



Fachdienst 2.3

Aufgaben der Wirtschaftsförderung
und des Stadtmarketing

Wirtschaftsförderung - Einleitung

„Eines kann vorweggenommen werden:

Kommunale Wirtschaftsförderung ist ein Themen- und Handlungsfeld, für das in jeder Gemeinde, in jeder Stadt und in jedem Kreis ein individueller Weg gefunden werden muss – auch in Abhängigkeit von der jeweiligen Verwaltungs- und Finanzkraft. Deswegen ist „Wirtschaftsförderung“ auch (fast) überall (zu Recht!) ein in den politischen Gremien intensiv diskutiertes und wichtiges Thema!“

„Gerade in Krisenzeiten ist kommunale Wirtschaftsförderung besonders wichtig, soll sie doch dazu beitragen, durch die Optimierung der Rahmenbedingungen für die Wirtschaft Bestandsunternehmen und deren Arbeitsplätze am Wirtschaftsstandort zu halten und neue Unternehmen für die Region zu gewinnen.“

(Quelle: Grundwissen Kommunalpolitik – 13. Wirtschaftsförderung, 2019, Friedrich Ebert Stiftung, S. 2)

(Quelle: KGST Bericht Kennzahlen, S. 5, Abs.2)

Wirtschaftsförderung – Definition der KGSt

„Kommunale Wirtschaftsförderung umfasst alle Maßnahmen zur Verbesserung der Faktoren, die die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen. Dies gilt sowohl für die sogenannten harten Faktoren (z. B. Gewerbeflächen, Infrastruktur, überörtliche Verkehrsanbindung) als auch für die sogenannten weichen Faktoren (z. B. Bildungs- und Kulturangebot, Attraktivität der Stadt). Die Maßnahmen beziehen sich sowohl auf die vorhandenen Betriebe (Bestandssicherung und -entwicklung) als auch auf anzusiedelnde oder noch zu gründende Betriebe.

Zielgruppen der Wirtschaftsförderung sind nicht nur die unternehmerische Wirtschaft, sondern auch Behörden, Verbände und Einrichtungen ohne Erwerbscharakter.“

(Quelle: KGSt: Gutachten „Organisation der Wirtschaftsförderung“ S. 8)

Aufgaben der Wirtschaftsförderung im Allgemeinen

- Kommunale Querschnittsaufgabe
- Ziele der Wirtschaftsförderung sind bei fast allen kommunalen Aufgabenbereichen und Handlungsfeldern zu berücksichtigen

Wirtschaftsförderung macht:

- gesamtgesellschaftliche, wirtschaftliche, lokale und regionale Hintergründe und Entwicklungen bewusst
- Schlägt frühzeitig geeignete Maßnahmen zur langfristigen Entwicklung der Wirtschaftssituation in der jeweiligen Kommune oder Region vor

Beispiele für kommunale Querschnittsaufgaben

Innere Verwaltung

- Wirtschaftsunternehmen erwarten ein unternehmensfreundliches Klima, das geeignet ist, um notwendige Behördenkontakte ohne unnötige Suchprozesse und mit der erforderlichen Unterstützung durch die Dienststellen der Verwaltung erledigen zu können. (z.B. schnelle Genehmigungen)
- Ziel: Mittelstandsfreundliche Verwaltung, Bestandspflege

Schulträgeraufgaben

- Adäquat ausgestattete Schulen und Berufskollegs sind wichtig für die Heranbildung von qualifizierten Arbeitskräften

(Quelle: Grundwissen Kommunalpolitik – 13. Wirtschaftsförderung, 2019, Friedrich Ebert Stiftung, S. 5)

Allgemeine Aufgaben der Wirtschaftsförderung

- Gesamtwirtschaftliche Betrachtung und strategische Zukunftsausrichtung
- Standortanalysen - Aufzeigen von Trends und Entwicklungen
- Verbesserung kommunaler Rahmenbedingungen
- Maßnahmen und Projekte entwickeln
- Gewerbeflächen- und Ansiedlungsmanagement
- Sensibilisieren der anderen Fachdienste (Mittelstandfreundliche Kommune)
- Wirken in vielen Handlungsfeldern nicht nur in einem
- Bestandspflege, Unternehmensansiedlungen, Gründungsberatung
- Krisenprävention und –intervention (Insolvenzen und Abwanderungen von Unternehmen vermeiden)
- Initiieren, leiten, steuern verschiedener Netzwerke
- z.B. Gesundheit, Offshore, Einzelhandel, Arbeitskreis Corona, Fachkräftemangel, usw.

Allgemeine Aufgaben des Stadtmarketing

- Standortmarketing
- Öffentlichkeitsarbeit
- Eventmanagement, Veranstaltungsplanung und Umsetzung
- Förderung des Einzelhandels und der Gastronomie (Innenstadt attraktiv gestalten)
- Kaufkraftabflüsse sollen vermieden werden; Arbeitsplätze sollen erhalten bleiben
- Vermeidung und Beseitigung von Leerständen in der Innenstadt
- Partnerschaft/Kooperationen mit Gewerbevereinen und Einzelhandelsverbänden
- Entwicklung von Ideen, Maßnahmen und Projekten
- Netzwerke: Einzelhandel; Kulturelle Veranstaltungen

Organisationsform in mittleren Kommunen

- Kreisangehörige Städte bis zu 50.000 Einwohner
- Dezernatsleitung haben Federführung, nicht nur der Bürgermeister
- Eigene Organisationseinheit (eigenständiges Amt; Fachservice; Stabstelle) abhängig von den Strukturen der Kommunen und der sich stellenden Aufgaben/Herausforderungen
- Wenige Mitarbeiter, wenn es eher eine koordinierende Funktion und zentrale Anlaufstelle ist! Beschäftigung nur mit Fragen der Wirtschaftsförderung
- „One-Stop-Agency“, „Behördenlotse“ = wenn Aufgaben im Interesse der örtlichen Wirtschaft bei den anderen FD ausgeführt werden
- Übergreifende Untersuchungen zur Strukturentwicklung, neue Maßnahmen und Projekte anstoßen

- D.h. Wirtschaftsförderung hat eine koordinierende Funktion in die Verwaltung hinein
- Vermittler zwischen Verwaltung und Unternehmen
- Ist erster Ansprechpartner für Unternehmen

(Quelle: Grundwissen Kommunalpolitik – 13. Wirtschaftsförderung, 2019, Friedrich Ebert Stiftung, S. 13 f.)

Organisationsstruktur Fachdienst 2.3

FD-Leitung (VZ) n.n.

- Strategische Ausrichtung der Wirtschaftsförderung
 - Allgemeine Wirtschaftsförderung
 - Netzwerkpflge
 (Wirtschafts- und berufs- und sonstigen Verbänden und Organisationen)
 - Bestandspflege
 - Fördermittelakquise
- Strategische Ausrichtung des Stadtmarketings
 - Allgemeine Leitungsaufgaben
- Bearbeitung von Sonderprojekten (Toom, Schlachthof, Kino)
- Geschäftsführung Dr. Frerichs-Stiftung

**SachbearbeiterIn
Wirtschaftsförderung (VZ)**

- Betreuung u. Beratung von Bestandsunternehmen
- Akquise und Betreuung von Investoren
- Finanzierungs- und Fördermittelberatung
- Betreuung und Umsetzung der Standortprofilanalyse und den abgeleiteten Maßnahmen daraus
- Gewerbeflächenmanagement
- Planung u. Organisation Messebeteiligungen
- stv. FDL

**SachbearbeiterIn
Stadtmarketing (VZ)**

- Koordinierung und Realisierung von Marketingaktivitäten
- Durchführung u. Koordination von Stadtmarketingaktivitäten (WiBe/Wirt.Forum u.a.)
- Veranstaltungslotse (Planung und Umsetzung eigener Veranstaltungen, Unterstützung anderer Veranstaltungen)
- Öffentlichkeitsarbeit
- Erstellung eines Stadtmarketingkonzeptes
 - Aufbau eines City-Managements
- Weiterentwicklung der Innenstadt-Infrastruktur
- stellv. Betreuung Touwi

**SachbearbeiterIn allg.
Verwaltungsaufgaben
(TZ 21 Std.)**

- Betreuung kommunales Wirtschafts-Informationssystem
- Unterstützung bei Veranstaltungen
 - Assistenzkraft für den FD
- Überwachung Wirtschaftsförderprogramm
- Betreuung und Pflege von Internetdatenbanken
- Betreuung TouWi

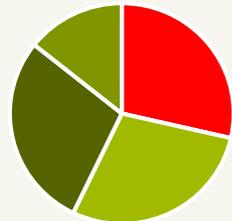
**SachbearbeiterIn Liegenschaften
(TZ 34 Std.)**

- Grundstücksverwaltung GuDP Leegemoor
 - Verwaltung sonstiger städt. Erbbaugrundstücke
 - Mittelbewirtschaftung

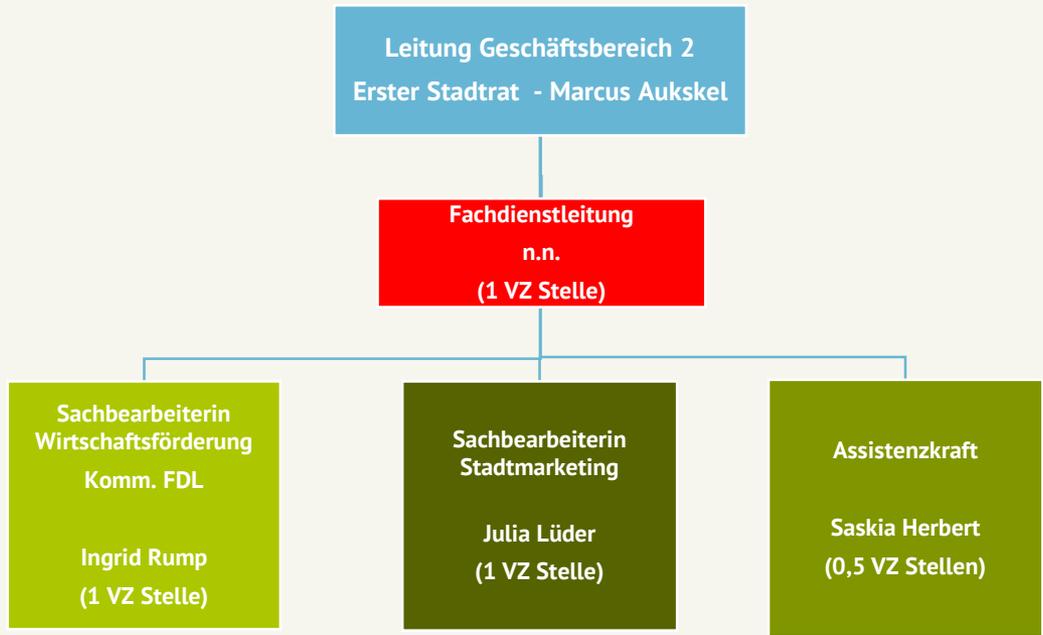
Jetzt im FD 1.1

Aktuelle Organisation des Fachdienstes 2.3

Zeitanteile



■ n.n. ■ WiFö ■ StM ■ Ass.



Der Fachdienst ist seit 2005 in dieser Form eingerichtet (KGSt Gutachten Stadt Norden, 2017), die Stelle Liegenschaften ist im September 2020 zum FD 1.1 gewechselt



Das aktuelle Team



Ingrid Rump

Sachbearbeiterin Wirtschaftsförderung/Unternehmenslotsin

Seit November 2019 dauerhafte Vertretung FDL, seit August 2020 Komm. FDL

- Master of Science Medienwirtschaft, Technische Universität Ilmenau
- Vertiefungsrichtung Strategisches Management
- Bachelor of Science Medienwirtschaft, Technische Universität Ilmenau
- Erfahrungen im Produktions- und Logistikmanagement, Projektmanagement, Unternehmensführung, Netzwerkarbeit, im Personalbereich und der Öffentlichkeitsarbeit



Julia Lüder

Sachbearbeiterin Stadtmarketing/Veranstaltungslotsin

Seit 01.03.2020 Elternzeitvertretung für K. Krüger

- Bachelor of Arts Tourismuswirtschaft, Jade Hochschule Wilhelmshaven
- Ausbildung zur Tourismuskauffrau für Privat- und Geschäftsreisen
- Erfahrungen in der Tourismuswirtschaft und im Marketing



Saskia Herbert

04/2013 bis 03/2015 Projektkoordinatorin "Norden - Kurs Zukunft!"

seit 9/2017 Sachbearbeiterin für den allgemeinen Verwaltungsbereich

- Diplom Betriebswirtin Dienstleistungs- und Marketingmanagement, Berufsakademie Sachsen / Landeshauptstadt Dresden
- Vertiefungsrichtung Eventmarketing und Großveranstaltungen
- Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau
- Erfahrung im Veranstaltungsmanagement, Projekt- und Teilnehmermanagement, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Auszug - Aktuelle Aufgaben der Wirtschaftsförderung

- **GuDP Leegemoor**
 - Aufbereitung der Zuwendungsnachweise für Förderung der NBank von 2005 (abgeschl.)
 - Projektgruppe weitere Planung der Ausbauschritte mit FB 3
 - Antreiben von Grundstückskäufen durch FD 3.1
 - Entwickeln von strategischen Ansätzen zu Grundstücksverkäufen
 - Neuansiedlungen, Nachnutzung, Vertragsangelegenheiten der Käufe/Erbaurechte etc.
- **Bestandspflege der angesiedelten Unternehmen**
 - Netzwerkpflege, Wirtschaftsgespräche, Arbeitskreise usw.
 - Beratungen und Unterstützung bei Expansionen, Gespräche mit Bestandsunternehmen
 - Betreuung größerer Projekte insbesondere Vertragsangelegenheiten Toom, Schlachthof, etc.
- **Standortanalyse**
 - Ausschreibung und Vergabe der Fortschreibung der Standortprofilanalyse von 2011 im Jahr 2020 (Abschluss im Dezember)
 - Fortschreibung gibt die strategischen Schwerpunkte der Wirtschaftsförderung für die nächsten Jahre vor
 - Durch personelle Nichtbesetzung oder Verzögerte Wiederbesetzungen wurden einige der Themen von 2011 nicht bearbeitet und die Bearbeitung 2020 deutlich verzögert

Auszug - Aktuelle Aufgaben der Wirtschaftsförderung

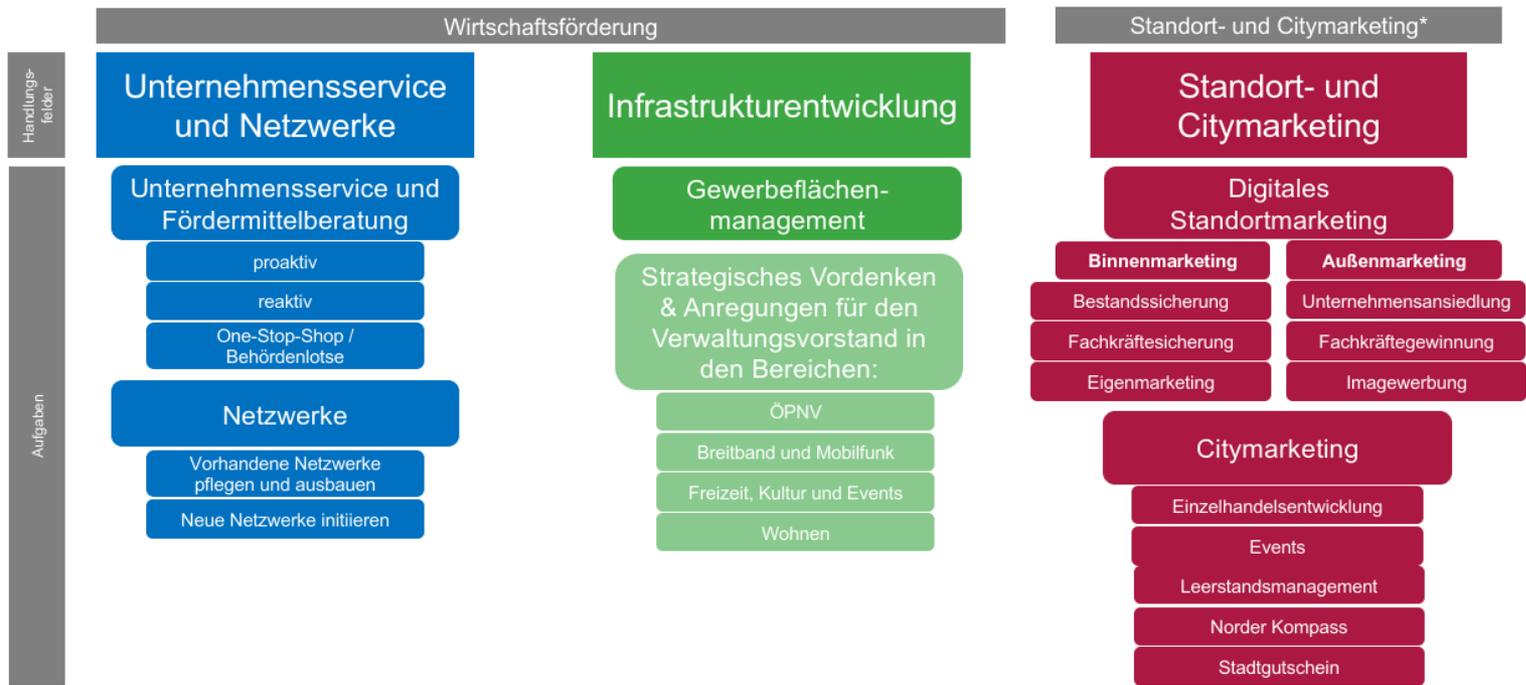
- **Netzwerkarbeit**
 - Offshore Netzwerk
 - Gesundheitsnetzwerk (Antragsstellung beim Leader, damit das Netzwerk wieder aufgenommen werden kann; neben den anderen Aufgaben sonst nicht zu bewältigen)
 - Arbeitskreis Corona/Ideenfabrik Norden Norddeich
 - Arbeitskreis Einzelhandel
 - Arbeitskreis Fachkräftemangel – aktuell nicht aktiv! Sollte aber reaktiviert werden, da es ein Zukunftsthema wird! Qualifizierte Arbeitskräfte sind nach wie vor ein Standortvorteil und entsprechend wichtig!
- **Betreuung wichtiger Branchen**
 - Einzelhandel – Wichtiger Faktor ist die Kaufkraftbindung in Norden, sehr aktive Akteure (Betreuung im Fokus im Stadtmarketing, da viele gemeinsame Themen)
 - Gesundheitswirtschaft, Offshore, Bildungswirtschaft – aktuell leider kaum möglich diese ausreichend zu betreuen! Nur regelm. kurze Rücksprachen mit Dr. Becker Klinik, Oersted, Northlandpower
- **Ems-Achse**
 - Wird aktuell kaum betreut, hat aber Potential für die Region
- **Sonderaufgabe: Geschäftsführung der Dr. Frerichs-Stiftung**

Auszug - Aktuelle Aufgaben des Stadtmarketings

- **City-Management, Betreuung des Einzelhandels und der Gastronomie**
 - Halten der Kaufkraft durch z.B. Events und Einführung des Stadtgutscheins,
 - Eventshoppen
 - Enge Zusammenarbeit mit dem WFN Norden
 - Probieren neuer Ideen und Konzepte (insbesondere zu Zeiten der Pandemie zeitintensiv)
 - Projektleitung des Norder Kompass zur Darstellung der Unternehmen auf einer Online Plattform
 - Leerstand verringern und Konzepte im Citymarketing erarbeiten
- **Veranstaltungen planen und umsetzen**
 - Sommerfest, North Coast Festival
 - Scavenger Hunt
 - Verschiedenen verkaufsoffene Sonntage planen und umsetzen
 - Eventshoppen in der Adventszeit (Nice, Aktionen wie städt. Adventskalender, Krippenspiel, IG Ludgeri unterstützen usw.)
 - Sonstige Veranstaltungen
 - Ansprechpartner für private Veranstalter
- **Entwicklung eines Stadtmarketing-, Kommunikationskonzeptes**
- **Finaler Abschluss Corporate Design**

Auszug aus der Standortprofilanalyse 2020 (Entwurf!)

Empfehlung zu Handlungsfeldern und Aufgaben des Fachdienstes



Legende:
 Transparent: neue Aufgabe
 Hervorgehoben: bestehende 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“.

Festgestellter Personalbedarf

KGSt: 3,53 VZÄ

ExperConsult: 4,0 VZÄ

Abweichung (IST 2,6 VZÄ) = 1,4 bzw. 0,93 VZÄ

Das Thema „Vakanzen“ ist im FD nicht NEU

- Die **personelle Situation** im Fachdienst Organisation war in den letzten beiden Jahren von einer Virulenz gekennzeichnet:
 - Die Stelle „Stadtmarketing“ war über 1,5 Jahre unbesetzt
 - Die Stelle der „Unternehmenslotsin“ ist erst Mitte 2015 nach einer Vakanz von rund zweieinhalb Jahren neu besetzt worden.
 - Eine Mitarbeiterin war krankheitsbedingt länger ausgefallen. So sind insbesondere wichtige Servicedienste wie die Pflege der Unternehmensdatenbanken in Rückstand geraten.

2018 war zudem die Stelle der Unternehmenslotsin ein weiteres Jahr vakant.

Seit November 2019 FDL durch stellv. FDL ausgeführt.

Auswirkungen der Vakanzen

- Aufgrund dieser **Entwicklungen** hat sich folgende Situation ergeben:
 - Im Fachdienst liegen Arbeitsrückstände vor, die sich z. B. in nicht wahrgenommenen Projekten (Beispiel: Fachkräfteentwicklung) darstellen.

- Konzeptionelle Arbeiten wie zur Strukturanalyse, aber auch in der Fortschreibung und Weiterentwicklung bestehender Konzepte können derzeit nicht oder nur sehr begrenzt durchgeführt werden.
- Neue Themenfelder (siehe Ausblick) und Arbeitsschwerpunkte können nur bedingt personell wie inhaltlich besetzt werden. Die Hoffnung liegt im Fachdienst zunächst darauf, dass zuletzt nahezu brachliegende Feld des Stadtmarketings wieder zu beleben.

Kompensation von Vakanzen ist langfristig nicht möglich

4.2 Fazit

In Summe ist zu erkennen, dass die heutige Stellenausstattung des Fachdienstes im Ist-/Sollvergleich einen leichten Mehrbedarf von 0,18 Stellen ausweist. Wesentliche Rahmenbedingungen für ein „Funktionieren“ dieser Stellenausstattung ist, dass die hier gegenständlichen Stellen keiner großen Fluktuation unterliegen und dass Stellenvakanzen umgehend wiederbesetzt werden.

Unbesetzte Stellen wie im Bereich „Unternehmenslotse“ oder Stadtmarketing mit Vakanzen von bis zum zwei Jahren lassen sich in der Stellenausstattung nicht kompensieren oder auffangen.

Unternehmen und Netzwerkpartner verlieren durch häufig wechselnde Ansprechpartner und Zuständigkeiten Vertrauen!
Die Energie der Reaktivierung von Netzwerken und Aufgaben ist umfangreicher, wenn dieses lange still stand.

Verlässlichkeit und Mittelstandsfreundlichkeit gehen verloren und schaden langfristig dem Standort.

Ziele der Wirtschaftsförderung und des Stadtmarketings

Ziel:

Attraktivität und wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit der Stadt Norden zu erhöhen und Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt zu stärken.

Wirtschaftsförderung

- Standortattraktivität für Unternehmen erhöhen
- Unternehmen halten und ansiedeln
- Mittelstandsfreundliche Kommune sein (One-Shop-Agency; Behördenlotse)
- Branchennetzwerke betreiben

Stadtmarketing

- Standortattraktivität für Arbeitskräfte erhöhen
- Förderung des Einzelhandels/Leerstandmanagement
- Kulturelle Veranstaltungen
- Kaufkraft binden; Arbeitsplätze halten

Kennzahlen Wirtschaftsförderung

Bestandsentwicklung

- Mind. X % der Bestandsunternehmen bewerten die Leistungen der Wirtschaftsförderung / der Verwaltung mind. mit gut
- Mind. X der Prüfkriterien der Gütegemeinschaft mittelstandsfreundliche Kommunalverwaltung können erfüllt werden
- Weniger als X % der Bestandsunternehmen verlagern den Standort in eine andere Kommune (Gewerbeabmeldung wg. Verlegung)
- Mind. X % der Bestandsunternehmen sind in der Unternehmensdatenbank erfasst
- Mind. X % der Bestandsunternehmen besuchen mindestens eine Veranstaltung der Wirtschaftsförderung
- Mind. X % der Veranstaltungsteilnehmer bewerten die Veranstaltung mit gut
- Bei mind. X % der Bestandunternehmen wird ein persönliches Gespräch geführt

(Quelle: Ziele und Kennzahlen in der kommunalen Wirtschaftsförderung, KGSt-Bericht 1/2014)

Kennzahlen Wirtschaftsförderung

Gewerbeflächenentwicklung

- Mind. X % der Käufer kommunaler Gewerbeflächen bewerten den Standort aktuell als attraktiv
- Durch den Verkauf von Gewerbeflächen werden jährlich X Euro Verkaufserlöse erzielt
- Es werden am Ende des Jahres mind. X qm je Bestandunternehmen bebaubare Gewerbeflächen vorgehalten

(Quelle: Ziele und Kennzahlen in der kommunalen Wirtschaftsförderung, KGSt-Bericht 1/2014)

Kennzahlen Wirtschaftsförderung

Beschäftigungsentwicklung

- Mind. X % der Unternehmen sind mit der Verfügbarkeit von Arbeitskräften zufrieden
- Der Anteil der unversorgten Schulabgänger wird auf X % reduziert
- Der Anteil der Ausbildungsabbrecher wird auf X % reduziert
- Es werden durch die Kommune (ggf. in Kooperation) X überbetriebliche Ausbildungsplätze je 1.000 SVP-Beschäftigte am Arbeitsort angeboten
- X % der weiterführenden Schulen haben Unternehmenspatenschaften
- X % der Bestandsunternehmen beteiligen sich an Berufsorientierungsmaßnahmen

(Quelle: Ziele und Kennzahlen in der kommunalen Wirtschaftsförderung, KGSt-Bericht 1/2014)

Kennzahlen Wirtschaftsförderung

Netzwerke

- Mind. X % der Bestandsunternehmen nehmen im Jahr an mindestens einem Netzwerktreffen teil
- Mind. X % der Netzwerkteilnehmer bewerten das Treffen mit gut

Akquisition

- X auswärtige Unternehmen je Y Bestandsunternehmen interessieren sich im Jahr für den Standort
- Je X Bestandsunternehmen werden im Jahr mind. Y auswärtige Unternehmen proaktiv kontaktiert
- Mind. X % der anfragenden Unternehmen erhalten innerhalb von 5 Werktagen eine anforderungsgerechte Antwort
- X auswärtige Unternehmen je Y Bestandsunternehmen werden im Jahr durch Verkauf/Vermittlungen von Gewerbeflächen/Immobilien am Standort angesiedelt

Schlusswort

Es ist richtig:

Kommunale Wirtschaftsförderung ist eine freiwillige Aufgabe.

Und sie ist gleichermaßen eine unverzichtbare Aufgabe, der sich zu widmen keine Kommune versäumen sollte.

(Quelle: Grundwissen Kommunalpolitik – 13. Wirtschaftsförderung, 2019, Friedrich Ebert Stiftung, S. 12)



Erstellt von:

Marcus Aukskel
Ingrid Rump

Fragen und
Anregungen