtens wurde festgehalten, dass der Norder Einzelhandel in den Untersuchungsräumen eine durchschnittliche Performance aufweist. Optimierungsbedarf ist vor allem in der Außengestaltung vorhanden. Im Kontext dieser Untersuchung wurde zudem festgehalten, dass 2018 weniger als 60 % der Betriebe in Norden (gezielt) online auffindbar waren, in Norddeich sogar nur bei rund 26 %. Dies wurde mit der Plattform „Norder Kompass“ adressiert (siehe Flyer rechts), wo bereits rund 60 Unternehmen gelistet sind.

Bei der Umsatzstruktur wird deutlich, dass periodische Sortimente, also Angebote des kurzfristigen Bedarfs, mit rund 47 % des Umsatzes dominieren. Dies hat auch Auswirkungen auf die Verkaufsflächen, deren Wert deutlich höher ist als beispielsweise für Verkaufsflächen aperiodischer Sortimente, wie z. B. Schmuck, Uhren, Optik oder Möbel.





3. Standortprofilanalyse

3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich

3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden

3.3 Gewerbeflächenanalyse

3.4 Organisation und Ressourcen

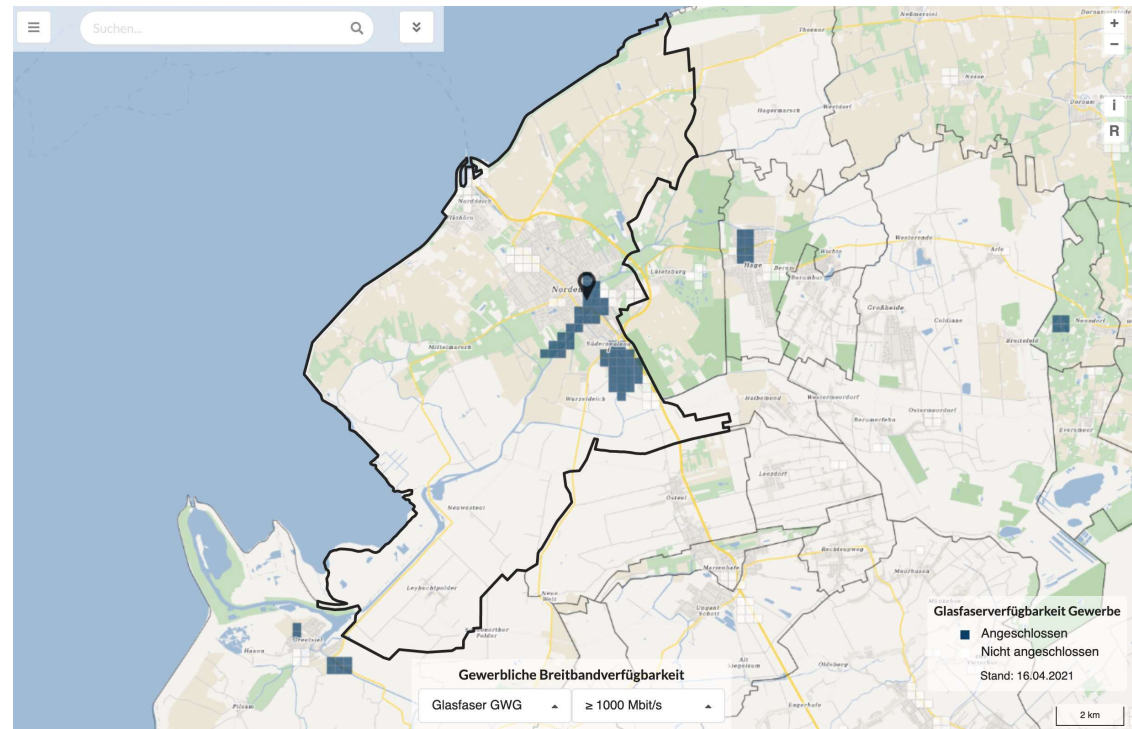
3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Gewerbliche Breitbandverfügbarkeit in der Stadt Norden

Die Bedeutung der Breitbandverfügbarkeit als Standortfaktor wurde schon in Kapitel 3.1.3 erläutert. Für Unternehmen wird in der Abbildung rechts noch einmal spezifiziert, wie die gewerbliche Glasfaserverfügbarkeit in der Stadt Norden einzuschätzen ist. Im Kerngebiet Norden sowie südöstlich in Süderneuland I und II sind die Gewerbegebiete größtenteils angeschlossen, einzelne weiße Kacheln in Norddeich und Süderneuland II zeigen, dass es jedoch noch einige nicht angeschlossene Gewerbegebiete gibt (Datenstand ist der 16.04.2021).

Auf den nächsten Seiten wird die eigentliche Gewerbeflächenanalyse vorgestellt. Dabei wird einerseits der Status Quo analysiert, andererseits wird eine Zukunftsprognose zur Abschätzung der zukünftigen Gewerbeflächenbedarfe erstellt.



3.3 Gewerbeflächenanalyse

Vorgehensweise

Die Gewerbeflächenanalyse wird in einem dreistufigen Verfahren durchgeführt. Die Vorgehensweise hierzu wird im Folgenden zunächst methodisch erläutert.

1. Schritt: Ermittlung der verfügbaren Gewerbeflächen

Zunächst einmal werden die Gewerbeflächen in der Stadt Norden erhoben, die aktuell frei sind bzw. für Ansiedlungen zur Verfügung stehen. Diese Bestandsflächen werden im Rahmen von Steckbriefen beschrieben, nach festgelegten Bewertungskriterien charakterisiert und kartografisch dargestellt. Mit Hilfe dieser kartografischen Darstellung wird auch der jeweilige konkrete räumliche Bezug klar definiert. Anschließend werden diese Bestandsflächen auf Basis ihrer Steckbriefe dahingehend bewertet, für welche Art und Herkunft von Unternehmensansiedlungen sie bevorzugt geeignet erscheinen.

2. Schritt: Analyse der Flächenverkäufe der letzten 10 Jahre

Im Rahmen des zweiten Schritts werden die Gewerbeflächenumsätze, die von den lokalen Unternehmen im Rahmen von Erweiterungs- und Verlagerungsvorhaben erworben wurden, analysiert. Parallel werden die Gewerbeflächenumsätze, die von den Unternehmen gekauft worden sind, die sich von außerhalb der Stadt Norden angesiedelt haben, analysiert. Die Ergebnisse dieser Analysen werden nach festgelegten Bewertungskriterien ausgewertet.

3. Schritt: Gewerbeflächenbedarfsprognose

Für den dritten Schritt wird der rechnerische bzw. quantitative Gewerbeflächenbedarf, der sich aus der Wirtschaftsstruktur vor Ort ableiten lässt, ermittelt. Hierzu wird das Modell der Gewerbe- und Industrieflächenbedarfsprognose (GIFPRO) genutzt. Dabei bilden die statistischen Daten über die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten die Grundlage für die Berechnung der Nachfrage. Bei dem GIFPRO-Modell handelt es sich um eine in Deutschland weit verbreitete Variante zur Ermittlung des zukünftigen Gewerbe- und Industrieflächenbedarfs.

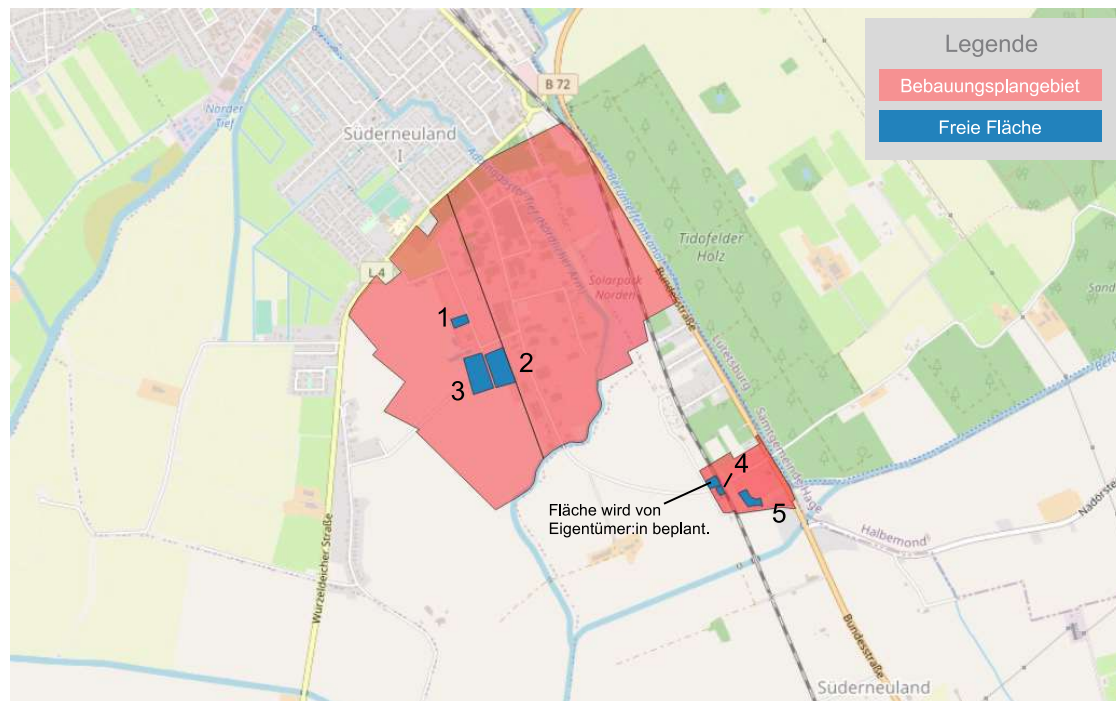
3.3 Gewerbeflächenanalyse

Übersicht über die fünf freien Gewerbe- und Industrieflächen

Diese fünf Flächen¹ wurden als derzeit verfügbare Gewerbeflächen ermittelt. Als Datengrundlage dienen hierbei Daten der Stadt Norden. Drei dieser Flächen (1-3; siehe Abbildung rechts) liegen in dem Bebauungsplangebiet 41a (Gewerbe- und Dienstleistungspark Leegemoor) und zwei (4-5; siehe Abbildung rechts) in dem Bebauungsplangebiet 100 (Südring):

- Fläche 1 (GuDP* Leegemoor): 0,29 ha
nicht sofort verkaufbar (öffentlicher Besitz)
- Fläche 2 (GuDP* Leegemoor): 1,50 ha
nicht sofort verkaufbar (öffentlicher Besitz)
- Fläche 3 (GuDP* Leegemoor): 2,00 ha
nicht sofort verkaufbar (öffentlicher Besitz)
- Fläche 4 (Südring): 0,05 ha
sofort verkaufbar (öffentlicher Besitz)
- Fläche 5 (Südring): 0,71 ha
nicht sofort verkaufbar (öffentlicher Besitz)

SUMME: 4,55 ha
davon sofort verkaufbar: 0,05 ha



¹ Eine weitere Fläche wurde in Norddeich ausgemacht, diese befindet sich jedoch noch in der Rohplanung und wird daher ausgeklammert.

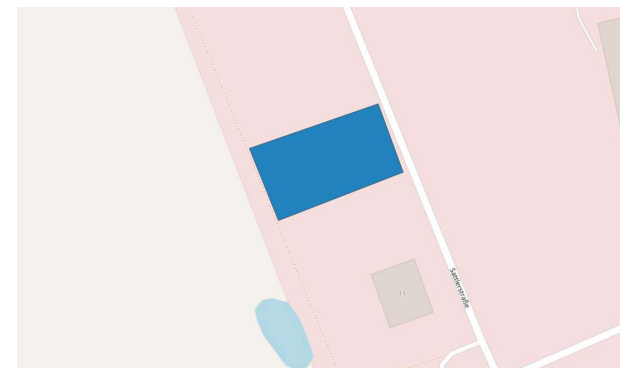
*Gewerbe- und Dienstleistungspark Leegemoor

Quelle: Darstellung ExperConsult via QGIS. Kartengrundlage: OpenStreetMap. Daten von der Stadt Norden

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Steckbrief Fläche 1: Gewerbe- und Dienstleistungspark Leegemoor

- Eigentumsverhältnis: öffentlich
- Gesamtfläche: 0,29 ha (Einzelfläche)
- Bebauungsplan: 41a (GE)
- Flurstück: 18/29
- Preis in EUR/qm: 21,93 EUR/qm
- Erschließung: vorhanden
- Verfügbarkeit: keine Aussage über Zeitraum möglich
- Verkaufsbereitschaft: /
- Ausschlusskriterien: Parkhäuser, Garagen, Lagerhäuser und Lagerplätze gemäß Negativkatalog
- Sonstige Restriktionen: nein
- Bes. Brancheneignung: nein
- Verkehrsanbindung: B72, ca. 2km
- Breitbandversorgung: Glasfaser
- Mobilfunknetz: 4G
- Anmerkungen: keine



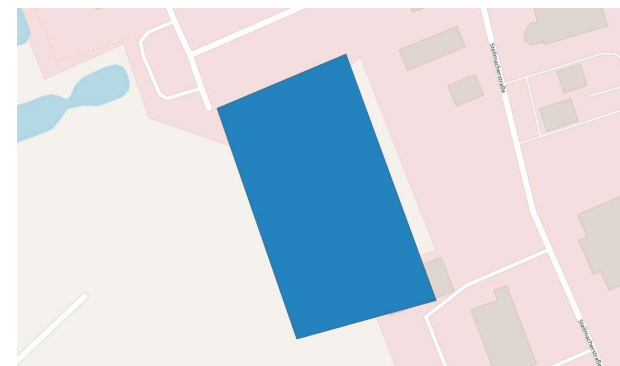
Bevorzugte Art und Herkunft von Unternehmensansiedlungen:

- Mittelstand / Handwerk
- Unternehmen aus Norden oder dem Umland

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Steckbrief Fläche 2: Gewerbe- und Dienstleistungspark Leegemoor

- Eigentumsverhältnis: öffentlich
- Gesamtfläche: 1,50 ha (Einzelfläche)
- Bebauungsplan: 41a (GE)
- Flurstück: 10/05
- Preis in EUR/qm: vsl. höhere Erschließungsbeiträge
- Erschließung: nicht vorhanden
- Verfügbarkeit: vsl. 2022
- Verkaufsbereitschaft: /
- Ausschlusskriterien: Hallen, Parkhäuser, Garagen, Lagerhäuser und Lagerplätze gemäß Negativkatalog
- Sonstige Restriktionen: nein
- Bes. Brancheneignung: nein
- Verkehrsanbindung: B72, ca. 2km
- Breitbandversorgung: vsl. Glasfaser
- Mobilfunknetz: 4G
- Anmerkungen: Erschließung in Vorbereitung



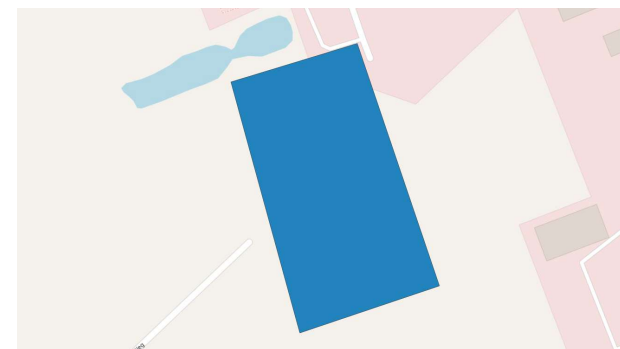
Bevorzugte Art und Herkunft von Unternehmensansiedlungen:

- Mittelstand / Handwerk
- Unternehmen aus Norden oder dem Umland

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Steckbrief Fläche 3: Gewerbe- und Dienstleistungspark Leegemoor

- Eigentumsverhältnis: öffentlich
- Gesamtfläche: 2,00 ha (Einzelfläche)
- Bebauungsplan: 41a (GE)
- Flurstück: 10/05
- Preis in EUR/qm: vsl. höhere Erschließungsbeiträge
- Erschließung: nicht vorhanden
- Verfügbarkeit: vsl. 2022
- Verkaufsbereitschaft: /
- Ausschlusskriterien: Hallen, Parkhäuser, Garagen, Lagerhäuser und Lagerplätze gemäß Negativkatalog
- Sonstige Restriktionen: nein
- Bes. Brancheneignung: nein
- Verkehrsanbindung: B72, ca. 2km
- Breitbandversorgung: vsl. Glasfaser
- Mobilfunknetz: 4G
- Anmerkungen: Erschließung in Vorbereitung



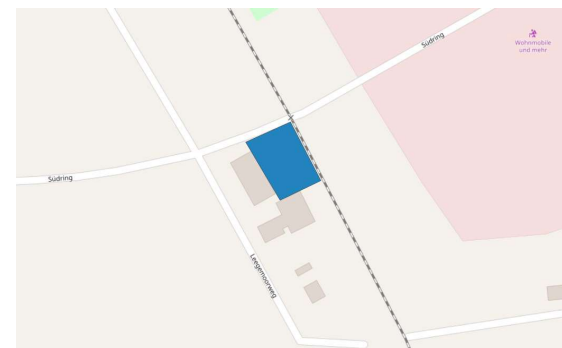
Bevorzugte Art und Herkunft von Unternehmensansiedlungen:

- Mittelstand / Handwerk
- Unternehmen aus Norden oder dem Umland

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Steckbrief Fläche 4: Südring

- Eigentumsverhältnis: öffentlich
- Gesamtfläche: 0,05 ha (Einzelfläche)
- Bebauungsplan: 100 (GE, MI)
- Flurstück: 60/09
- Preis in EUR/qm: Erbbaurecht, kein Kaufgrundstück (jährlicher Erbbauzins i.H.v. aktuell 0,36 €/qm) zzgl. einmaligem Erschließungsbeitrag (o.A.)
- Erschließung: vorhanden
- Verfügbarkeit: sofort
- Verkaufsbereitschaft: /
- Ausschlusskriterien: Hallen, Parkhäuser, Garagen, Lagerhäuser und Lagerplätze gemäß Negativkatalog
- Sonstige Restriktionen: nein
- Bes. Brancheneignung: nein
- Verkehrsanbindung: B72, ca. 2km
- Breitbandversorgung: vsl. Glasfaser
- Mobilfunknetz: 4G
- Anmerkungen: Aktuell in Kaufvertragsverhandlung



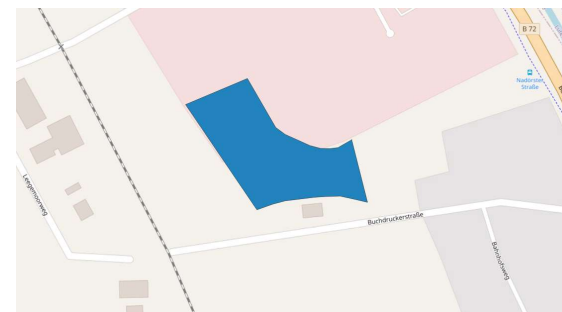
Bevorzugte Art und Herkunft von Unternehmensansiedlungen:

- Mittelstand / Handwerk
- Unternehmen aus Norden oder dem Umland

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Steckbrief Fläche 5: Südring

- Eigentumsverhältnis: öffentlich
- Gesamtfläche: 0,71 ha (Einzelfläche)
- Bebauungsplan: 100 (GE, MI)
- Flurstück: 59/15
- Preis in EUR/qm: 29,60 EUR/qm (ggf. höher, da Erschließung teurer geworden ist)
- Erschließung: nicht vorhanden
- Verfügbarkeit: nach Erschließung
- Verkaufsbereitschaft: /
- Ausschlusskriterien: Hallen, Parkhäuser, Garagen, Lagerhäuser und Lagerplätze gemäß Negativkatalog
- Sonstige Restriktionen: nein
- Bes. Brancheneignung: nein
- Verkehrsanbindung: B72, ca. 2km
- Breitbandversorgung: vsl. Glasfaser
- Mobilfunknetz: 4G
- Anmerkungen: keine



Bevorzugte Art und Herkunft von Unternehmensansiedlungen:

- Mittelstand / Handwerk
- Unternehmen aus Norden oder dem Umland

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Analyse der Gewerbeflächenverkäufe. Zeitraum: 2010-2019 (10 Jahre)

Die Gewerbeflächenverkäufe der Jahre 2010-2019 wurden auf Basis von der Stadt Norden zur Verfügung gestellter Daten analysiert. Hieraus lassen sich insgesamt 13 Verkaufsfälle (davon ein privater Fall) entnehmen, die alle im Gewerbe- & Dienstleistungspark Leegemoor verortet sind. Jedoch handelt es sich hierbei nicht um eine vollständige Datenbasis, daher werden diese Ergebnisse entsprechend eingeordnet.

Aus der Datenbasis abgeleitet ergeben sich insgesamt 25.465 qm (brutto) an Gewerbeflächenverkäufen, mit einem Gesamtverkaufsvolumen von 501.802,- EUR. Aufgeteilt sind diese Verkaufsfälle in folgende Branchen – dabei konnten nur bei 8 Fällen die Branchen ermittelt werden:

- 3x Baugewerbe
- 2x Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
- 1x Gastgewerbe
- 1x Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen
- 1x Verarbeitendes Gewerbe

Insgesamt handelt es sich bei den o. g. Werten um sehr niedrige Verkaufszahlen, auch wenn es eine unvollständige Datenbasis ist (private Verkäufe sind nicht miteinberechnet), da jährlich im Durchschnitt nach dieser Berechnung nur 0,25 ha an Gewerbeflächen veräußert wurden. Diese Daten fließen in die Gewerbeflächenbedarfsprognose ein, die auf der nächsten Seite beschrieben wird.

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Gewerbeflächenbedarfsprognose nach dem GIFPRO-Modell 2021 bis 2030

Flächennachfrage von Neuansiedlungen p.a. in m ²	1.305
Flächennachfrage von Verlagerungen p.a. in m ²	6.300
Gesamtnachfrage p.a. (Nettobauland) in m ²	7.605
Bedarf 2021-2030 (10 Jahre; Nettobauland) in m ²	83.653
Dyn. Bedarf aus Besch.-Entwicklung 2011-2020 in m ²	12.205
Tatsächlich veräußerte Fläche 2010-2019 in m ²	25.465
Zwischensumme in m²	121.323
25 % Zuschlag für Erschließungs-/Ausgleichsflächen in m ²	30.331
Gesamtbedarf 2021-2030 (Bruttobauland) in m ²	151.654
Gesamtbedarf 2021-2030 (Bruttobauland) in ha	15,17

Quelle: Eigene Darstellung ExperConsult; Datenquelle: Arbeitsmarktmonitor der Bundesagentur für Arbeit

Das GIFPRO-Modell (GIFPRO = Gewerbe- und Industrieflächen-Bedarfs-Prognose) gilt als Standardmodell zur Ermittlung der langfristigen Nachfrage nach gewerblichen Bauflächen. Unter Berücksichtigung verschiedener statistischer Daten und Werte (u.a. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort nach Branche untergliedert sowie tatsächlich veräußerte Flächen) wird der Gesamtbedarf der nächsten 10 Jahre an Bruttobauland in m² berechnet. Für die Stadt Norden ergibt sich im Ergebnis bis 2030 ein Gesamtbedarf von 151.654 m² bzw. von 15,17 ha. Diese gilt es, in den folgenden Jahren Stück für Stück zu festzulegen und zu entwickeln.

Aufgrund der Tatsache, dass die Datengrundlage für die tatsächlich veräußerte Flächen 2010-2019 von 25.465 m² (s. vorherige Folie) unvollständig ist, ist davon auszugehen, dass der reale Flächenbedarf sogar noch etwas höher liegt als hier berechnet.

3.3 Gewerbeflächenanalyse

Zwischenfazit

Im Rahmen der Gewerbeflächenanalyse kann konstatiert werden, dass es einen hohen Handlungsbedarf in Sachen Gewerbeflächenentwicklung in der Stadt Norden gibt. Mit 0,05 ha an sofort verkaufbarer und in öffentlichem Besitz befindlicher Gewerbefläche, bei einem bisherigen durchschnittlichen Gewerbeflächenverkauf von 0,25 ha pro Jahr und einem Gewerbeflächenbedarf laut GIFPRO-Analyse von 1,52 ha pro Jahr sind diese Flächen nach dieser Modellrechnung in einem Zeitraum von weit unter einem Jahr aufgebraucht. Auch wenn die später verkaufbaren Gewerbeflächen von 4,5 ha zügig entwickelt werden, bleibt die Gewerbeflächensituation in der Stadt Norden angespannt, da viele Flächen beispielsweise aufgrund der Tourismusregion auch nicht für gewerbliche Zwecke genutzt werden dürfen (Deichvorland etc.) und auch der Natur- und Küstenschutz zu beachten ist, was wiederum die Flächenzahl einschränkt.

Im Rahmen des Gewerbeflächenkonzepts für den Landkreis Aurich wurde bereits ein Suchraum bzw. ein Auswahlbereich identifiziert, in dem geeignete Flächen erschlossen werden sollten. Dieser befindet sich im Gewerbegebiet Leegemoor:

1. Erweiterung Gewerbegebiet Leegemoor

Gebietscharakteristik

Lage	Südlich des bestehenden Gewerbegebiets Leegemoor, westlich der B 72
Flächengröße	33,0 ha
Aktuelle Nutzung	Landwirtschaft
Städtebauliche Einbindung	Ja
GE-/GI-Tauglichkeit	Fläche insgesamt GI-tauglich



Quelle: Gewerbeflächenkonzept für den Landkreis Aurich, Abstimmung der Zwischenergebnisse mit der Stadt Norden, Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH



3. Standortprofilanalyse

3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich

3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden

3.3 Gewerbeflächenanalyse

3.4 Organisation und Ressourcen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.4 Organisation und Ressourcen

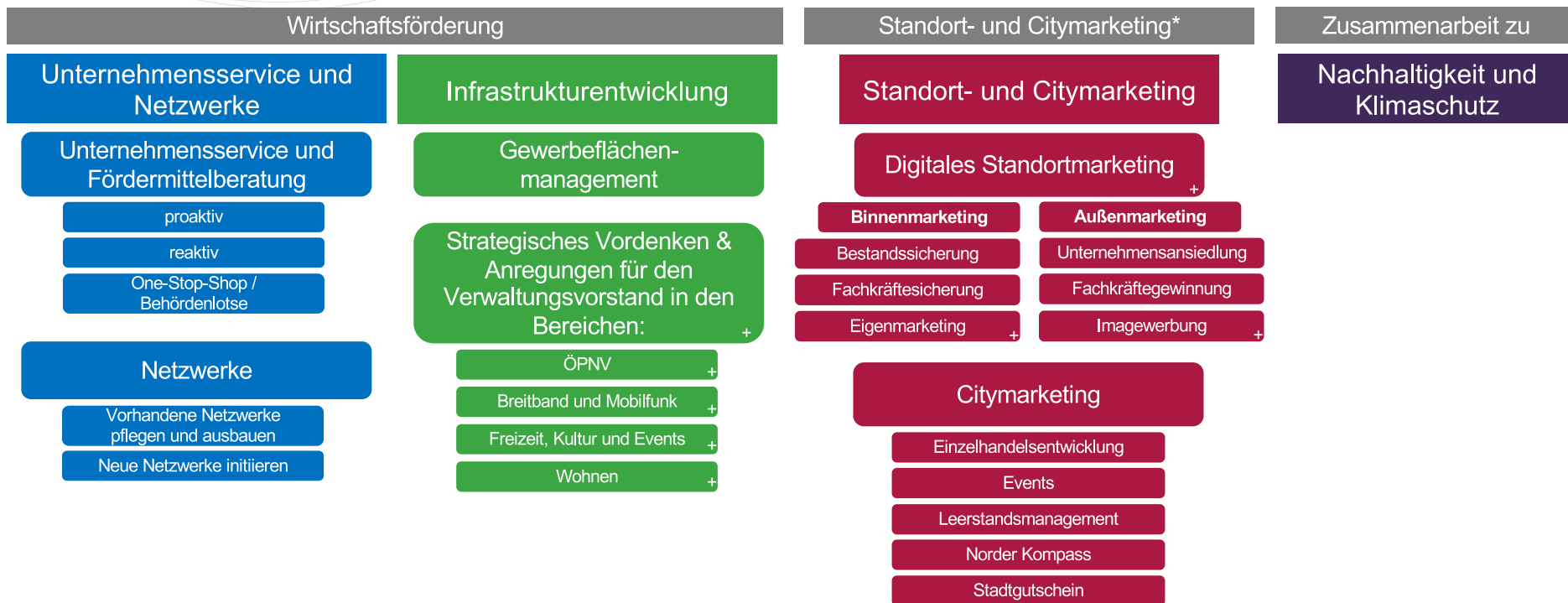
Empfehlungen zu Handlungsfeldern und Aufgaben des Fachdienstes

Auf Basis der vorhandenen Analysen, insbesondere der Online-Unternehmensbefragung, und der Analyse weiterer Unterlagen zur Aufgaben- und Ressourcenverteilung des Fachdienstes Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing hat ExperConsult in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber eine Empfehlung zu Handlungsfeldern und Aufgaben des Fachdienstes erarbeitet. Dabei ist die Aufgabe, die bestehenden Kernaufgaben sinnvoll in die neue Struktur zu integrieren und gleichzeitig Aufgaben wegzulassen und neu hinzuzunehmen, immer vor dem Hintergrund der Zukunftsentwicklung der Stadt Norden und der internen Handhabbarkeit. Auf dieser Basis empfiehlt ExperConsult auch eine Umbenennung des Fachdienstes in „Fachdienst Wirtschaftsförderung und Standort- & Citymarketing“, da gerade diese Aspekte des Standort- und Citymarketing noch einmal stärker aufgegriffen und differenziert werden sollen. Hinzu kommt das Handlungsfeld Nachhaltigkeit und Klimaschutz, welches bereits im Rahmen einer Stabsstelle durch eine Klimamanagerin abgedeckt wird. Hierbei ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Fachdienst wichtig. Die neue Struktur findet sich auf der nächsten Seite.

Darüber hinaus wurde zu jedem Aufgabenbereich eine eigene Aufgabenbeschreibung in Form eines Steckbriefes erstellt. Diese soll konkretisieren, was in der neu definierten Struktur inhaltlich bearbeitet werden soll. Diese finden sich auf den nachfolgenden Seiten.

3.4 Organisation und Ressourcen

Gliederung der Handlungsfelder und Aufgaben des Fachdienstes



Legende:

+ = neue Aufgabe

*Aufgrund der neuen Strukturierung der Handlungsfelder und Aufgaben sowie der neuen inhaltlichen Fokussierung empfiehlt ExperConsult die Umbenennung des Fachdienstes in „Fachdienst Wirtschaftsförderung und Standort- & Citymarketing“.

3.4 Organisation und Ressourcen

Erläuterung der Handlungsfelder und Aufgaben des Fachdienstes

Wirtschaftsförderung

Die Wirtschaftsförderung soll ein „One-Stop-Shop“ werden, d.h. alle relevanten Aufgaben im Rahmen des Unternehmensservice und der Fördermittelberatung werden bei der Wirtschaftsförderung gebündelt angeboten und so auch als zentrale Anlaufstelle nach außen hin kommuniziert. Dabei agiert sie einerseits proaktiv im Rahmen einer Schlüsselkundenbetreuung, indem sie immer wieder auf die Unternehmen zugeht, andererseits reaktiv, also gut vorbereitet auf die vielfältigen Anfragen und Anregungen der Unternehmen reagierend.

Bestehende Netzwerke in der Stadt Norden sollen weiter gepflegt und ausgebaut werden, ebenso sollen neue Netzwerke initiiert werden. Im Rahmen der Infrastrukturentwicklung kümmert sich die Wirtschaftsförderung um die Aufgaben im Bereich des Gewerbeflächenmanagements, ebenso agiert sie als Vordenkerin, um die infrastrukturellen Bemühungen der Stadt Norden in den Bereichen *ÖPNV, Breitband und Mobilfunk, Freizeit, Kultur und Events* sowie *Wohnen* zu begleiten, dem Verwaltungsvorstand Anregungen zu geben und über aktuelle Trends zu informieren, die zur Zukunftsentwicklung beitragen.

Standort- & Citymarketing

Die Aufgaben des Stadtmarketings werden strukturell in ein Standort- sowie ein Citymarketing aufgeteilt.

Standortmarketing zielt primär darauf ab, Standortentscheidungen von Unternehmen positiv zu beeinflussen, sodass neue Unternehmen angesiedelt und Bestandsunternehmen gesichert werden. Das gleiche Prinzip findet auf der Ebene von Fachkräften Anwendung: Fachkräfte vor Ort sollen gebunden und neue Fachkräfte gewonnen werden. Zusätzlich sollen die Leistungen des Fachdienstes im Rahmen des Binnenmarketings bei den Unternehmen und Bürger:innen in Norden bekannt gemacht werden, während im Außenmarketing das Image und die Attraktivität der Stadt Norden inhaltlich im Vordergrund stehen.

Das Citymarketing bezieht sich auf die Stärkung der Innenstadt durch eine Förderung des Einzelhandels. Hierzu wird eine weitere Eventisierung der Innenstadt vorgenommen, um die Attraktivität dieser für Tourist:innen und Einwohner:innen zu erhöhen. Ebenso werden die Leerstände im Rahmen des Leerstandsmanagements durch gezielte Marketingaktivitäten beseitigt.

Darüber hinaus sind die Projekte *Norder Kompass* sowie der *Stadtgutschein* im Bereich Citymarketing des Fachdienstes angesiedelt, um die Kaufkraft in Norden zu halten und die Innenstadt zu stärken und digital sichtbar zu machen.

3.4 Organisation und Ressourcen

Projektsteckbrief Nr. 1 – Unternehmensservice

Aufgabe

Betreuung und Begleitung der Unternehmen vor Ort sowie ansiedlungswilliger Unternehmen von außerhalb. Dabei wird einerseits proaktiv im Rahmen einer Schlüsselkundenbetreuung agiert, andererseits reaktiv auf die jeweiligen Anfragen der Unternehmen reagiert. Als One-Stop-Shop und Behördenlotse gehört es zum Aufgabenbereich, die Unternehmen durch die jeweiligen Behördenleistungen zu führen und informieren.

Ziel

Bestandsentwicklung und -pflege der Unternehmen vor Ort („Bindung“) und Ansiedlung neuer Unternehmen („Gewinnung“) zur Steigerung der Gewerbesteuerereinnahmen.

Ressourcen

Ein guter, professioneller und persönlicher Unternehmensservice ist sehr zeitintensiv und bedarf entsprechender personeller Ressourcen.

Aktivitäten

Behördenlotse, Beratung, Unternehmensbesuche, kontinuierliches Netzwerken, Ansiedlungsmarketing, Events wie u.a. Kaminabende und Unternehmerfrühstücke.

Wirkungsorientierte Kennziffern

Anteil der SVB am Arbeitsort in der Stadt Norden, durchschnittliche Anzahl der Arbeitstage bis zur gewerblichen Baugenehmigung, **hohe Kundenzufriedenheit**, **Gewerbesteuerereinnahmen**, Flächenumsätze, Anzahl der Beschäftigten, die durch erfolgte Bestandserweiterungen erreicht wurden, **Arbeitslosenquote**.

Fett = mit diesen wirkungsorientierten Kennziffern kann begonnen werden.

3.4 Organisation und Ressourcen

Projektsteckbrief Nr. 2 – Netzwerke

Aufgabe

Der Fachdienst pflegt und bespielt vorhandene Netzwerke und baut diese strategisch aus. Hierbei geht es um eine gezielte Lobbyarbeit und einen gezielten Austausch mit den unterschiedlichen Unternehmen und Akteuren in der Stadt Norden. Auch die Initiierung neuer Netzwerke ist in diesem Kontext denkbar.

Ziel

Erreichung eines hohen Einflusses, eines hohen Vernetzungsgrads mit den Unternehmen und Akteuren in der Stadt Norden. Darüber hinaus ermöglicht eine ausgeprägte Netzwerkarbeit ein ständiges Feedback der eigenen Arbeit durch die Bedarfe der Unternehmen und Akteure vor Ort.

Ressourcen

Eine gute, professionelle und persönliche Netzwerkarbeit ist sehr zeitintensiv und bedarf entsprechender personeller Ressourcen.

Aktivitäten

Vorbereitung von Netzwerktreffen, Teilnahme an Netzwerktreffen, Ansprache neuer potenzieller Unternehmen und Akteure, stetiger Austausch mit den Unternehmen und Akteuren vor Ort.

(Wirkungsorientierte) Kennziffern

Hohe Kundenzufriedenheit, messbar durch regelmäßige Kundenzufriedenheitsanalysen.

3.4 Organisation und Ressourcen

Projektsteckbrief Nr. 3 – Infrastrukturentwicklung

Aufgabe

Im Rahmen der Infrastrukturentwicklung kümmert sich die Wirtschaftsförderung um die Aufgaben im Bereich des Gewerbeflächenmanagements, ebenso agiert sie als Vordenkerin, um die infrastrukturellen Bemühungen in der Stadt Norden in den Bereichen *ÖPNV, Breitband und Mobilfunk, Freizeit, Kultur und Events* sowie *Wohnen* in Abstimmung mit den weiteren Fachdiensten der Stadt Norden zu begleiten, dem Verwaltungsvorstand Anregungen zu geben und über aktuelle Trends zu informieren, die zur Zukunftsentwicklung beitragen.

Ziel

Vordenken, Begleitung und Beratung der strategischen Ausrichtung in Bezug auf die Gewerbeflächen- und Infrastrukturentwicklung.

Ressourcen

Eine gute, professionelle und strategische Infrastrukturentwicklung ist sehr zeitintensiv und bedarf entsprechender personeller Ressourcen.

Aktivitäten

Strategische Gewerbeflächenentwicklung, Flächenbevorratung vorantreiben, Trendscouting, Beratung des Verwaltungsvorstands.

(Wirkungsorientierte) Kennziffern

Anzahl der verkaufbaren/vermietbaren Gewerbe- und/oder Büroflächen in qm, Anzahl der verkaufbaren/vermietbaren Gewerbe- und/oder Büroflächen in qm je Unternehmen, Anteil an Gigabit-Anschlüssen bei allen privaten und gewerblichen Anschlüssen in Norden, **Anzahl der verkaufbaren/vermietbaren Gewerbe- und Handelsflächen der Stadt Norden in qm.**

Fett = mit diesen wirkungsorientierten Kennziffern kann begonnen werden.

3.4 Organisation und Ressourcen

Projektsteckbrief Nr. 4 – Standortmarketing

Aufgabe

Standortmarketing zielt primär darauf ab, Standortentscheidungen von Unternehmen positiv zu beeinflussen, sodass neue Unternehmen angesiedelt und Bestandsunternehmen gesichert werden. Das gleiche Prinzip findet auf der Ebene von Fachkräften Anwendung: Fachkräfte vor Ort sollen gebunden und neue Fachkräfte gewonnen werden. Zusätzlich sollen die Leistungen des Fachdienstes im Rahmen des Binnenmarketings bei den Unternehmen und Bürger:innen in Norden bekannt gemacht werden, während im Außenmarketing das Image und die Attraktivität der Stadt Norden inhaltlich im Vordergrund stehen.

Ziel

Bestandsunternehmen sichern, neue Unternehmen ansiedeln, ebenso Fachkräfte vor Ort binden und neu gewinnen. Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Wirtschaftsförderungsleistungen in Norden und Steigerung des Images und der Attraktivität Norden nach außen.

Ressourcen

Ein gutes, professionelles und effektives Standortmarketing ist sehr zeitintensiv und bedarf entsprechender personeller Ressourcen.

Aktivitäten

Binnenmarketing: Bestandssicherung, Fachkräftesicherung, Eigenmarketing; Außenmarketing: Unternehmensansiedlung, Fachkräftegewinnung, Imagewerbung.

(Wirkungsorientierte) Kennziffern

Erzielte Verkaufserlöse in EUR bei Gewerbeflächen, verkaufte Gewerbe- und Bürofläche in qm pro Jahr, Anzahl der Ansiedlungsanfragen und deren nachgefragte qm und Art der Nutzung sowie Branche, Anzahl der Beschäftigten, die durch erfolgte Neuansiedlungen erreicht wurden, Anzahl der Beschäftigten, die durch erfolgte Bestandserweiterungen erreicht wurden.

3.4 Organisation und Ressourcen

Projektsteckbrief Nr. 5 – Citymarketing

Aufgabe

Das Citymarketing bezieht sich auf die Stärkung der Innenstadt durch eine Förderung des Einzelhandels. Hierzu wird eine weitere Eventisierung der Innenstadt vorgenommen, um die Attraktivität dieser für Tourist:innen und Passant:innen zu erhöhen. Ebenso werden die Leerstände im Rahmen des Leerstandsmanagements durch gezielte Marketingaktivitäten beseitigt.

Ziel

Ziel ist die Stärkung des Einzelhandels und der Innenstadt, indem die Einzelhändler:innen gefördert und Leerstände beseitigt werden.

Ressourcen

Ein gutes, professionelles und effektives Citymarketing ist sehr zeitintensiv und bedarf entsprechender personeller Ressourcen.

Aktivitäten

Einzelhandelsentwicklung, Events, Leerstandsmanagement, Projekte *Norder Kompass* und *Stadtgutschein*.

(Wirkungsorientierte) Kennziffern

Kaufkraftkennziffer der Stadt Norden und deren Entwicklung im Benchmark vergleichbarer Städte in Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern.

3.4 Organisation und Ressourcen

Projektsteckbrief Nr. 6 – Nachhaltigkeit und Klimaschutz

Aufgabe

Stetige Verbesserung der Stadtverwaltung und der Kompetenz der einzelnen Aufgabenfelder in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz zur Beratung von Unternehmen und Akteuren, wie diese sich in Bezug auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz aufstellen können, in enger Zusammenarbeit mit der Klimamanagerin der neuen Stabsstelle.

Ziel

Implementierung nachhaltiger Konzepte/Technologien/Vorgehensweisen in der eigenen Arbeit sowie als Beratungsleistung für Unternehmen und Akteure.

Ressourcen

Für diese Aufgaben bedarf es eine gute Zusammenarbeit mit der Klimaschutzmanagerin, welche ihre Tätigkeit bereits aufgenommen hat.

Aktivitäten

Professionalisierung und Verbesserung der Stadtverwaltung in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz, Beratung von Unternehmen und Akteuren in der Stadt Norden.

(Wirkungsorientierte) Kennziffern

CO₂-Emissionen in der Stadt Norden, Anzahl an Unternehmen und Akteuren, die eigene Nachhaltigkeits-/Klimaschutzkonzepte haben.

3.4 Organisation und Ressourcen

Empfehlung zur personellen Ausstattung des Fachdienstes

In die Berechnung wurden aufgrund der guten Vergleichbarkeit die Ergebnisse des difu- sowie des KGSt-Gutachtens aufgenommen:



3,53 VZÄ
(3,98 VZÄ-0,65 VZÄ
Versetzung
Liegenschaften und
Grundstücke) + 6%
für Leitungs-
tätigkeiten

Wirtschaftsförderung 1,45 VZÄ

Standort- & Citymarketing 1,25 VZÄ

Organisation und Verwaltung 1,00 VZÄ

SUMME

3,70 VZÄ

3,53 VZÄ

rechnerisch

3,615 VZÄ

Empfehlung
ExperConsult

4 VZÄ

ExperConsult empfiehlt die Ausstattung des Fachdienstes Wirtschaftsförderung und Standort- & Citymarketing mit 4,0 Vollzeitäquivalenten – folgendermaßen unterteilt:

- 1,0 Vollzeitäquivalente Fachdienstleitung
- 1,0 Vollzeitäquivalente Sachbearbeitung Wirtschaftsförderung
- 1,0 Vollzeitäquivalente Sachbearbeitung City- und Standortmarketing
- 1,0 Vollzeitäquivalente Assistenz Organisation, Verwaltung und Marketing

Die Aufstockung des errechneten Ergebnisses (siehe links) von 3,615 auf 4,0 Vollzeitäquivalente resultiert aus folgender Einschätzung von ExperConsult:

Zunächst einmal gehen mit der stärkeren Fokussierung von dem aktuellen Stadtmarketing hin zu einem Standort- und Citymarketing weitere Aufgaben einher. Die Stelle „Assistenz Organisation, Verwaltung und Marketing“ hat vielfältige Aufgaben in den verschiedenen Netzwerken zu bewältigen, des Weiteren ist für diese Stelle eine stetige Abstimmung mit weiteren Bereichen vorgesehen (u.a. Ausschuss, Verwaltungsvorstand, Marketing). Die Assistenz-Stelle verschafft der Fachdienstleistung sowie den Sachbearbeiter:innen genügend Freiraum zur Wahrnehmung ihrer Kernaufgaben, indem sie vielfältige Tätigkeiten im Backoffice übernimmt. Des Weiteren soll die Assistenz-Stelle Aufgaben im Rahmen des Norder Kompass sowie die Administration des erfolgreichen Projekts Stadtgutschein übernehmen.

3.4 Organisation und Ressourcen

Gesamtfazit für die zukünftige personelle Ausstattung des Fachdienstes

Um die Wirtschaftskraft am Standort zu erhalten und zukunftsfähig aufzustellen, braucht es eine starke Wirtschaftsförderung in der Stadt Norden und dementsprechende personelle Ressourcen. Gerade der Unternehmensservice und der persönliche Austausch im Rahmen von Netzwerken mit den Unternehmen ist jetzt gefragt. ExperConsult empfiehlt daher einen neu strukturierten Fachdienst in der Stadt Norden, der mit entsprechenden personellen Ressourcen ausgestattet wird.

Die 4,0 Vollzeitäquivalente resultieren aus der hohen Bedeutung der Wirtschaftsförderung für die Zukunftsentwicklung einer Stadt wie Norden. Moderne Wirtschaftsförderung bedeutet vor allem Kommunikation und Abstimmung, nach Innen wie Außen, in Netzwerken und als wichtiger Kommunikator und Dienstleister einer Stadt. Um diese Rollen professionell und wirkungsorientiert ausfüllen zu können, bedarf es jedoch entsprechender personeller Ressourcen. Aus diesem Grund empfiehlt ExperConsult für den Fachdienst Wirtschaftsförderung und Standort- & Citymarketing der Stadt Norden, diesen personell mit mindestens 4,0 Vollzeitäquivalenten auszustatten. Die Bedeutung einer professionellen sowie wirkungsorientierten Wirtschaftsförderung wird u.a. vom Städte- und Gemeindebund Nordrhein-Westfalen in offiziellen Thesenpapieren bestätigt:

Thesenpapier „Wirtschaftsförderung 4.0“ (05.12.2018)

Thesenpapier „Wirkungsorientierung der kommunalen Wirtschaftsförderung“ (06.10.2020)



Quelle: Lizenzfreies Foto von Pixabay

3.4 Organisation und Ressourcen

Alternative Gliederung auf Basis eines Vorschlags aus dem Fachdienst

Wirtschaftsförderung

Unternehmensservice

Unternehmenslotse / Behördenlotse

- Unternehmensservice und -beratung
- Fördermittelberatung und -vergabe (z. B. Wirtschaftsförderungs-darlehen)
- Gewerbeflächenmanagement

Netzwerke

- Vorhandene Netzwerke pflegen und ausbauen (Fachkräfte, Offshore, Gesundheitsnetz, Ideenfabrik)
- Neue Netzwerke initiieren

(Förder-)Projekte / Projektarbeit

- LEADER-Projekte
- z. B. Fachkräfteinitiative (Norden braucht dich)
- Perspektive Innenstadt

Entwicklung des Wirtschaftsstandorts

Infrastrukturentwicklung

- Gewerbeflächenentwicklung

Impulsgeber

- Strategische, verwaltungsweite Aufbereitung unterschiedlicher Themenfelder für den Verwaltungsvorstand

Stadtmarketing

Standortmarketing

Binnenmarketing

- Bestandssicherung
- Fachkräftesicherung
- Eigenmarketing

Außenmarketing

- Positives Image des Standorts
- Fachkräftegewinnung
- Unternehmensansiedlung

Innenstadtmarketing / Citymanagement

Stärkung des Standortes

- Norder Stadtgutschein
- Einzelhandelsentwicklung
- Leerstandsmanagement

Freizeit und Kultur

- Eigene Veranstaltungen / Events planen und umsetzen

Serviceangebote

- Norder Kompass

Netzwerke

- Vorhandene Netzwerke pflegen und ausbauen (Einzelhandel, Events)
- Neue Netzwerke initiieren

(Förder-)Projekte / Projektarbeit

- LEADER-Projekte
- z. B. Norder Kompass
- Perspektive Innenstadt

Querschnittsthemen und Zusammenarbeit mit anderen Fachbereichen (u.a. Klimaschutz, Verkehr, Bauen usw.)
Zusätzliche Aufgabe im Fachdienst: Geschäftsführung der Dr. Frerichs-Stiftung



3. Standortprofilanalyse

3.1 Regionalökonomische Ausgangssituation der Stadt Norden und des Landkreises Aurich

3.2 Fokusbranchen in der Stadt Norden

3.3 Gewerbeflächenanalyse

3.4 Organisation und Ressourcen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.5.1 Querschnittsthemen

3.5.2 Branchen

Die Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse resultieren schwerpunktmäßig aus den Beteiligungsformaten (Online-Unternehmensbefragung, Expertengespräche, Workshops) sowie punktuell aus den statistischen Auswertungen und der Trendanalyse.

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

SWOT-Analyse Querschnittsthema Demografie

STÄRKEN

- Demografische Entwicklung begünstigt die Nachfrage des bereits vorhandenen Gesundheitsangebots

CHANCEN

- Ländlicher Raum als Gewinner der Corona-Pandemie
- Zuzug von finanzstarken Einwohner:innen 50+

SCHWÄCHEN

- Geringes Bevölkerungspotenzial aufgrund eines begrenzten Einzugsbereichs
- Klar erkennbare Bildungs-/Studiumswanderung von Personen im Alter von 18 bis unter 25
- Insgesamt hohes Durchschnittsalter in der Stadt Norden

RISIKEN

- Zunehmende Zahl an Zweitwohnsitzlern
- Abwanderung der jungen Bevölkerungsschicht
- Veralterung der Bevölkerung
- Immer mehr Personen an der Schwelle des Ruhestandes lassen sich in Norden nieder, Wanderungsgewinne gerade in der Altersgruppe 55 bis 65+

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

SWOT-Analyse Querschnittsthema Fachkräftesituation

STÄRKEN

- Norden ist ein attraktiver Arbeitsort an der Nordsee für einen gesunden Lebensstil – dieser Faktor wird sich durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie eher noch verstärken

CHANCEN

- Arbeits- und Ausbildungsmöglichkeiten vor Ort durch freiwerdende Stellen (Baby-Boomer)
- Weiterhin liegt ein großes Potenzial in der Vermarktung der Lebens- und Wohnqualität Nordens, noch einmal verstärkt durch die Corona-Pandemie

SCHWÄCHEN

- Unternehmen klagen über zu geringe Qualifikation der Bewerber:innen oder es gibt gar keine Bewerber:innen
- Über alle Qualifikationsstufen hinweg fehlen den Unternehmen vor Ort Fachkräfte
- Bedeutung wissensintensiver Dienstleistungen in der Stadt Norden sehr gering – bei dem Trend zur Wissensökonomie geht diese Zielgruppe verloren
- Bildungs-/Studiumswanderung führt zu Verlust im Erwerbspersonenpotenzial
- Betreuungssituation für Familien, insbesondere in den Ferien, nach der Schule etc.
- Bezahlbarer Wohnraum für Auszubildende, Geringverdiener

RISIKEN

- Nicht gelingende Betriebsnachfolgen im Handwerk (Kompetenzverlust), Ausbildungsoffensive notwendig (auch „über Bedarf“ ausbilden)
- Weiter zurückgehende Zahl an Auszubildenden und abnehmende Ausbildungsreife bei Jugendlichen
- Geringe Affinität junger Leute, Berufe in der Gastronomie oder anderen Branchen mit „unbeliebteren“ Arbeitszeiten zu ergreifen
- Anhaltender Fachkräftemangel, insbesondere im Handwerk, der Gastronomie und der medizinischen Versorgung
- Weiter sinkendes Arbeitskräftepotenzial durch die Alterung der Gesellschaft

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

SWOT-Analyse Querschnittsthema Standortfaktoren

STÄRKEN

- Hohe Wohn- und Lebensqualität
- Lage an der Nordsee
- Kombination aus attraktiver Kleinstadt mit ländlichem Umland
- Attraktives Einkaufsangebot in der Stadt
- Image als „sauberer, gesunder“ Standort (Luft, Klima, etc.)
- Kultur- und Freizeitangebote für Familien im Kurzurlaub und ältere Menschen
- Überregionale Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit (RE/IC, Bundesautobahn)
- Standorttreue mittelständische Unternehmen / breite Unternehmensstruktur
- Unternehmen sind mit dem Standort Norden insgesamt zufrieden

SCHWÄCHEN

- Fehlende Gewerbeflächen: Bestandsunternehmen können mehrheitlich ihre Erweiterungspläne nicht am Standort realisieren
- Mangel an bezahlbaren Wohnräumen (Mangel an Entwicklung eigener Baugebiete), u.a. für Familien
- Fehlende Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche
- Ausbauzustand der Breitband- / DSL-Versorgung von Unternehmen
- Fehlende direkte Autobahnanbindung und weite Entfernung zum nächsten Flughafen
- Unternehmen äußern eine mangelnde Wirtschaftsfreundlichkeit der Verwaltung und zu hohe bürokratische Hürden, z. B. für Bauanträge
- Geringe Betreuungsmöglichkeiten für Familien, insbesondere in den Ferien, nach der Schule etc.

CHANCEN

- Ausbau eines gemischten Wohnraumangebots für verschiedene Zielgruppen (Eigenentwicklung durch die Stadt notwendig)
- Freizeit- und Familienangebote schaffen
- Breitbandausbau (in Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsbetrieben)
- Klimaschutz und Nachhaltigkeit als Standortimage
- Entbürokratisierung und Prozessoptimierung bei den Verwaltungsdienstleistungen
- Stärkere Zusammenarbeit zwischen den Fachdiensten
- Nähe zu Produzenten: Direktvermarktung von Produkten
- Auf Digitalisierung vor Ort und in der Verwaltung fokussieren, inkl. flexibleren Arbeitsmodellen

RISIKEN

- Weiter ansteigende Grundstücks- und Immobilienpreise (Mangel an bezahlbarem Wohnraum) / Lebenshaltungskosten
- Anhaltender Trend zum Bau von Ferienwohnungen als Preistreiber, zudem ist Bauland knapp – dies ist gerade für junge Familien ein Problem
- Wegfall der größten Arbeitgeber vor Ort
- Ausdünnung der Schienenhalte / Anbindung IC
- Entscheidungen (Verwaltung und Politik) zur Durchführung von Maßnahmen lassen lange auf sich warten: Einführung von (wirkungsorientierten Leistungs-) Kennzahlen notwendig
- Fehlende Breitbandversorgung / Zukunftstechnologien
- Unternehmen benötigen viel Hilfe bei Digitalisierungsprozessen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

3.5.1 Querschnittsthemen

3.5.2 Branchen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

SWOT-Analyse Branche Tourismus

STÄRKEN

- Prädikat „Nordseeheilbad“ und hohe Attraktivität aufgrund des gesunden Reizklimas, nahe dem Weltkulturerbe Wattenmeer
- Kaufkraftpotenzial durch Tourismus, gerade dadurch, dass sich das Urlauberklientel nach und nach verändert (es kamen durch die Pandemie z. B. mehr Tourist:innen aus Bayern und Baden-Württemberg)
- Gute touristische Infrastruktur

CHANCEN

- Die zuvor eher finanzschwache Gästestruktur verändert sich durch die Corona-Auswirkungen und Neubauten (damit auch ein anderes Angebot an Unterbringungsmöglichkeiten, Ferienwohnungen etc.)
- Etablierung hochwertiger (ökologischer) Angebote im Tourismus
- Saisonverlängerung im Tourismus durch Schaffung attraktiver Indoor-Angebote
- Ausbau Radtourismus (Nutzung Bahnhof)
- Etablierung attraktiver, marktfähiger gastronomischer Angebote
- Stadt Norden attraktiv als Urlaubsziel nach der Pandemie, da Urlaub in Deutschland durch die Corona-Pandemie wiederentdeckt wurde
- Leitmotive „Ruhe“ und „Erholung“ sind nach wie vor wichtig und durch die Corona-Pandemie noch einmal verstärkt
- Kurverwaltung arbeitet an der strategischen Erreichung, dass nachhaltig auch andere Urlauber:innen angezogen werden (z. B. neue Programme, modernere Ferienwohnungen)

SCHWÄCHEN

- Tourismusstandort Norden ist von der Saison / dem Wetter abhängig
- Wenig Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche

RISIKEN

- Touristische Kapazitäten reichen nicht aus (neben Hotelkapazitäten auch Gastronomie, Strand, Parkplätze fürs Camping etc.)
- Gefahr, dass die Auswirkungen der Corona-Pandemie auch zu Insolvenzen in der Gastronomie und der Hotellerie führt
- Starker Wettbewerb zu anderen Küstenstädten Ostfrieslands sowie zu den Inseln

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

SWOT-Analyse Branche Gesundheitswirtschaft

STÄRKEN

- Prädikat „Nordseeheilbad“ ist nach wie vor ein wichtiger Wettbewerbsvorteil
- Ubbo-Emmius-Klinik und Dr. Becker Klinik sind wichtige Wirtschaftsfaktoren und zentral für die Gesundheitswirtschaft
- Weitere ergänzende Gesundheitsangebote und Kurangebote, gerade auf dem Zweiten Gesundheitsmarkt wie Sport und Wellness runden das Gesundheitsprofil Norden ab

CHANCEN

- Gesundheitswirtschaft gewinnt weiterhin an Bedeutung, gerade aufgrund der weiter zunehmenden Alterung der Gesellschaft
- Qualitativ höherwertiges Angebot der medizinischen Versorgung durch das entstehende Zentralklinikum
- Fokus auf Gesundheit und Wohlbefinden durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie
- Ganzheitliches Gesundheitsverständnis nimmt als Trendthema weiter zu

SCHWÄCHEN

- Fokus auf die starke Gesundheitswirtschaft ist gleichzeitig auch Schwäche, da es die Altersstruktur der anzusprechenden Zielgruppen weiter senkt und so zu einer schnelleren Überalterung Nordens führen kann

RISIKEN

- Gesundheit ist auch ein Thema für viele andere Regionen, auch Küstenregionen Deutschlands, daher ist hier ein starker Standortwettbewerb vorhanden (Beschäftigtenzahl in den Gesundheitsberufen steigt nur minimal, im Landkreis Aurich jedoch deutlich um etwa 14%)
- Fachkräftemangel in Gesundheit und Pflege führt auch am Standort Norden zu Entwicklungshemmnissen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

SWOT-Analyse Branche Einzelhandel

STÄRKEN

- Fußgängerzone ist attraktiv und lädt zum Flanieren und Shoppen ein
- Tourist:innen generieren saison- und wetterbedingt eine hohe Nachfrage
- Gute Kultur der Durchführung regelmäßiger Veranstaltungen und Events für den Einzelhandel

CHANCEN

- Digitalisierung im Einzelhandel / Transparenz der Angebote („digitale Fußgängerzone“)
- „Shopping“ gehört zum Urlaubserlebnis dazu und muss durch punktuelle Events bespielt werden

SCHWÄCHEN

- Wertigkeit des (Lebensmittel-) Einzelhandelsangebotes, von außerhalb Norden betrachtet
- Einzelhandel und die Belebung der Innenstadt ist stark vom Tourismus abhängig
- Norden verfügt über eine unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft
- Kleines Einzugsgebiet aufgrund der Randlage an der Küste

RISIKEN

- Zunehmender Online-Handel, der durch die Corona-Pandemie noch einmal an Fahrt gewonnen hat, führt zu stärkerem Wettbewerb für den Norder Einzelhandel
- Abwandern des Einzelhandels in umliegende Städte
- Nachfragerückgänge und Online-Handel können zu verstärkten Leerständen führen

3.5 Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse

Bedeutung der Corona-Pandemie

Die zuvor dargestellte SWOT-Analyse ist bereits um die Auswirkungen durch die Corona-Pandemie aktualisiert worden. Im Kern haben sich hierdurch einige Faktoren verstärkt oder haben eine neue Bedeutung gewonnen, teilweise sind auch gänzlich neue Aspekte hinzugekommen. So gewinnen beispielsweise die Leit motive Erholung und Natur für die Urlaubsdestination Norden an Bedeutung, ebenso stehen die Themen Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Vordergrund, damit verbunden ist auch eine bewusste, ökologische Ernährungsweise. Hinzu kommt, dass die Pandemie die Urlaubsmotive und -ziele beeinflusst und so auch Ziele innerhalb Deutschlands an Bedeutung gewinnen und die Qualität vor Ort wiederentdeckt wird. Norden kann sich so als „sicherer“, „sauberer“ und vor allem authentischer Standort positionieren.

Dem gegenüber stehen die Herausforderungen, denen sich der stationäre Einzelhandel – ausgelöst durch die Pandemie – stellen muss. Die Entwicklung hin zum Online-Handel war bereits vor der Pandemie schon auffällig, jedoch hat diese noch einmal an Fahrt gewonnen. So wächst der Wettbewerbsdruck auf den Norder Einzelhandel enorm. Hierbei wird es darauf ankommen, Anreize zu schaffen, Menschen in die Innenstadt zu bekommen und die Händler:innen auch weiterhin online, z. B. im Rahmen des Norder Kompass, abzubilden.



4. Strategische Handlungsansätze

4. Strategische Handlungsansätze

Vorgehensweise

Im Rahmen der Standortprofilanalyse 2011 gab es eine Reihe an Handlungsansätzen, die durch ExperConsult für die Fortschreibung der Standortprofilanalyse 2021 evaluiert wurden. Hieraus ergibt sich eine Aufstellung darüber, welche Einzelansätze abgeschlossen oder nicht weiterverfolgt wurden, welche noch aktiv sind und welche von diesen es lohnen, weitergeführt bzw. wieder aufgenommen zu werden. Eine Detailübersicht hierzu findet sich in dem separaten Anhang. An dieser Stelle wird eine Kurzform dieser Aufstellung anhand der übergeordneten Handlungsfelder der Handlungsansätze vorgenommen. Hieran wird auch ersichtlich, welche Handlungsfelder in der Fortschreibung der Standortprofilanalyse erhalten bleiben, wegfallen oder neu hinzukommen:

- Fachkräftesicherung: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen.
- Demografie: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen.
- Harte Standortfaktoren: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen und unter „Standortfaktoren“ zusammengefasst.
- Weiche Standortfaktoren: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen und unter „Standortfaktoren“ zusammengefasst.
- Regionale Kooperationen: Ist bereits in fortlaufender Bearbeitung und wird daher nicht erneut aufgeführt.
- Energiewirtschaft: Thema ist keine Priorität und wird bei den Wirtschaftsbetrieben Norden gesehen, daher nicht erneut aufgeführt.
- Hafenwirtschaft / Offshore: Abgeschlossen, weitere Aktivitäten sind in fortlaufender Bearbeitung.
- Tourismuswirtschaft: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen.
- Gesundheitswirtschaft: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen.
- Einzelhandel: Wird mit neuen und aktualisierten Handlungsansätzen übernommen.
- Gewerbe- und Industrieflächen: Wird als neues Handlungsfeld aufgenommen.
- Organisation und Ressourcen: Wird als neues Handlungsfeld aufgenommen.

4. Strategische Handlungsansätze 2021

Fortschreibung der Standortprofilanalyse (1)

Aus den vorliegenden Ausarbeitungen ergeben sich folgende strategische Handlungsansätze zur Fortschreibung der Standortprofilanalyse für die Stadt Norden.

Demografie

- Ein wirksames Standortmarketing soll die relevanten Ziel- und Altersgruppen präzise ansprechen. Hierzu werden entsprechende Angebote und Nischen für die Vermarktung herausgearbeitet. Bei den jungen Zielgruppen kommt es vor allem darauf an, diese dort abzuholen und anzusprechen, wo sie unterwegs sind: Über Social-Media-Kanäle. Die Ansprache wird nach Personae unterschieden, d.h. es gilt im Vorfeld unterschiedliche Detailzielgruppen zu definieren, nach Interessen, Motiven, Demografie, Geschlecht etc. zu unterscheiden, um diese zielgerichtet mit passgenauen Aussagen zum Standort Norden zu erreichen. In erster Linie dient dies im Kern der Bindung der Zielgruppen am Standort, darüber hinaus kann diese Form der Ansprache auch für Ansiedlungsaktivitäten genutzt werden.

Fachkräftesicherung

- Ein intensiviertes überregionales, digitales Fachkräftemarketing wird für den Standort Norden eingerichtet. Ziel ist dabei sowohl die Fachkräftebindung sowie -sicherung.
- Die Nutzung von Plattformen wie www.norden-braucht-dich.de soll weiter geschärft und verbessert werden, gerade auch einzelne Angebote zur Steigerung des überregionalen Bekanntheitsgrads sind wichtig.
- Neben digitalen Angeboten sollen regelmäßig auch weitere Events wie die Ausbildungsmesse NorA angeboten werden.
- Die berufliche Qualifikation soll für die Fachkräfte gefördert werden. Hierzu ist es auch wichtig, unternehmensinterne Weiterbildungsangebote miteinzubeziehen.
- Auch das Arbeitskraftpotenzial der Fachkräfte 55+ im Umland soll genutzt und gezielt vermittelt werden.

Standortfaktoren

- Die Betreuungssituation für Familien mit Kind sollte verbessert werden.
- Es müssen bezahlbare und individuelle Wohnangebote für die immer differenziertere Nachfrage geschaffen werden, z. B. für Singles, Familien ohne Kind.
- Der Ausbauzustand von Breitband und Mobilfunk muss weiter verbessert und optimiert werden, ebenso die Übertragungsgeschwindigkeiten.
- Die Verwaltung befindet sich bereits im Prozess der Digitalisierung, diese sollten konsequent u.a. mit der Implementierung von Leistungskennzahlen* weiterentwickelt werden.

*Leistungskennzahlen werden auf den nächsten Seiten erläutert.

4. Strategische Handlungsansätze 2021

Fortschreibung der Standortprofilanalyse (2)

Tourismuswirtschaft

- Da der Tourismus ein wichtiger, aber wetterabhängiger Wirtschaftsfaktor in der Stadt Norden ist, sollten hierfür attraktive Indoorangebote geschaffen werden.
- Freizeitangebote sind gerade für Kinder, Jugendliche und junge Familien zu schaffen.
- Aufgrund eines stetig wachsenden Wettbewerbsdrucks ist es wichtig, ein zielgenaues Tourismusmarketing umsetzen und hierzu die inhaltlichen „Nischen“ für die Vermarktung zu definieren. Das auf Basis des Tourismuskonzeptes erarbeitete Kommunikationskonzept für Norden-Norddeich bietet dafür eine gute Basis.
- Die touristische Infrastruktur muss mit der wachsenden Gäste-/Besucherzahl mitwachsen.

Gesundheitswirtschaft

- Fachkräftemarketing ist gerade auch für die Gesundheitswirtschaft ein relevantes Thema, denn diese ist eine Fokusbranche Nordens. Um dies zu gewährleisten muss Fachkräfteengpässen frühzeitig und strukturiert entgegengewirkt werden.
- Im Rahmen des Standortmarketing ist auch die überregionale Kommunikation der Potenziale Nordens als Gesundheits- und Kurstandort zu integrieren.
- Das „Norder Gesundheitsnetzwerk“ bietet sich als Steuerungsgruppe an, diese Entwicklung stetig mit Input und Ideen zu begleiten.

Einzelhandel

- Der Norder Einzelhandel muss weiterhin vor allem online sichtbar gemacht werden, um dem wachsenden Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel standhalten zu können.
- Weiterhin ist es wichtig, Events und Veranstaltungen für gezielte Ziel- und Altersgruppen anzubieten, um die Innenstadt fortwährend zu beleben und Anreize zu bieten, dort zu flanieren, zu shoppen etc.

4. Strategische Handlungsansätze 2021

Fortschreibung der Standortprofilanalyse (3)

Gewerbe- und Industrieflächen

- Beschleunigung der Erschließung und Verfügbarmachung gewerblicher Flächen, da der Flächenmangel in der Stadt Norden ein dringliches Thema ist.
- Anschließend professionelles Standortmarketing zur Anwerbung von Unternehmen aus Norden selbst sowie dem Umland.

Organisation und Ressourcen

- Der neu strukturierte Fachdienst Wirtschaftsförderung und Standort- & Citymarketing sollte wie beschrieben mit mindestens 4,0 Vollzeitäquivalenten ausgestattet werden. Nur so können die genannten Themen nachhaltig angegangen werden. Aus dem Umsetzungsstand der Standortprofilanalyse 2011 wird ersichtlich, dass in der Vergangenheit vor allem mangelnde Personalressourcen die Umsetzung der Konzepte und Strategien hemmen, auch wenn diese gleichzeitig sehr dringlich und relevant sind.

4. Strategische Handlungsansätze 2021

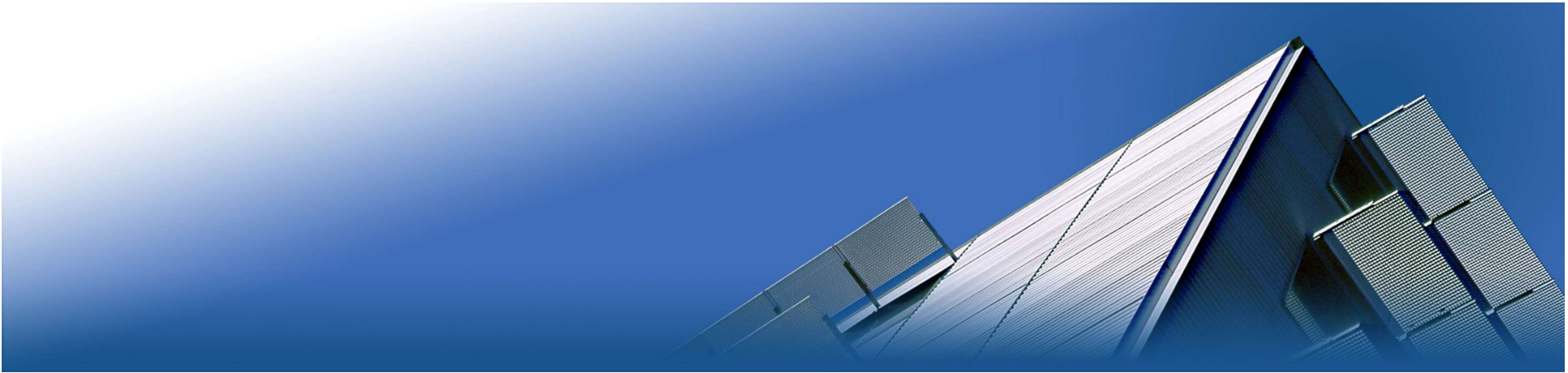
Fortschreibung der Standortprofilanalyse (4)

Abschließend lässt sich festhalten, dass auch eine wirkungsvolle Kommunikation im Rahmen der Umsetzung von Konzepten und Strategien (u.a. Standortprofilanalyse, Tourismuskonzept) relevant ist, um immer wieder neue Akteur:innen zu erreichen, zu motivieren, an diesen Prozessen teilzuhaben.

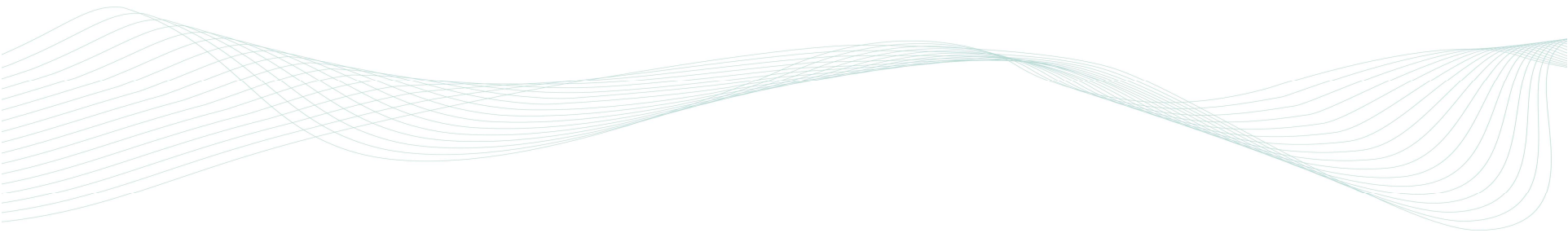
Für eine Zukunftsausrichtung ist auch die kontinuierliche Digitalisierung von großer Bedeutung. Sowohl die Verwaltung ist hierbei zu nennen, als auch die Unternehmen vor Ort, die sich eine Unterstützung bei der Bewältigung ihrer Digitalisierungsprozesse wünschen. Gerade bei Verwaltungsdienstleistungen steht auch der Servicegedanke im Vordergrund, der vor allem mit der Hilfe von Leistungskennzahlen quantifiziert und kontinuierlich verbessert werden kann. Diese werden auf den folgenden Folien vorgestellt.

Zusammenfassend werden noch einmal die wesentlichen allgemeinen Handlungsansätze aufgezählt:

- Strukturelle, organisatorische und inhaltliche Umsetzung der aufgezeigten Handlungsfelder.
- Beschleunigung der Erschließung und Verfügbarmachung gewerblicher Flächen.
- Besetzung der Stellen des Fachdienstes mit den entsprechenden Personen.
- Beschluss der Führung des Fachdienstes mit den empfohlenen wirkungsorientierten Leistungskennzahlen.



5. Empfehlungen zu wirkungsorientierten Leistungskennzahlen



Drei strategische Hauptziele für Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung – Neue Impulse für die Zukunft

Unternehmen in der Stadt Norden halten und bei den wirtschaftlichen Entwicklungen unterstützen.

Neue Unternehmen aus Gewerbe, Dienstleistungen und Handel in der Stadt Norden ansiedeln.

Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung aus einer Hand – Infrastruktur konzipieren und ausbauen.

Ziel für Stadtverwaltung und Wirtschaftsförderung

Implementierung einer digitalen Bauakte (bereits in der Entwicklung).

Vier strategische Ziele der Wirtschaftsförderung Norden

Unser Unternehmensservice wird mit einem 'gut' durch die Kunden bewertet. Die Wirtschaftsförderung wird als der Ansprechpartner in der Stadt Norden für Unternehmen wahrgenommen.

Wir gewinnen und sichern Unternehmen und deren Arbeitsplätze durch einen hochqualitativen und professionellen Unternehmensservice.

Wir verbessern die infrastrukturellen Rahmenbedingungen (Breitband, Mobilfunk, Immobilien) stetig und stellen den Unternehmen der Stadt Norden immer ausreichend gewerbliche Nutzfläche und Kommunikationsinfrastruktur zur Verfügung.



Wir erhalten die bestehende Kaufkraft und sichern den erfolgreichen Fortbestand der Handels- und Erlebnisfunktion der Innenstadt.



Schnittstelle zur Bauverwaltung der Stadt Norden

Leistungskennzahlen für die Wirtschaftsförderung der Stadt Norden mit Schnittstellen zu weiteren Ämtern der Stadt

Unternehmensservice und Netzwerke

- Anteil der SVB am Arbeitsort in der Stadt Norden und deren Entwicklung in %
- Durchschnittliche Anzahl der Arbeitstage bis zur gewerblichen Baugenehmigung
- Alle 2 Jahre Durchführung einer Kundenzufriedenheitsanalyse bei Unternehmen der Wirtschaftsförderung Norden. Ziel: Note: 2
- Laufende Zufriedenheitsbewertung nach jedem abgeschlossenen gewerblichen Baugenehmigungsverfahren (Skala von bis zu 5 vergebenden Qualitätssternen)
- Gewerbesteuereinnahmen in € und die Entwicklung in %
- Anzahl der Beschäftigten, die durch erfolgte Bestandserweiterungen erreicht wurden

Infrastrukturentwicklung



- Anzahl der verkaufbaren/vermietbaren Gewerbe- und oder Büroflächen inkl. Erbbaurecht in qm
- Anzahl der verkaufbaren/vermietbaren Gewerbe- und oder Büroflächen inkl. Erbbaurecht in qm je Unternehmen
- Anteil an Gigabit-Anschlüssen bei allen privaten und gewerblichen Anschlüssen in Norden. Ziel: 90 %

Standort- und Citymarketing

- Erzielte Erlöse in € bei Gewerbeflächen in €
- Verkaufte Gewerbe- und Bürofläche inkl. Erbbaurecht in qm pro Jahr
- Kaufkraftkennziffer der Stadt Norden und deren Entwicklung im Benchmark vergleichbarer Städte in Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern
- Anzahl der Ansiedlungsanfragen und deren nachgefragte qm und Art der Nutzung sowie Branche (WZ 2008)
- Anzahl der Beschäftigten, die durch erfolgte Neuansiedlungen erreicht wurden
- Anzahl der Beschäftigten, die durch erfolgte Bestandserweiterungen erreicht wurden

1x pro Jahr Erstellung eines Gesamtberichts der Leistungskennziffern und Übermittlung an den zuständigen Ausschuss



Bei Fragen können Sie uns
gern kontaktieren.

Markus Wessel

m.wessel@experconsult.de

0231/75443-240