Sitzungsvorlage Nr. V/2023/0806

Zuständig: Stabsstelle Wirtschaftsförderung
Verfasser: Damme, Katrin

Ahaus, 19.10.2023

Beratungsfolge

Ausschuss für Wirtschaft, Digitalisierung und Energie	**08.11.2023**	**TOP Ö**	**4**

Beratungsgegenstand

Beratung zur strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung

Beschlussvorschlag

Der Ausschuss für Wirtschaft, Digitalisierung und Energie empfiehlt dem Rat der Stadt die für eine strategische Beratung notwendigen Mittel in Höhe von voraussichtlich 50.000 Euro im HH 2024 einzuplanen.

Sachdarstellung

Wirtschaftsförderung hat die Aufgabe, beste Rahmenbedingungen zu schaffen, die es den Unternehmen ermöglichen, am Standort zu investieren sowie an die Zukunft angepasste Arbeitsplätze zu sichern und zu entwickeln, die zur positiven Entwicklung eines Standortes führen.

Ständig wechselnde Rahmenbedingungen und die damit verbundenen Erwartungshaltungen an die Wirtschaftsförderung erfordern eine hohe Flexibilität. Dabei muss Wirtschaftsförderung auch aktuelle gesamtgesellschaftliche Entwicklungen beachten. Die Themen sind immer vielfältiger, so geht es nicht mehr nur um quantitatives Wachstum oder die Schaffung von Arbeitsplätzen sondern auch um beispielsweise Digitalisierung, Klima- und Ressourcenschutz und Nachhaltigkeit. Festzustellen ist dabei, dass trotz einer Transformation kaum Themen- und Aufgabenbereiche der Wirtschaftsförderung verschwinden. Es ergibt sich eine zunehmend breitere, komplexere Aufgabenpalette, die nur bedingt steuerbar ist. Hierdurch verschiebt sich die Positionierung der Wirtschaftsförderung weg von der reinen Umsetzung hin zu einer stärkeren strategischen Ausrichtung und damit verbunden einer frühzeitigen und dauerhaften Einbindung in Entscheidungsprozesse. Damit übernimmt die Wirtschaftsförderung deutlich stärker Koordinierungs- und Prozesssteuerungsaufgaben.

Abgeleitet aus den Aufgaben übernimmt Wirtschaftsförderung viele Rollen – Koordinator, Lotse, Ansprechpartner, Ratgeber, Vernetzer, Vermarkter, Impulsgeber oder Trendsetter. Und schließlich ist sie zunehmend auch Projekt-, Krisen- oder Know-how-Manager.

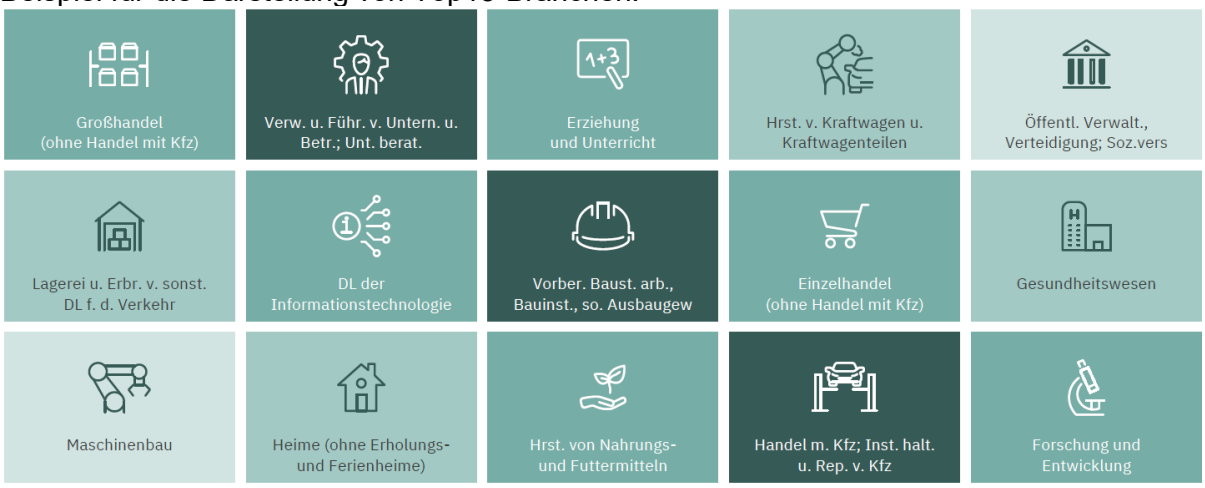
Bei all diesen Aufgaben und Rollen muss Wirtschaftsförderung aufpassen, den Fokus nicht zu verlieren. Die Wirtschaftsförderung muss vielmehr die eigene Rolle unter unternehmerischen und regionalen Gesichtspunkten sehen. Mit einer detaillierten, faktenbasierten Analyse des Standorts, aus der Handlungsfelder für den Wirtschaftsstandort sowie konkrete Aufgaben und Projekte und Ressourcen abgeleitet werden, erhält Wirtschaftsförderung einen Handlungsrahmen für die nächsten Jahre. Nach der Analyse ergibt sich, wo Ahaus wirtschaftlich stark ist, was unseren Wirtschaftsstandort speziell ausmacht, welches die Schwerpunkt-Themen sind. Daraus ergibt sich eine klare Positionierung im Regionen-Wettbewerb. Nicht als bunte Vielfalt, sondern mit unseren Stärken in der Wirtschaftskraft und Lebensqualität, die wir im Standortmarketing gegenüber Unternehmern und Fachkräften aufzeigen können. Ohne zu wissen, wo man aktuell steht, kann man zum Thema Fachkräfte nicht fundiert unterstützen.

Die städtische Wirtschaftsförderung ist überzeugt davon, dass eine Analyse des Wirtschaftsstandortes Ahaus Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen bringt, die für viele Jahre nutzbar sein werden, da sich die Unternehmensstruktur an einem Standort in einem längeren Zeitraum von z.B. 10 bis 20 Jahren nicht komplett ändert. Die Ergebnisse solch einer Analyse haben also sehr lange Bestand.

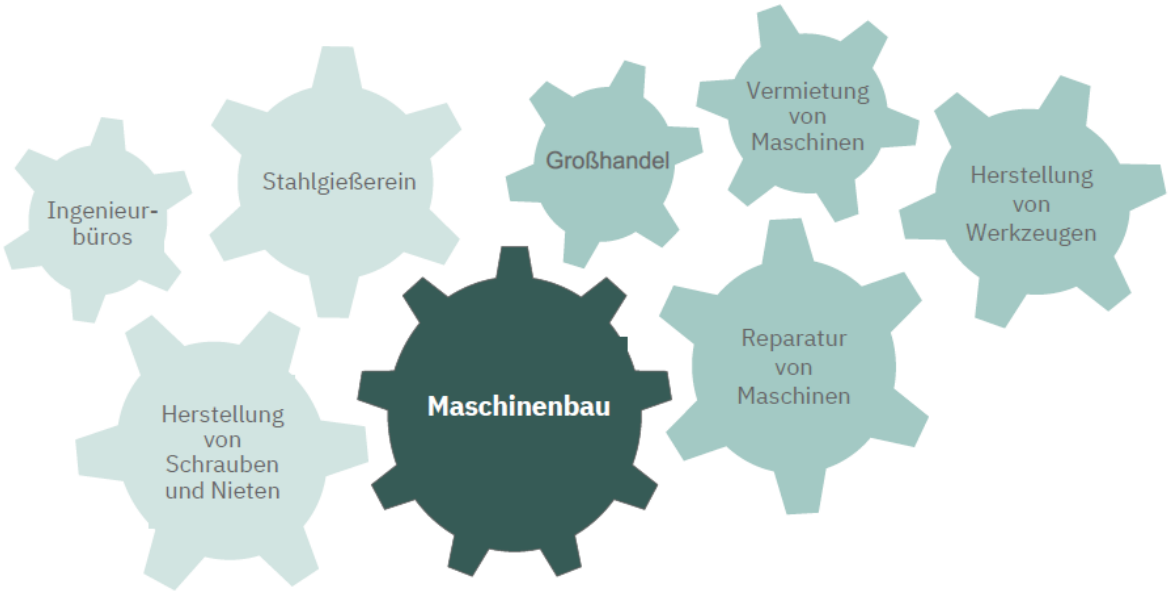
Die Stabsstelle Wirtschaftsförderung beantragt Mittel für eine strategische Beratung mit folgenden Schwerpunkten:

1. Faktenbasierte und qualitative Analyse
   Umfassende Analyse zur Ermittlung der wirtschaftlichen Kompetenzfelder am Standort unter Beachtung aller 88 Branchen (Ergebnis: Top 15-Branchen, Zukunftsbranchen), der regionalen Bildungs- und Netzwerkangebote und der Fachkräftesituation. Dabei werden besonders Zusammenhänge zwischen den Branchen (Wertschöpfungsketten) und Kompetenzfelder betrachtet. Der analysierte Standort wird dabei mit vergleichbaren Standorten verglichen und dargestellt.

   Beispiel für die Darstellung von Top15-Branchen:



   Beispiel für die Darstellung einer Wertschöpfungskette:



2. Ableitung von Handlungsfeldern
3. Ausarbeitung von Projekten
4. Erarbeitung eines Standortprofils
5. Empfehlung eines Standortmarketings
   Standortmarketing vermarktet die wirtschaftlichen Kernkompetenzen des Standorts, die den Standort vom Wettbewerb unterscheidet. Erst wenn die Kernkompetenzen vermarktet werden, werden die entsprechenden Zielgruppen aufmerksam.
   Fachkräftemarketing ist daraus abgeleitet ein Teil des Standortmarketings. Ohne Kenntnis der Kernkompetenzen und der weichen Standortfaktoren kann man Fachkräfte anderer Regionen nicht gezielt und passgenau erreichen.

Die Beratung würde in einem Zeitraum von 6 bis 9 Monaten erstellt werden. Die politischen Gremien werden in dem Prozess regelmäßig informiert.

Finanzielle Auswirkungen

☒ Ja ☐ Nein

Budget:	**Wirtschaftsförderung**	**15.02**
Maßnahme:		

Ergebnisplan:

Pos.	Bezeichnung	Betrag in €
16	Sonstige Aufwendungen für die Inanspruchnahme von Rechten und Diensten	50.000

Finanzplan:

Pos.	Bezeichnung	Betrag in €
15	Sonstige Aufwendungen für die Inanspruchnahme von Rechten und Diensten	50.000

Prüfung der Umwelt- und Klimarelevanz

☒ keine ☐ positiv ☐ teils/teils ☐ negativ

Alternativen / Optimierung:	
☐	keine
☐	folgende Optimierungsmaßnahmen werden berücksichtigt:
☐	werden aus folgenden Gründen nicht vorgeschlagen:

Anlagen

keine