



Anfrage

TOP:
Vorlagen-Nummer: **V/2014/12497**
Datum: 05.02.2014
Bezug-Nummer.
PSP-Element/ Sachkonto: 1.11101.06/58110220
Verfasser: Dr. Meerheim, Bodo
Plandatum:

Beratungsfolge	Termin	Status
Stadtrat	26.02.2014	öffentlich Kenntnisnahme

Betreff: Anfragen der Fraktion DIE LINKE. im Stadtrat Halle (Saale) zur Konzeption der wirtschaftlichen Ansiedlungen in der Stadt Halle (Saale)

Vor dem Hintergrund der jüngsten wirtschaftlichen Ansiedlung im Star Park und den Ausführungen der Verwaltung zur Wirtschaftsförderung und Marketingprojekten im Ausschuss für Wissenschafts- und Wirtschaftsförderung sowie Beschäftigung fragen wir an:

Auf welche Branchen konzentriert sich die Verwaltung bei der Ansiedlung von Wirtschaftsunternehmen in der Stadt Halle (Saale)?

Welches Konzept liegt den Ansiedlungsbemühungen zu Grunde?

Wie erfolgt dabei die Verteilung von Mitteln und Ressourcen?

Welche Marketingaktivitäten können den einzelnen Branchenschwerpunkten zugeordnet werden?

Welcher Bezug zum Ausbildungs- und Berufsprofil in der Region und zu vorhandenen Unternehmen wird im Zuge der Ansiedlungsbemühungen hergestellt?

gez. Dr. Bodo Meerheim
Vorsitzender der Fraktion



Stadt Halle (Saale)
Geschäftsbereich Wirtschaft und Wissenschaft

19.02.2014

Sitzung des Stadtrates am 26.02.2014

Betreff: Anfragen der Fraktion DIE LINKE. im Stadtrat Halle (Saale) zur Konzeption der wirtschaftlichen Ansiedlungen in der Stadt Halle (Saale)

**Vorlagen-Nummer: V/2014/12497
TOP: 9.2.**

Antwort der Verwaltung:

1. Auf welche Branchen konzentriert sich die Verwaltung bei der Ansiedlung von Wirtschaftsunternehmen in der Stadt Halle (Saale)?

Die Ansiedlung von Wirtschaftsunternehmen in der Stadt Halle (Saale) ist eine der Hauptaufgaben der Wirtschaftsförderung Halle.

Bei der Frage nach Branchenschwerpunkten ist in reaktives und in aktives Akquisitionsgeschäft zu unterscheiden, da das Vorgehen hier jeweils unterschiedlich ist.

Im Rahmen von Standortauswahlverfahren, Anfragen etc. potenzieller Investoren, Unternehmen oder Dritter bedient und begleitet die Stadt Halle (Saale) bzw. die Wirtschaftsförderung diese und gibt ein bestens zutreffendes Standortangebot ab.

Unabhängig von der Branche des Unternehmens werden solche Anfragen in möglichst hoher Qualität bedient, sodass zum einen die Chance genutzt wird, das Unternehmen für den Standort Halle zu gewinnen und zum anderen das hohe Interesse der Stadt Halle an Wirtschaftsunternehmen und deren Investitionsprojekten deutlich wird.

Vereinzelt gibt es Differenzierungen beim angebotenen Betreuungsumfang für Kunden einiger ausgewählter, weniger Branchen, was in standörtlichen und branchenspezifischen Besonderheiten begründet ist.

Im Rahmen der aktiven Ansiedlungsbemühungen (aktive Ansprache nicht ortsansässiger Unternehmen) der Wirtschaftsförderung findet dagegen durchaus eine Konzentration und Auswahl auf Branchen, so genannte Zielbranchen, statt.

Basis hierfür bilden unterschiedliche konzeptionelle und strategische Analysen und Ansätze, die in den letzten Jahren entwickelt und erarbeitet wurden, sowie Erfahrungen, die aus dem aktiven und reaktiven Akquisitionsgeschäft gewonnen werden konnten.

So existiert eine methodische Grundstruktur zur strategischen Ableitung der Zielgruppen, der Zielbranchen der Akquisition, der Produktions- und Standortfaktoren und der Produkte des Standortmarketings der Wirtschaftsförderung, die jährlich überprüft und angepasst wird (z. B. konjunkturelle oder standörtliche Veränderungen).

Dabei leiten sich aus der konjunkturellen Situation (Wachstumsbranche, Wachstumsmärkte), Ist-Bestand an Unternehmen und Standortfaktoren (F+E-Umfeld, verfügbare Standorte etc.) Zielbranchen ab, die auf unterschiedlichen Wegen, z. B. auf Messen - hier wiederum auf den jeweiligen Leitmesse der Branche - oder durch Anschreiben und E-Mails angesprochen werden.

Z. B. ist die Verpackungsindustrie Zielbranche, was sich sehr gut nachvollziehen lässt:

- Verpackungsindustrie, Verpackungstechnologie ist eine Branche mit Wachstumspotenzial
- Verpackungsunternehmen sind am Standort Halle oder im Umfeld ansässig (Greatview, Nittel, Folienwerk Bitterfeld etc.)
- Standortanfragen von Unternehmen der Verpackungsbranche sind vorhanden (Folienhersteller, Spezialpapierhersteller, Verpackungsdrucker etc.)
- Industrieflächen für Unternehmen der Branche sind vorhanden (z. B. Star Park, Bestandsobjekte)
- Zulieferer und Kunden sind in der Region ansässig (Chemieunternehmen, Nahrungsmittelproduzenten etc.)
- Messen der Branche finden statt, sodass Ansprachemöglichkeit gegeben ist (InterPack, FachPack, Verpackung Schweiz)

Weitere Zielbranchen im Industriesektor sind

- Solar-/Speichermedien-Branche
- Maschinen- und Anlagenbau

Neben dem Branchenfokus wurde für den Projektzeitraum 2009 – 2011 die lokale Herkunft von Investoren, die für die Umsetzung von Investitionsprojekten den Standort Halle (Saale) auf Eignung geprüft haben, untersucht. Im Ergebnis führte dies zu einer Erweiterung der Ansiedlungsbemühungen auf die Ansprachen von Unternehmen in ausgewählten Zielländern, was im vergangenen Jahr zunächst begonnen wurde (Länderfokus Schweiz). Dabei lassen sich nun Akquisitionsaktivitäten in Zielländern in neuen, ergänzenden Branchen (Automatisierungstechnik) oder in Zielländern in Zielbranchen (Verpackungsindustrie) durchführen.

2. Welches Konzept liegt den Ansiedlungsbemühungen zu Grunde?

Als Konzeption liegt das im November 2012 erarbeitete Papier „Komponenten der strategischen Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Halle (Saale)“ vor, welches den Strategiepfad der Wirtschaftsförderung über SWOT und Strategieinhalte bestimmt.

Daraus ableitend und aufbauend gibt es eine Reihe von konzeptionellen Ausarbeitungen, die die Ansiedlungsbemühungen der Wirtschaftsförderung konzeptionell stützen und ein strukturiertes, professionelles Vorgehen im Wettbewerb um Investorenprojekte sicherstellen sollen.

Hierzu gehören die bereits oben erwähnten Untersuchungen:

- Strategische Ableitung der Zielgruppen, der Zielbranchen der Akquisition, der Produktions- und Standortfaktoren und der Produkte des Standortmarketings der Wirtschaftsförderung, 2013
- Strategische Positionierung der Aktivitäten für Ansiedlungen im Industriegebiet Star Park Halle A 14, 2014

Das hieraus abgeleitete konzeptionelle und strukturierte Vorgehen ist unter 1. im Ansatz bzw. beispielhaft beschrieben.

Bezogen auf das Industriegebiet Star Park Halle A 14 gilt der folgende konzeptionelle Grundsatz:

- Ansiedlung wertschöpfungsintensiver Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen der Industrie mit unterschiedlichen Märkten (Diversifikation um Krisensicherheit zu haben), um damit zum Wirtschaftswachstum der Stadt Halle (Saale) und zu mittel- und langfristigen Veränderungen der Wirtschaftsstruktur in der Stadt Halle (Saale) (fehlenden Größenordnungen in Industrie und verarbeitendes Gewerbe) beizutragen.

3. Wie erfolgt dabei die Verteilung von Mitteln und Ressourcen?

Eine Verteilung oder besser die Entscheidung über den Einsatz der finanziellen Mittel im Bereich Ansiedlungen erfolgt auf Basis einer jährlichen Projekt- und Maßnahmenplanung. Die Planung wird sowohl unter Anerkennung der Erfahrungen und Ergebnisse des Vorjahres bzw. der Vorjahre als auch unter Berücksichtigung notwendiger Anpassungen an veränderte Bedingungen (z. B. konjunkturelle oder standörtliche Veränderungen) vorgenommen.

Im Vordergrund der Überlegungen stehen dabei immer die Ziele der Identifikation, Gewinnung und Begleitung von Investoren im Rahmen von Standortauswahlprozessen zum Zwecke einer Neuansiedlung, d. h. zur erfolgreichen und zuverlässigen Umsetzung von Investitionsprojekten am Standort Halle (Saale).

Das schließt die Teilaufgabe einer bestmöglichen Vermarktung des Industriegebietes Star Park Halle A 14 als ein Schwerpunkt der Aktivitäten der Wirtschaftsförderung ein, in Abstimmung mit dem Land Sachsen-Anhalt und der IMG.

Alle aktiven Maßnahmen haben das Standortangebot Star Park zum Mittelpunkt oder mindestens zum Bestandteil.

Die Ressourcenverteilung der Wirtschaftsförderung ergibt sich aus den Teamstrukturen, die anforderungs- und kundenorientiert aufgebaut worden sind.

Der Fachbereichsleitung obliegt die strategische Steuerung und Betreuung wichtiger und für den Wirtschaftsstandort bedeutender Kunden und Projekte.

Das Team Ansiedlungsverfahren ist federführend mit Konzeption, Unternehmensidentifikation, Unternehmensansprache, Begleitung von Standortauswahlverfahren, Erstellen von Standortangeboten und Begleitung beim Unternehmensaufbau neuangesiedelter Unternehmen befasst und wird durch das Team Wirtschaftsstandortmarketing mit Teilaufgaben ergänzt.

4. Welche Marketingaktivitäten können den einzelnen Branchenschwerpunkten zugeordnet werden?

Im Bereich Ansiedlungen ist ein Maßnahmen- und Aktivitätenmix geplant, der insgesamt 11 Maßnahmen/Aktivitäten umfasst und sich in 4 inhaltliche Schwerpunkte gliedert und bereits erprobte als auch neue Formate einschließt, die darauf gerichtet sind, weitere Ansiedlungen zu erwirken.

A: Konzeptionelle Maßnahmen

1. Standortvergleichsanalyse Star Park (Vor- und Nachteile des Star Parks im Vergleich zu ausgewählten Wettbewerbsstandorten)
2. Untersuchung Unternehmensidentifikation (Identifizierung und Ansprache von Unternehmen)

B: PR/Marketing-Maßnahmen

3. PR-Konzept zur Imageprofilierung Star Park
4. Event Star Park (öffentlichkeitswirksame Veranstaltung vor Ort mit Anliegern, Gästen und Bürgern)
5. Aktualisierung von vorhandenen Broschüren (Halle in Fakten, Industriebroschüre)
6. Harmonisierung Star Park-Marketing-Produkte (Durchgängige und Gestaltung der Marketingprodukte)

C: Besondere Ansprache- und Akquisitionsmaßnahmen (Key Account-Ansprachen)

7. Ansprache von Vorständen von Bundesverbänden der Industrie
8. Ansprache der Geschäftsführung des German Trade and Invest (GTAI)
9. Ansprache der Clusterverantwortlichen der Wirtschaftsinitiative Mitteldeutschland

D: Konventionelle Kaltansprache

10. Kaltansprachen von Unternehmen mit Wachstumskennzahlen
11. Unternehmensansprache auf Messen (geplant 6 Messebesuche: Technologie-, Solar-, Automations-, Maschinenbau-, Zulieferermesse)

Die Marketingmaßnahmen haben die Zielbranchen, tws. die Zielländer und das Standortangebot „Industriegebiet Star Park Halle A 14“ zum Mittelpunkt.

5. Welcher Bezug zum Ausbildungs- und Berufsprofil in der Region und zu vorhandenen Unternehmen wird im Zuge der Ansiedlungsbemühungen hergestellt?

Im Rahmen von Standortauswahlverfahren von Unternehmen werden von Investoren unterschiedliche Standortfaktoren untersucht und bewertet (auch branchenabhängig).

Es handelt sich immer um einen Mix und ein Vielzahl von Standortfaktoren, die im Zuge von Standortauswahlverfahren geprüft werden. Der Grad an Bedeutung jedes einzelnen Standortfaktors ist projekt- und unternehmensabhängig unterschiedlich.

Das Ausbildungs- und Berufsprofil und die am Standort ansässigen Unternehmen spielen insbesondere bei der Bewertung der Standortfaktoren „Verfügbarkeit von Arbeitskräften“, „Verfügbarkeit von unternehmensnahen Dienstleistungen“ und „Kooperationsmöglichkeiten“ eine Rolle, sodass entsprechende Informationen für Investoren aktiv oder auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden.

Dies erfolgt durch z. B. durch Unternehmensbesuche, Einbindung der Agentur für Arbeit und des Jobcenters bei Arbeitsmarktrecherchen, Gespräche mit Vertretern der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg zu Personalnachwuchs und Kooperationsthemen.

Ziel ist, die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Stadt Halle (Saale) möglichst umfassend und genau abzubilden und das Standortangebot bestmöglich zu platzieren.

Wolfram Neumann
Beigeordneter