



**WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG  
NEUSTADT A. RBGE. GMBH**

## **Tätigkeitsbericht der Wirtschaftsförderung Neustadt a. Rbge. GmbH (2016 – 2018)**

### **Startphase, Festlegung von Arbeitsfeldern und Zielen**

Die GmbH wurde im Juli 2015 gegründet. Gesellschafter sind neben der Stadt Neustadt a. Rbge. (52 % der Anteile), die Gemeinschaft für Wirtschaftsförderung (e.V., 16 %), die Nordkreisinitiative (e.V., 16 %) und der Stadtmarketingverein (16 %). Das jährliche Budget wird von der Stadt gestellt.

Gegenstand ist die Verbesserung der sozialen und wirtschaftlichen Strukturen der Stadt Neustadt, die wirtschaftliche Positionierung der Gesamtstadt sowie die Vermarktung von bebauten und unbebauten Grundstücken. Bei den Aufgaben handelt es sich um Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse, die mit besonderen Gemeinwohlverpflichtungen verbunden und zu deren Wahrnehmung die Gesellschaft betraut worden ist.

Zunächst wurden die weiteren vertraglichen Grundlagen geschaffen (Betrauungsakt, Konsortialvertrag zwischen den Gesellschaftern) und ein hauptamtlicher Geschäftsführer ausgeschrieben.

Mit der Berufung dieses Geschäftsführers konnte die GmbH am 01.04.16 mit der Arbeit starten. In der Startphase bis Mitte des Jahres wurden die neuen Räumlichkeiten in der Marktstraße 5 bezogen und ausgestattet und eine Bürokraft eingestellt. Eine Schnittstelle zur Stadt ist weiterhin in der Stadtplanung ansässig.

Es wurde eine werbliche Basis (z.B. Werbeflyer, Roll-Up, Verankerung im Stadtportal) geschaffen und ein Wirtschaftsplan zur Kalkulation der einzusetzenden Mittel erstellt.

Gemeinsam legten Beirat (Zusammensetzung siehe Präsentation Seite 9) und Geschäftsführung mit den Themen „Unternehmensbetreuung“, Gewerbeflächen/Gewerbeimmobilien“, „Citymanagement/Standortmarketing“ und „Fördermanagement“ die Arbeitsschwerpunkte fest. Innerhalb dieser Bereiche wurden Oberziele als Basis für die Arbeit definiert (siehe Präsentation, Seiten 11 und 12) und Maßnahmen vereinbart.

### **Themenfeld Unternehmensbetreuung**

#### Maßnahmen:

- Bekanntmachen der Wifö GmbH als **Lotse für Unternehmensfragen**
- **Hilfe für alle Unternehmen** bei unterschiedlichen Fragestellungen (Kontakt zur Stadt, Region, Förderinstituten, Ansiedlungs- und Erweiterungsfragen etc.)
- **Unternehmensbefragung** zur Identifikation weiterer Unternehmensanliegen (Ende 2017)
- Organisation von **Netzwerk- und Thementreffen**

- Laufende Firmenbesuche und Beratungsgespräche
- Präsenz der Wifö bei Unternehmensveranstaltungen (z.B. Robby)

#### Ergebnisse:

- Die Wifö GmbH wird als Ansprechpartner für Unternehmen laufend wahrgenommen. Es hat sich daraus eine gute Zufriedenheit bei den betreuten Unternehmen ergeben, dass ihre Anliegen Gehör finden. Dies gelingt durch die Kanalisierung und auch durch die Unterstützung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verwaltung.
- Die Unternehmensbefragung hat Bedarfe im Bereich der Flächensuche, der Fachkräftegewinnung und der Nachfolge ergeben. Darauf wurde mit Informationen und Veranstaltungen reagiert. Die **Zufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung** wurde abgefragt und kann in der zeitlichen Entwicklung nachgehalten werden.
- Das **Ausbilderfrühstück** wurde als Austauschplattform (2x jährlich) etabliert und hat einen guten Zuspruch (30-60 Teilnehmer, letzter Termin 03.04.19).
- Beim Gymnasium wurde ein **Einsteigertag** eingeführt, um Jugendliche in den 10. Klassen auf Ausbildungsmöglichkeiten aufmerksam zu machen. Der nächste Tag findet am 26.06.19 statt.
- Das regelmäßige **Netzwerktreffen im Gewerbegebiet Ost** (25-60 Teilnehmer) hat zur Stärkung des Austausches in dem Gebiet geführt (Nächstes Treffen 17.06.19)
- Durch den Beirat hat sich der Austausch zwischen Stadt, Politik und Wirtschaftsvereinigungen verbessert.
- Über **Themenveranstaltungen** (z.B. Gründung, Nachfolge, Datensicherheit) werden Unternehmen informiert, finden Ansprechpartner und nehmen Neustadt als Wirtschaftsstandort wahr. Der nächste Gründungsabend ist am 21.05.19.
- Durch **Firmenbesuche (1 bis 2 pro Woche)**, z.T. mit Partnern der Region, sind die Unternehmen über Möglichkeiten der Förderung und Unterstützung in Themen wie beispielsweise Innovationsförderung und Hochschulkontakte etc. besser informiert.

#### Themenfeld Gewerbeflächen/-immobilien / Besondere Ansiedlungen

##### Maßnahmen:

- **Einführung einer angebotsorientierten Gewerbeflächenentwicklung**
- Ermittlung potenzieller neuer Gewerbeflächen und Identifikation einer Reihenfolge der Entwicklung
- Aufbau und laufende Aktualisierung einer Leerstandsdatenbank zur Verbesserung des Matching von Angebot und Nachfrage
- Anschieben eines Prozesses zur Ansiedlung eines zusätzlichen Hotels, Ermittlung der Potenziale über eine Studie, Identifikation potenzieller Hotelstandorte, Kontaktaufnahme zu Investoren/Betreibern
- Begleitung des Prozesses „Marktstraße Süd“ bzw. der Innenstadtentwicklung, u.a. durch Markterkundung und Kontaktaufnahme zu potenziellen Handelsmietern
- Unterstützung bei der Vermittlung von Spezialflächen (Brachflächen etc.)
- Ansprache von potenziellen Investoren z.B. auf der Immobilienmesse Expo Real

##### Ergebnisse:

- Durch die **Leerstandsdatenbank** ist die Wifö in der Lage sofort zu vermitteln. Aktuell sind **so gut wie keine Leerstände mehr in der Innenstadt** zu verzeichnen. Es sind derzeit 66 Immobilien in der Datenbank erfasst, 18 davon öffentlich geschaltet.
- Durch die verstärkte Erfassung von Gewerbeimmobilien/-flächen in die **Gewerbeimmobiliendatenbank der Region** durch Stadt und Wifö entstehen überregionale Kontakte.

- Von den beiden größeren Brachflächen in Poggenhagen konnte mit dem Kubald-Gelände eine vermittelt werden.
- Es gibt laufende **Betreiber- und Investorengespräche zur Ansiedlung eines Hotels**.
- Es konnten ernsthafte Interessenten für Handelsgewerbeflächen im Rathausbereich ermittelt werden. Weitere Schritte können erst begangen werden, wenn der Vergabeprozess fortgeschritten ist.
- **Standorte für weitere Gewerbeflächen** wurden ermittelt, mit Unterstützung der Fachdienste der Stadt bewertet und in eine Reihenfolge gebracht. Auf dieser Basis konnte ein Gremienbeschluss für die Entwicklung der nächsten Gewerbeflächen gefasst werden.
- Der **Ankauf der Flächen** für priorisierte Flächen durch die Stadt bzw. eine Entwicklungsgesellschaft ist in Kürze abgeschlossen und die Bauleitplanung angeschoben. Die Wifö kann den Prozess nur durch laufendes Nachfassen beeinflussen. Durch die langen Verhandlungszeiträume zum Ankauf entsteht eine zeitliche Lücke, in der nur versucht werden kann, Bestandsflächen zu vermitteln. Aktuell klaffen hier in den meisten Fällen aber Vorstellungen von Angebot und Nachfrage auseinander.
- Um nach Erschließung der derzeit priorisierten Flächen nicht erneut in eine Angebotslücke zu geraten, wurde der Prozess für die Entwicklung weiterer Flächen bereits angeschoben.

## Themenfeld Standortmarketing/Citymanagement

### Maßnahmen:

- **Laufende Öffentlichkeitsarbeit** und Werbemaßnahmen zur Verbesserung des Images des Standortes Neustadt
- Bestandsaufnahme der Kundenbedürfnisse durch eine **Passantenbefragung**
- Daraus haben sich wiederum weitere Maßnahmen ergeben:
- Schaffung eines Citymanagements zur Durchführung von Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung des Standortes
- Laufende Infos zur Innenstadtentwicklung und damit zur Erhöhung der Akzeptanz bei Bürgerinnen und Bürgern
- Etablierung digitaler Angebote für die Bindung der Kaufkraft

### Ergebnisse:

- Die Pressearbeit der Wifö wird positiv aufgenommen und verbessert das Bild, das Bürgerinnen und Bürger vom Standort haben. Überregional wurden mit der Beilage zur HAZ-Wirtschaftszeitung, Radiowerbung und Beiträgen in einem bundesweiten Standortführer für Investoren Akzente gesetzt.
- Mit dem Schlosswegweiser wurde eine Musterbeschilderung für andere Innenstadtstandorte geschaffen.
- Das **Citymanagement** wurde aufgebaut und mit der Citymanagerin etabliert (zunächst befristet bis Ende 2019).
- Bereits im ersten Jahr konnte Neustadt mit dem „Stattfest“, der NDR-Sommertour und dem Streetfood-Festival im Stadtgebiet und im Umland sehr positiv auf sich aufmerksam machen. Dies hat mit großer Wahrscheinlichkeit schon zu einer **Imageverbesserung** Neustadts geführt. Neustadt wird als attraktive Stadt mehr wahrgenommen.
- Mit LEADER-Fördermitteln wurde das Portal [www.kaufinNEUstadt.de](http://www.kaufinNEUstadt.de) aufgebaut, um digitale und stationäre Angebote aus Neustadt zusammenzuführen, auf Angebote im Neustädter Land aufmerksam zu machen und gemeinsame Werbung umzusetzen. Aktuell sind über 100 Betriebe abgebildet. Dadurch ist ein digitales Instrument geschaffen worden, dass künftig die Darstellung des Angebotes Neustadts unterstützt.

- Über verschiedene Varianten wurde das Angebot **kostenfreien WLANs** in der Innenstadt sukzessive verbessert. Mit der Initiative Freifunk konnte im Außenbereich keine Flächendeckung erreicht werden. Das System hatte insbesondere auch mit Leistungsproblemen zu kämpfen. Letztere konnten reduziert werden, für die Flächendeckung im Kernbereich der Innenstadt soll aber in Kürze eine kommerzielle Lösung, finanziert über den Stadtmarketingverein, aufgebaut sein. Die Wifö sorgt für die Umsetzung.

## **Themenfeld Fördermanagement**

### Maßnahmen:

- Bestandsaufnahme bestehenden Förderungs-Know-hows
- Beantragung von Förderung im Bereich der Wifö, wenn möglich
- **Aufbau eines Netzwerks zu Förderexperten** in Region und Land
- Initiierung von Gesprächen mit Fördermittelgebern

### Ergebnisse:

- Der Netzwerkaufbau ist erfolgt und kann bei Anfragen eingesetzt werden.
- Die Förderung für den Online-Marktplatz wurde bewilligt.
- Ein Antrag für WLAN (Wifi4EU) ist weiter im Rennen.
- Kostenfreie Freifunkrouter für die Geschäfte (innen) wurden auf Antrag vom Breitband-Kompetenzzentrum zur Verfügung gestellt.
- Beispielsweise zum Bau des Feuerwehrzentrums und zum Bau des Rathauses wurde Gespräche mit der NBank initiiert.

## **Daten**

Die folgenden Daten zeigen ein weitgehend positives Bild der wirtschaftlichen Entwicklung der Stadt Neustadt am Rübenberge in den letzten Jahren. Eine Kausalität mit der Installation der Wirtschaftsförderung soll damit nicht unterstellt werden, es zeigt sich aber, dass sich das Wirtschaftsklima in dem Zeitraum positiv entwickelt hat.

Aufgrund nicht vorhandener GE-Flächen konnte der Flächenverkauf nicht in gleicher Weise schritthalten. Gleichzeitig könnte ein „Aufstauen“ des Angebots den Abverkauf in der Zukunft beschleunigen. Es bestätigt sich, dass die von der Wirtschaftsförderung vorgeschlagene Strategie einer angebotsorientierten Gewerbegebietsentwicklung zwingend verfolgt werden muss.

<b>Sozialversicherungspflichtige am Arbeitsort</b>			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Anzahl</b>	<b>9.551</b>	<b>9.932</b>	<b>10.278</b>
<b>Entwickl. in %</b>		<b>4,0 %</b>	<b>3,5 %</b>
<b>Region</b>		<b>1,8 %</b>	

<b><u>Arbeitslosenquote</u></b>			
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>%</b>	<b>5,4 %</b>	<b>5,1 %</b>	<b>4,7 %</b>
<b>Region</b>		<b>6,8 %</b>	<b>6,2 %</b>

<b><u>Gewerbeflächenumsatz</u></b>	
<b>Ø Flächenumsatz 1992 bis 2017 (ha)</b>	<b>2,8</b>
<b>in 2017 (ha)</b>	<b>0,7</b>
<b>Anzahl Fälle 2017</b>	<b>5</b>

<b><u>Gewerbesteuer (in T€, ErgebnisHH)</u></b>	
<b>2015</b>	<b>11,5</b>
<b>2016</b>	<b>10,8</b>
<b>2017</b>	<b>15,8</b>
<b>2018 (Prog.)</b>	<b>16,3</b>

<b><u>Firmenbesuche</u></b>	
	<b>1-2 p.W.</b>
<b><u>Immobilienbank</u></b>	
	<b>66 Objekte</b>
	<b>18 Objekte sichtbar</b>