

# Wirtschaftsförderungskonzept der Stadt Halle (Saale)



Mitteldeutsches  
Multimediazentrum  
Halle GmbH

## **Inhaltsverzeichnis**

|          |                                                                                                                                                             |           |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Vorwort und Zielstellung des Konzeptes .....</b>                                                                                                         | <b>9</b>  |
| <b>2</b> | <b>Ausgangslage und Rahmenbedingungen .....</b>                                                                                                             | <b>13</b> |
| 2.1      | Grundbewertung der Standortvoraussetzungen und Rahmenbedingungen .....                                                                                      | 13        |
| 2.2      | Bewertung der bisherigen demografischen und wirtschaftsstrukturellen Entwicklung und Ausgangslage .....                                                     | 16        |
| 2.2.1    | Demografische Entwicklung .....                                                                                                                             | 16        |
| 2.2.2    | Einordnung der neuen Bevölkerungsprognose der Stadt Halle (Saale) .....                                                                                     | 17        |
| 2.2.3    | Wirtschaftsstrukturelle Entwicklung .....                                                                                                                   | 19        |
| 2.3      | Auswertung und Beurteilung der finanziellen Rahmenbedingungen .....                                                                                         | 25        |
| 2.4      | Aufbereitung und Auswertung des Städterankings des Instituts der deutschen Wirtschaft insbesondere im Vergleich zu Wettbewerbern .....                      | 30        |
| 2.5      | Aufbereitung und Auswertung weiterer Datenbestände zur Beurteilung der Struktur und Wirtschaftsentwicklung insbesondere im Vergleich zu Wettbewerbern ..... | 33        |
| 2.6      | Auswertung der bisherigen Strukturen, Konzeptionen und deren Zielerreichung in der Stadt Halle (Saale) .....                                                | 37        |
| 2.7      | Darstellung der „Regionalen Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014-2020“ des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft und regionale Förderung .....   | 51        |
| 2.7.1    | Regionale Förderung .....                                                                                                                                   | 52        |
| 2.8      | Zusammenfassende Beurteilung der Stärken und Schwächen .....                                                                                                | 55        |
| <b>3</b> | <b>Branchenstatus und Fokussierung .....</b>                                                                                                                | <b>56</b> |
| 3.1      | Perspektiven aus den bestehenden Strukturen und Branchenentwicklungen .....                                                                                 | 58        |
| 3.1.1    | Biotechnologie und Life Science .....                                                                                                                       | 58        |
| 3.1.2    | Materialtechnologie und Engineering .....                                                                                                                   | 59        |
| 3.1.3    | Medientechnologie, IT .....                                                                                                                                 | 60        |
| 3.1.4    | Maschinen- und Anlagenbau sowie dazugehörige Dienstleistungen .....                                                                                         | 61        |
| 3.1.5    | Dienstleistungen .....                                                                                                                                      | 62        |
| 3.1.6    | Lebensmittelindustrie/Ernährungswirtschaft .....                                                                                                            | 63        |
| 3.1.7    | Logistik .....                                                                                                                                              | 64        |

|          |                                                                                                                                                                                       |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.1.8    | Baugewerbe/Bauindustrie .....                                                                                                                                                         | 65        |
| 3.1.9    | Handwerk .....                                                                                                                                                                        | 65        |
| 3.1.10   | Handel .....                                                                                                                                                                          | 66        |
| 3.2      | Branchenorientierung Wettbewerber und Metropolregion Mitteldeutschland .....                                                                                                          | 69        |
| 3.3      | Ableitung von Entwicklungschancen und –risiken anhand der Potentiale der Stadt Halle (Saale).....                                                                                     | 70        |
| <b>4</b> | <b>Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für die Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale) .....</b>                                                                      | <b>71</b> |
| 4.1      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für Neuansiedlungen und Erweiterungen .....                                                                                            | 72        |
| 4.1.1    | Entwicklungsziele .....                                                                                                                                                               | 72        |
| 4.1.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                                                                       | 72        |
| 4.1.3    | Messgrößen.....                                                                                                                                                                       | 74        |
| 4.2      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für die Schaffung von hochqualifizierten Arbeitsplätzen und Ausgründungen im universitären und forschungsnahen Bereich (Uni/TGZ) ..... | 75        |
| 4.2.1    | Entwicklungsziele .....                                                                                                                                                               | 75        |
| 4.2.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                                                                       | 75        |
| 4.2.3    | Messgrößen.....                                                                                                                                                                       | 77        |
| 4.3      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für Ansiedlungen/ Ausgründungen im Bereich Medientechnologie und IT .....                                                              | 78        |
| 4.3.1    | Entwicklungsziele .....                                                                                                                                                               | 78        |
| 4.3.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                                                                       | 78        |
| 4.3.3    | Messgrößen.....                                                                                                                                                                       | 79        |
| 4.4      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für den Bereich Gewerbegebietsentwicklung und Verbesserung der Standortbedingungen in Halle (Saale).....                               | 80        |
| 4.4.1    | Entwicklungsziele .....                                                                                                                                                               | 80        |
| 4.4.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                                                                       | 80        |
| 4.4.3    | Messgrößen.....                                                                                                                                                                       | 82        |
| 4.5      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für die Bereiche Bestandspflege und Potentialentwicklung der Unternehmen nach Branchen.....                                            | 83        |

|          |                                                                                                                                        |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.5.1    | Entwicklungsziele .....                                                                                                                | 83        |
| 4.5.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                        | 83        |
| 4.5.3    | Messgrößen.....                                                                                                                        | 84        |
| 4.6      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für das wirtschaftliche Standortmarketing .....                                         | 85        |
| 4.6.1    | Ziele .....                                                                                                                            | 85        |
| 4.6.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                        | 85        |
| 4.6.3    | Messgrößen.....                                                                                                                        | 86        |
| 4.7      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen zur Zusammenarbeit in der Metropolregion Mitteldeutschland und mit dem Saalekreis ..... | 86        |
| 4.7.1    | Ziele .....                                                                                                                            | 86        |
| 4.7.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                        | 87        |
| 4.7.3    | Messgrößen.....                                                                                                                        | 87        |
| 4.8      | Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für eine effektive Organisationsstruktur .....                                          | 87        |
| 4.8.1    | Maßnahmen .....                                                                                                                        | 87        |
| 4.8.2    | Messgrößen.....                                                                                                                        | 88        |
| 4.8.3    | 88                                                                                                                                     |           |
| 4.9      | Ableitung von Maßnahmen und Ziele zur Erhöhung der kommunalen Finanzkraft                                                              | 88        |
| 4.9.1    | Ziele .....                                                                                                                            | 88        |
| 4.9.2    | Maßnahmen .....                                                                                                                        | 88        |
| 4.9.3    | Messgrößen.....                                                                                                                        | 88        |
| <b>5</b> | <b>Organisationskonzept der Wirtschaftsförderung.....</b>                                                                              | <b>89</b> |
| 5.1      | Überblick über das künftige Organisationskonzept der Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale) .....                                | 89        |
| 5.2      | Darstellung der Aufgabenverteilung und Schnittstellendefinition.....                                                                   | 90        |
| 5.3      | Kurzdarstellung Konzept des „Dienstleistungszentrums für Wirtschaft und Wissenschaft“ .....                                            | 93        |
| 5.3.1    | Zielsetzung .....                                                                                                                      | 93        |
| 5.3.2    | Aufgabengebiete .....                                                                                                                  | 94        |

|       |                                                                                                         |     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.3.3 | <u>Schnittstellen/Abgrenzungen zu weiteren Akteuren der Wirtschaftsförderung im Konzern Stadt.....</u>  | 99  |
| 5.3.4 | <u>Steuerungsgrößen und Zielvorgaben.....</u>                                                           | 99  |
| 5.4   | <u>Kurzdarstellung des Konzeptes der Entwicklungsgesellschaft EVG als Ansiedlungsgesellschaft .....</u> | 100 |
| 5.4.1 | <u>Zielsetzung und Entwicklungsziele .....</u>                                                          | 100 |
| 5.4.2 | <u>Künftige Konzeption.....</u>                                                                         | 101 |
| 5.5   | <u>Kurzdarstellung des Konzeptes des Technologie und Gründerzentrums und des Bio-Zentrum.....</u>       | 104 |
| 5.5.1 | <u>Zielsetzung und Entwicklungsziele .....</u>                                                          | 104 |
| 5.5.2 | <u>Strategische Handlungsfelder (Aufgabengebiete).....</u>                                              | 106 |
| 5.5.3 | <u>Instrumente und Maßnahmen (Umsetzung der Aufgaben).....</u>                                          | 107 |
| 5.5.4 | <u>Schnittstellen zu weiteren Akteuren der Wirtschaftsförderung Halle (Saale) ..</u>                    | 111 |
| 5.5.5 | <u>Zielvorgaben und Steuerungsgrößen.....</u>                                                           | 112 |
| 5.6   | <u>Kurzdarstellung des Konzeptes des Mitteldeutschen Multimediazentrums MMZ ..</u>                      | 113 |
| 5.6.1 | <u>Zielsetzung und Entwicklungsziele .....</u>                                                          | 113 |
| 5.6.2 | <u>Künftige Konzeption.....</u>                                                                         | 114 |

## Tabellenverzeichnis

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1: Gewerbesteureinnahmen (abzüglich Umlage) im Jahr 2013 .....          | 28 |
| Tabelle 2: Übersicht Indikatoren Städteranking 2014 .....                       | 31 |
| Tabelle 3: Übersicht Ergebnisse Städteranking 2014 und 2013.....                | 31 |
| Tabelle 4: Stärken Dynamik und Niveauranking Stadt Halle .....                  | 32 |
| Tabelle 5: Schwächen Dynamik- und Niveauranking Stadt Halle (Saale) .....       | 32 |
| Tabelle 6: Übersicht Indikatoren Zukunftsatlas 2013 .....                       | 34 |
| Tabelle 7: Ergebnisse Zukunftsatlas 2004, 2010, 2013 .....                      | 36 |
| Tabelle 8: Übersicht städtische Beteiligte am Wirtschaftsförderungsprozess..... | 38 |
| Tabelle 9: Entwicklung der Investitionsförderung.....                           | 54 |
| Tabelle 10: Stärken und Schwächen .....                                         | 55 |
| Tabelle 11: Übersicht Branchenfocus Halle (Saale).....                          | 58 |
| Tabelle 12: Übersicht Cluster/Schwerpunktbranchen der Wettbewerber .....        | 69 |
| Tabelle 13: Chancen und Risiken bis 2025.....                                   | 70 |
| Tabelle 14: Übersicht Schnittstellen.....                                       | 91 |

## Abbildungsverzeichnis

|                                                                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 1: Übersicht Verkehrstechnische Anbindung Halle (Saale) .....                                             | 13  |
| Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung Halle (Saale) prozentual seit 1991 .....                                       | 16  |
| Abbildung 3: Entwicklung Bevölkerungszahlen prozentual ab dem Jahr 1991 .....                                       | 17  |
| Abbildung 4: Übersicht Bevölkerungsentwicklung bis 2030 von Halle (Saale) .....                                     | 18  |
| Abbildung 5: Übersicht sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im Juni 2013 nach<br>Branchen .....               | 20  |
| Abbildung 6: Vergleich der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach<br>Wirtschaftszweigen im Jahr 2013 ..... | 21  |
| Abbildung 7: Entwicklung Arbeitslosenquote Halle (Saale) .....                                                      | 23  |
| Abbildung 8: Entwicklung Arbeitslosenquote seit 2001 .....                                                          | 23  |
| Abbildung 9: Entwicklung des verfügbaren Einkommens je Einwohner ab 2005 .....                                      | 24  |
| Abbildung 10: Entwicklung BIP je Einwohner .....                                                                    | 25  |
| Abbildung 11: Übersicht Gesamteinnahmen je Einwohner der Städte im Jahr 2013 .....                                  | 26  |
| Abbildung 12: Übersicht Anteile der Steuereinnahmen im Jahr 2013 .....                                              | 27  |
| Abbildung 13: Übersicht Anteil Steuereinnahmen im Jahr 2013 .....                                                   | 27  |
| Abbildung 14: Übersicht Ausgaben der Städte pro Einwohner im Jahr 2013 .....                                        | 28  |
| Abbildung 15: Zukunftsatlas 2013 .....                                                                              | 35  |
| Abbildung 16: Ausschnitt Zukunftsatlas 2013 .....                                                                   | 36  |
| Abbildung 17: Übersicht Netzwerkmitgliedschaften .....                                                              | 49  |
| Abbildung 18: Übersicht Netzwerkmitgliedschaften .....                                                              | 50  |
| Abbildung 19: Grundstücksplan Star Park .....                                                                       | 74  |
| Abbildung 20: Instrumente und Maßnahmen TGZ Halle GmbH und Bio-Zentrum Halle GmbH<br>.....                          | 77  |
| Abbildung 21: Überblick Organisationskonzept Wirtschaftsförderung in der Stadt Halle .....                          | 89  |
| Abbildung 22: Handlungsfelder des TGZ/Bio-Zentrum .....                                                             | 106 |
| Abbildung 23: Übersicht Aufgabengebiete und Tätigkeitsfelder des MMZ .....                                          | 114 |

## Anlagen

Anlage 1: Übersicht über die Ziele, Maßnahmen und Messgrößen

Anlage 2: SWOT-Analyse



## **1 Vorwort und Zielstellung des Konzeptes**

Im Zuge der Schwerpunktsetzung wurde der Bereich Wirtschaft und Wissenschaft als zentrales Handlungsfeld vom Oberbürgermeister der Stadt Halle (Saale) in 2014 definiert. Ziel war es die positiven Entwicklungen der Wirtschaft in der Stadt weiter zu fördern und die bestehenden Hemmnisse in der Betreuung von Unternehmen und Investoren zu beseitigen. Diese zentrale Aufgabe, welche unmittelbar nach der Neuaufstellung der Haushaltswirtschaft und der Umstrukturierung der Verwaltung der Stadt auf der Tagesordnung stand, erforderte ein Umsteuern und auch eine direkte Übernahme der Verantwortung durch den Oberbürgermeister.

Unmittelbar im Jahr 2014 wurde mit der Neuausrichtung des Bereiches Wirtschaftsförderung begonnen. Diese Aufgabe war bis zu diesem Zeitpunkt beim Geschäftsbereich V Wirtschaft und Wissenschaft angesiedelt. Der Beigeordnete war gleichzeitig als Aufsichtsratsvorsitzender in der Entwicklungs- und Verwaltungsgesellschaft Halle - Saalkreis mbH aktiv.

Der Oberbürgermeister hat im April 2014 den Aufsichtsratsvorsitz der Gesellschaft übernommen. Für die Entwicklungs- und Verwaltungsgesellschaft Halle - Saalkreis mbH wurde ein Konzept zur Neuausrichtung der Gesellschaft als aktive Ansiedlungsgesellschaft erstellt und im September 2014 vom Aufsichtsrat beschlossen. Im Wirtschaftsplan 2015 wurden die Voraussetzungen für die personelle und organisatorische Stärkung der Gesellschaft mit erweitertem Aufgabenspektrum bereits abgebildet. Die Konzeptumsetzung ist hierbei bis heute bereits weitgehend abgeschlossen.

In der MMZ Mitteldeutsches Multimediazentrum Halle (Saale) GmbH übernahm der Oberbürgermeister im Frühjahr 2014 ebenso den Aufsichtsratsvorsitz. Es wurde unmittelbar mit einer konzeptionellen Neuausrichtung und der Erarbeitung eines Sanierungskonzeptes begonnen. Diese Konzepte wurden vom Aufsichtsrat im November 2014 beschlossen und befinden sich bereits in der Umsetzungsphase. Wesentliche Teilschritte des Konzeptes (z.B. Kinomischung) wurden bereits erfolgreich umgesetzt.

In der TGZ Halle Technologie- und Gründerzentrum Halle GmbH hat der Oberbürgermeister den Aufsichtsratsvorsitz bereits seit Amtsantritt inne. Die Biozentrum Halle GmbH hat keinen Aufsichtsrat. In diesen Gesellschaften wurden der Generationswechsel in der Geschäftsführung sowie die konzeptionelle Neuausrichtung bereits in 2014 begonnen. Im Frühjahr 2015 erfolgte eine Situations- und Kundenbedarfsanalyse. Das Zukunftskonzept soll zum Ende des Jahres 2015 vom Aufsichtsrat für die TGZ Halle Technologie- und Gründerzentrum Halle GmbH beschlossen werden.

Beim Amtsantritt des Oberbürgermeisters in 2012 wurde das „Dienstleistungszentrum Wirtschaft“ als zentraler Ansprechpartner für die Wirtschaft, als erster organisatorischer Schritt, gebildet. Im März 2014 erfolgte anhand erster Erfahrungen eine Fortentwicklung der Verwaltungsstruktur, der Fachbereich Wirtschaftsförderung und das Dienstleistungszentrum Wirtschaft wurden zusammengeführt und als eine Verwaltungseinheit „Dienstleistungszentrum Wirtschaft“ dem Geschäftsbereich des Oberbürgermeisters zugeordnet. Ab Dezember 2014 wurde das DLZ um den Fachbereich Wissenschaft erweitert und somit entstand das Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft (DLZ WW) in seiner jetzigen neustrukturierten Form. Dieser Strukturanpassung liegen fundierte konzeptionelle Arbeiten zur Fortentwicklung der Aufgabenerfüllung im DLZ zugrunde.

Zur Koordinierung und Abstimmung der Projektarbeit der Wirtschaftsförderung im Konzern Stadt wurde im März 2014 der „Arbeitskreis Wirtschaft“ initiiert. An diesem nehmen unter der Leitung des Oberbürgermeisters monatlich die Geschäftsführer der kommunalen Gesellschaften und Fachbereichsleiter der Verwaltung mit Wirtschaftsbezug teil. In diesem Kreis werden konkrete Projekte der Wirtschaftsförderung entwickelt, koordiniert und umgesetzt. Als Gast nehmen hier zusätzlich der Hauptgeschäftsführer der IHK, der Vorstand der Saalesparkasse sowie der Geschäftsführer der Metropolregion Mitteldeutschland teil.

Zusätzlich wurde zur strategischen Beratung des Oberbürgermeisters in Wirtschaftsfragen der „Wirtschaftsbeirat“ gegründet. Hier werden unter Leitung von Herrn Dr. Michael Schädlich vom Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung gGmbH wesentliche Akteure der Wirtschaft und Wissenschaft einbezogen. Ziel des Gremiums ist die Beratung der Stadt in strategischen und konzeptionellen Fragen der Wirtschaftsentwicklung und eine Verzahnung mit der Landes- und Bundesebene. Aus dem Wirtschaftsbeirat werden Zielrichtungen und Strategien in den Arbeitskreis Wirtschaft rückgekoppelt.

Der Stadtrat hat im Oktober 2014 die Verringerung der Beigeordneten von 5 auf 4 ab Januar 2015 beschlossen, somit war keine Neubesetzung der Position des Beigeordneten für Wirtschaft und Arbeit erforderlich.

Inhaltlich wurden im Zuge der beschriebenen Neustrukturierung die jeweiligen Aufgabenbereiche und Abläufe aktualisiert und fortentwickelt. Die konzeptionelle Detailarbeit zur Neuausrichtung der Wirtschaftsförderung wurde somit direkt im Frühjahr 2014 eingeleitet und ist inzwischen in wesentlichen Teilen abgeschlossen. Neben einer deutlichen Verbesserung der Qualität der Bestandspflege, einer offensiven Ausrichtung des Standortmarketings, wurde auch der Bereich der Gewerbegebietsentwicklung als gemeinsame Aufgabe im Konzern Stadt neu aufgestellt.

Durch die eingeleiteten Maßnahmen sind namhafte Ansiedlungserfolge erzielt worden. Neben der Inbetriebnahme der Betriebsstätte von ebay Inc. in 2015, mit inzwischen 350 Arbeitskräften, konnte eine weitere Ansiedlung für den Star Park errungen werden. Das Unternehmen Hellmann world wide logistics AG wird auf ca. 20 ha im Star Park ein Logistikcenter in 2015 / 2016 errichten und 100 neue Arbeitsplätze schaffen.

Der Stadtrat der Stadt Halle (Saale) hat am 17. Dezember 2014 die Erstellung eines Wirtschaftskonzepts beschlossen. Dieses soll die Entwicklungsziele der städtischen Wirtschaftsförderung und Beteiligungen zusammenfassen, Steuerungsgrößen und –indikatoren benennen sowie mittel- und langfristige Entwicklungsziele beschreiben. Die Konzepterstellung sollte unter der Einbeziehung der Vertreter der Fraktionen erfolgen.

Zur Konzepterstellung wurde eine interdisziplinäre Projektgruppe gebildet. In dieser waren alle Prozessbeteiligten der Wirtschaftsförderung sowie die Geschäftsführer der kommunalen Gesellschaften vertreten. Mit den Kammern, Verbänden und Wissenschaftseinrichtungen wurden direkte Abstimmungen zu den Arbeitsergebnissen geführt. Ebenso erfolgte eine enge Verzahnung mit der Metropolregion Mitteldeutschland.

Nunmehr wurden hierbei die im Zuge der Umstrukturierung der Wirtschaftsförderung gewonnenen Erkenntnisse und konzeptionellen Grundlagen in einem Gesamtkonzept für die Stadt Halle (Saale) zusammengefügt. Hierbei wurde anhand der konzeptionellen Ausrichtung für den Bereich der Wirtschaftsförderung eine ablauforientierte Prozess- und Schnittstellendefinition durchgeführt. Ziel war es, neben der klaren Darstellung der Ausgangslage und der Wettbewerberanalyse, die künftige Ausrichtung an einem klaren Zielsystem zu definieren. Dieses wird jährlich anhand von Steuergrößen evaluiert und fortgeschrieben.

In zwei umfassenden Workshops mit Vertretern der Fraktionen, am 17.04.2015 und am 04.09.2015, wurde eine direkte Rückkopplung zu den Stadträten durchgeführt. Die Anmerkungen und Ergänzungen aus den Workshops wurden aufgenommen und in das Konzept eingearbeitet. Insgesamt soll das Konzept nunmehr in der vorliegenden Fassung in die Gremien des Stadtrates im Oktober 2015 eingebracht werden und zeitnah einer Beschlussfassung zugeführt werden.

## 2 Ausgangslage und Rahmenbedingungen

### 2.1 Grundbewertung der Standortvoraussetzungen und Rahmenbedingungen

Die Stadt Halle (Saale) liegt im Zentrum von Deutschland und Europa. Sie gehört zur Metropolregion Mitteldeutschland, einer von insgesamt elf offiziellen „europäischen Metropolregionen“ in Deutschland. Diese gelten als Zentren der Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft und sollen die Konkurrenzfähigkeit Deutschlands in Europa fördern. Halle gehört mit Leipzig zum Zentrum sowie zum Entwicklungs- und Innovationskern dieser Region.

Halle weist hervorragende Verkehrsanbindungen auf. Der Flughafen Leipzig/Halle als einer der bedeutendsten Luftfrachtumschlagsplätze in Europa ist 18 km entfernt. Der Flughafen „vor der Tür“ mit dem DHL Hub mit 24 h Betrieb sichert eine perfekte Anbindung an weltweite Lieferketten. Neben dem Flughafen Leipzig/Halle hat die Stadt Halle (Saale) weitere sehr gute Anbindungen an das Verkehrsnetz auf Straße und Schiene. Insbesondere der Ausbau von Halle als Bahnknotenpunkt auf der ICE Strecke (München-Berlin-Hamburg) und die Errichtung der modernsten Zughaltestelle sind wesentliche Meilensteine für die Anbindung der Stadt und die Wirtschaftsentwicklung.



Abbildung 1: Übersicht Verkehrstechnische Anbindung Halle (Saale)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Quelle: „Wirtschaft: Standort Halle (Saale) Zahlen, Fakten und Kontakte“ vom Oktober 2014, Stadt Halle (Saale)

Halle (Saale) ist die größte Stadt in Sachsen-Anhalt, sie hat über 232.000<sup>2</sup> Einwohner. Halle kann, trotz des demografischen Wandels in Deutschland, in der Perspektive steigende Einwohnerzahlen vorweisen.

Die Stadt wird wesentlich durch die Universität und die weitere Hochschule und die daraus entstehenden Entwicklungspotentiale geprägt (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg mit rund 20.000 Studierenden, Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle mit rund 1.000 Studierenden).

Halles Forschungs- und Bildungslandschaft hat einen exzellenten Ruf. Geprägt wird dieser vor allem durch die genannte Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Aber auch die Leopoldina, die als älteste ununterbrochen existierende naturwissenschaftlich-medizinische Akademie der Welt mehr als 1.300 Mitglieder weltweit vereint, formt die Wissenschaftsstadt Halle. Seit 2008 ist sie Deutschlands Nationale Akademie der Wissenschaften.

Der Technologiepark Weinberg Campus mit dem Technologie- und Gründerzentrum Halle und dem Bio-Zentrum Halle als Kristallisationspunkt ist faktisch ein eigener Stadtteil und stellt das Innovationszentrum der Stadt dar. Hier wurden seit 1990 insgesamt mehr als 1 Mrd. € in modernste Forschungsinfrastruktur und Institute investiert und über 170 Unternehmen neu gegründet. Mit insgesamt 5.500 Beschäftigten und einer Fläche von 130 ha ist der Technologiepark Weinberg Campus der größte Technologiepark in Mitteldeutschland und unter den TOP 10 in Deutschland positioniert. Mit 27.000 qm vermietbarer Fläche gehören das TGZ und das Bio-Zentrum bereits heute zu den großen Technologiezentren in Deutschland. Die hohe Konzentration der Grundlagen- und anwendungsorientierten Forschung in den naturwissenschaftlichen Bereichen der Universität und den außeruniversitären Forschungszentren (Fraunhofer, Helmholtz, Leibniz) sowie deren Verbindung mit start ups und Technologieunternehmen im TGZ/ Bio-Zentrum ist herausragend. Am Standort sind die Internationalität und die Innovation mit ihrer Zugkraft für die gesamte Stadt zu spüren.

---

<sup>2</sup> Quelle: Stadt Halle (Saale), Stand 31.12.2014

In der Stadt Halle (Saale) hat die Medientechnologie in den letzten Jahren eine bedeutende Entwicklung genommen. Die Mitteldeutsche Multimediazentrum Halle (Saale) GmbH (MMZ) ist spezialisiert auf die audiovisuelle Medienwirtschaft und bietet Büro- und Arbeitsbereiche für Existenzgründer und Postproduktion an. Im einzigen Medienzentrum des Landes Sachsen-Anhalt konzentriert sich auf 7.000 qm eine Vielzahl von verschiedenen Unternehmen und Neugründungen. Mit Fertigstellung der neuen Kinomischung im europaweit einzigartigen „Dolby Atmos premier“ Standard Mitte 2015 wird eine weitere internationale Ausstrahlung und Belebung des MMZ erwartet.

Für Industrieansiedlungen steht in der Stadt Halle (Saale) der Star Park an der A14 zur Verfügung. Der Standort mit 200 ha verfügbarer Fläche eignet sich für mittlere bis große Industrie- und Logistiksiedlungen, ist komplett erschlossen und sofort bebaubar. Erfolge wie die Ansiedlungen von ebay Inc. und von Greatview aus China zeigen hier eine positive Entwicklung auf.

Die Stadt Halle (Saale) kann einen breiten Branchenmix bei den Bestandsunternehmen und verschiedene Firmenzentralen in der Ernährungsindustrie, dem Baugewerbe sowie des Maschinen- und Anlagenbaus vorweisen. Im Dienstleistungssektor sind eine Vielzahl spezialisierter Unternehmen mit erheblichen Potential und Arbeitsplätzen in der Stadt entstanden.

Neben den guten Angeboten für Unternehmen und Industrie bietet Halle (Saale) ihren Einwohner eine hohe Lebensqualität. Halle gehört zu den grünsten Großstädten in Deutschland und bietet eine vielfältige Kulturszene sowie zahlreiche Sport- und Ausflugsmöglichkeiten.

Die Stadt Halle (Saale) hat gute Standortvoraussetzungen für eine positive Wirtschaftsentwicklung, welche es zu nutzen und zu stärken gilt.

## 2.2 Bewertung der bisherigen demografischen und wirtschaftsstrukturellen Entwicklung und Ausgangslage

### 2.2.1 Demografische Entwicklung

Die Stadt hat in den vergangenen 25 Jahren eine schwierige Bevölkerungsentwicklung durchlebt. Mit der Wiedervereinigung wurde das „alte“ Halle mit der Chemiearbeiter-Trabantenstadt Neustadt zusammengelegt und die Bevölkerung stieg auf rund 310.000 Einwohner an. In den weiteren Jahren hatte Halle, wie andere ostdeutsche Städte auch, mit Abwanderung, hoher Arbeitslosigkeit und dem demografischen Wandel zu kämpfen. Halle hat seit der Wende einen Bevölkerungsrückgang von fast 80.000 Einwohnern von ca. 310.000 auf 232.000 verkraften müssen. Seit dem Jahr 2009 steigen die Bevölkerungszahlen wieder langsam an. In der folgenden Übersicht ist die prozentuale Entwicklung der Bevölkerung in der Stadt Halle zu sehen.

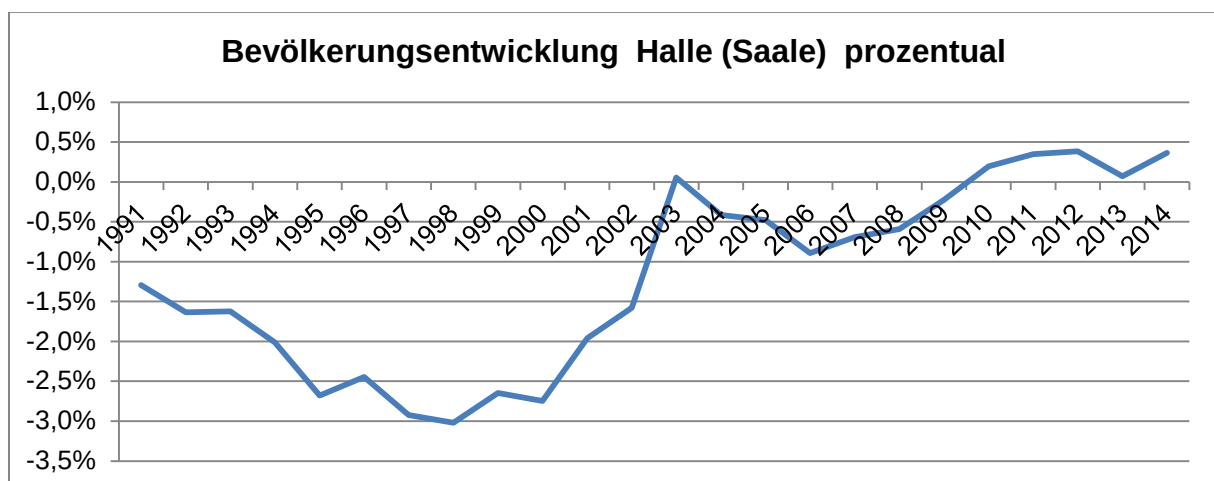


Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung Halle (Saale) prozentual seit 1991<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Quelle: Stadt Halle (Saale), Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt



Diese Entwicklung ist allerdings nicht nur in Halle der Fall. Die nachfolgende Übersicht zeigt, dass auch die näheren Wettbewerber diese Entwicklung vollzogen haben. Der Rückgang im Jahr 2011 begründet auf den Ergebnissen aus der Volkszählung „Zensus 2011“. Es ist des Weiteren zu erkennen, dass die positive Entwicklung bei allen Vergleichsstädten ebenso vorliegt, hier jedoch bereits in den Jahren 2002-2004 eingesetzt hat.

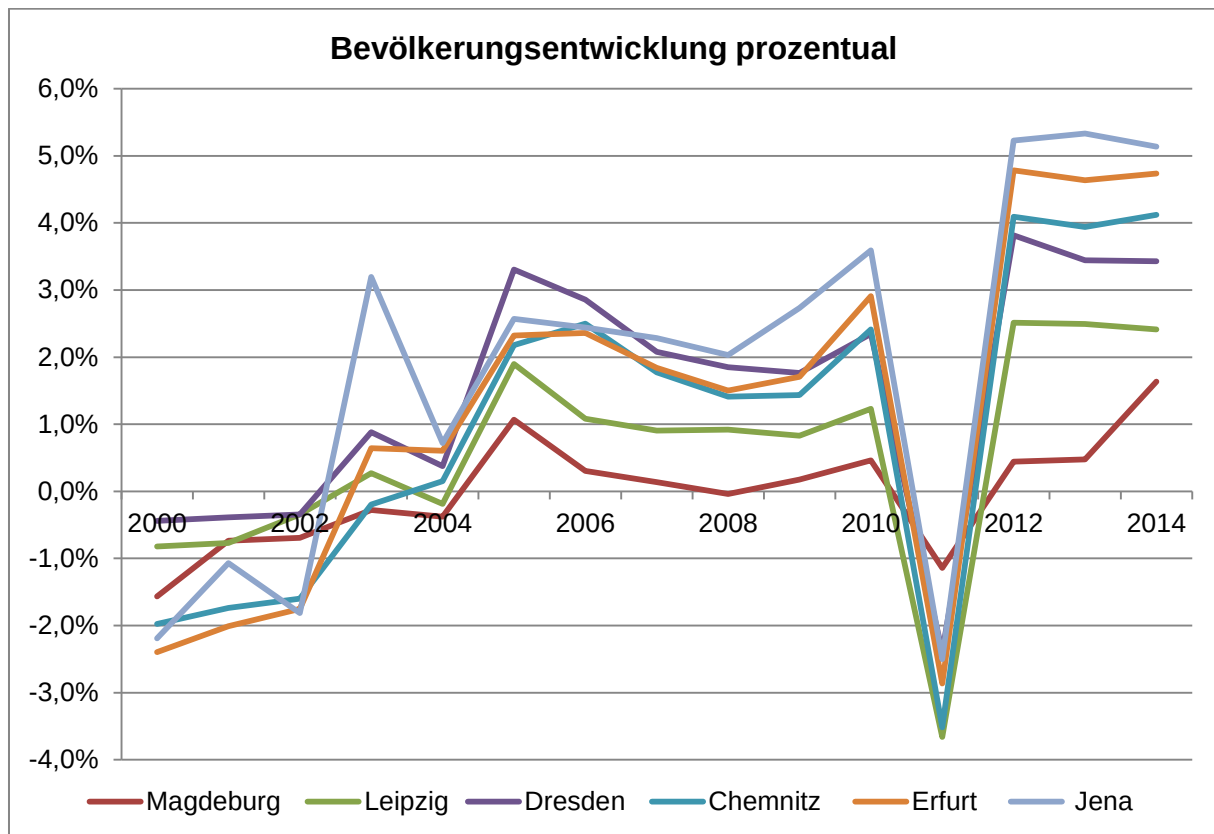
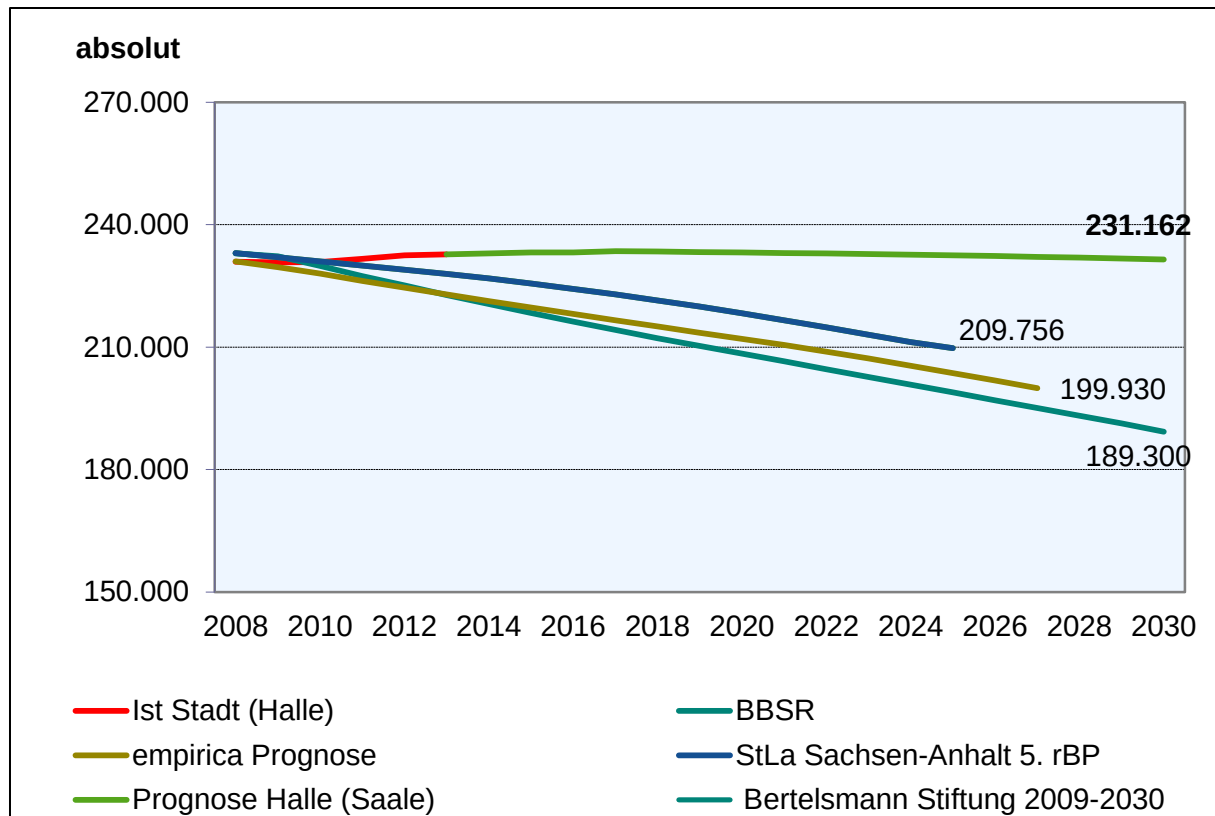


Abbildung 3: Entwicklung Bevölkerungszahlen prozentual ab dem Jahr 1991<sup>4</sup>

### 2.2.2 Einordnung der neuen Bevölkerungsprognose der Stadt Halle (Saale)

Die letzte vorliegende kleinräumige Prognose (Stand 2007) der Stadt Halle (Saale) ging von einem ununterbrochenen Rückgang der Bevölkerungszahlen aus. Da die momentane Entwicklung Halles jedoch konträr zur prognostizierten verläuft und sich in den vergangenen Jahren durch ein leichtes Bevölkerungswachstum auszeichnete, war eine neue Einschätzung zur zukünftigen demografischen Entwicklung erforderlich. Vor diesem Hintergrund hat die Firma Analyse & Konzepte im Auftrag der Stadtverwaltung eine Bevölkerungs- und Haushaltsprognose für die Stadt Halle (Saale) erstellt, welche die mögliche Entwicklung der Bevölkerung und Haushalte von 2014 bis 2030 darstellt. Die folgende Übersicht verdeutlicht die Ergebnisse der Prognose.

<sup>4</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Abbildung 4: Übersicht Bevölkerungsentwicklung bis 2030 von Halle (Saale)<sup>5</sup>

Aus dieser Erhebung<sup>6</sup> gehen folgenden Sachverhalte hervor:

#### Entwicklung Einwohnerzahlen

Im Ergebnis der Bevölkerungsprognose wird sich die Einwohnerzahl Halles nicht linear, sondern leicht wellenförmig entwickeln. So ist bis zum Jahr 2017 mit einem Bevölkerungsanstieg um rd. 405 auf 233.110 Einwohner zu rechnen. Anschließend wird, insbesondere aufgrund der abnehmenden Wanderungsgewinne, die Bevölkerungszahl langsam und stetig bis zum Jahr 2030 auf 231.162 Einwohner zurückgehen.

#### Entwicklung der Sterbefälle und Geburten

In Halle (Saale) sterben über den gesamten Prognoseraum per saldo mehr Hallenser als geboren werden – was in fast allen ostdeutschen Städten bereits seit Jahren in wesentlich größerem Umfang der Fall ist.

<sup>5</sup> Quelle: Analyse & Konzepte Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien und Tourismus mbH

<sup>6</sup> Bericht zur Bevölkerungs- und Haushaltsprognose 2014 vom 11.09.2014, Analyse & Konzepte Beratungsgesellschaft für Wohnen, Immobilien und Tourismus mbH

### Entwicklung Wanderung

Die aktuellen Zuzüge aus Westdeutschland werden in den nächsten Jahren zu verstärkten Fortzügen nach Westdeutschland führen. Die Salden werden gegenüber Westdeutschland negativ und gegenüber Ostdeutschland positiv bleiben. Die Umlandwanderungen werden weiterhin positiv bleiben.

### Entwicklung Durchschnittsalter

Das Durchschnittsalter der Einwohner Halles bleibt mit 44,1 Jahren (2030) gegenüber 2013 mit 44,3 Jahren nahezu konstant.

Insgesamt liegt nunmehr eine positive demografische Prognose vor, welche jedoch im Vergleich zu den Wettbewerbern ein geringeres Wachstum ausweist. Die prognostizierte Entwicklung in den Landkreisen Sachsen-Anhalt bleibt immer noch problematisch. Im Kerngebiet der Metropolregion Leipzig-Halle ist ein Wachstum zu verzeichnen, von welchem derzeit der Raum Leipzig noch stärker profitiert.

## 2.2.3 Wirtschaftsstrukturelle Entwicklung

Das Bundesland Sachsen-Anhalt und die Region Halle waren mit erheblichen Strukturproblemen und schwierigen Anpassungsprozessen in den letzten 25 Jahren belastet. Der Bezirk Halle verfügte vor der Wende über die höchste Bruttoproduktion aller DDR-Bezirke. Vor allem die chemische Industrie (Halle-Bitterfeld) und der Bergbau (Halle, Merseburg, Bitterfeld) boten zehntausend Menschen Arbeit. Sachsen-Anhalt wurde nach dem Zusammenbruch der DDR nahezu völlig deindustrialisiert<sup>7</sup>. Mit der Entflechtung der VEB-Großbetriebe kam es zunächst zu einer massiven Erhöhung der Zahl der nunmehr wesentlich kleineren privaten Unternehmen (KMU<sup>8</sup>) bei massivem Rückgang der Wertschöpfungsanteile und der Beschäftigten im produzierenden Gewerbe von 3.8 Mio. (1989) auf 0,9 Mio. (2010). Im Jahr 2014 sind es noch ca. 219.000 Sozialversicherungsbeschäftigte im produzierenden Gewerbe.

In Halle waren im Jahr 1989 55.893 (34,7 %) der Beschäftigten in der Industrie und im sonstigen produzierenden Bereichen tätig. Am 31.12.2004 waren lediglich noch 14.236 (19,6 %) der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Wohnortprinzip) im produzierenden Gewerbe tätig. Im Jahr 2013 hat sich die Zahl auf 10.988 (12 %) verringert. Dagegen machen Dienstleistungen einen immer größeren Teil der wirtschaftlichen Leistung in der

---

<sup>7</sup> Deindustrialisierung bezeichnet eine Phase des Übergangs von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft, in welcher es zu einer Abnahme der Beschäftigung im Industriebereich und zur Zunahme von Beschäftigung im Dienstleistungssektor kommt.

<sup>8</sup> Kleine und mittlere Unternehmen

Stadt Halle (Saale) aus. Handel und Dienstleistungen sind hinsichtlich der Zahl der Unternehmen und der Zahl der Beschäftigten mittlerweile die mit Abstand stärksten Branchen in der Stadt Halle (Saale). Die folgende Übersicht zeigt die Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die Branchen produzierendes Gewerbe, Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Dienstleistung.

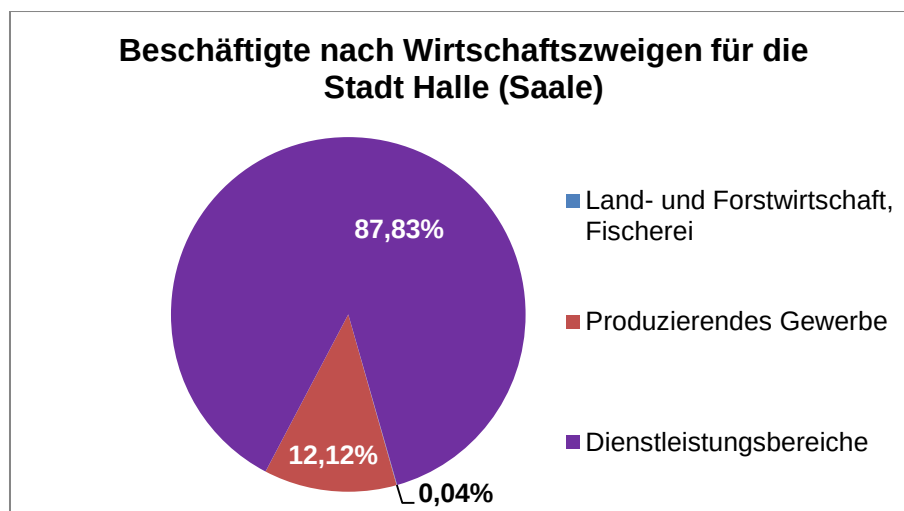
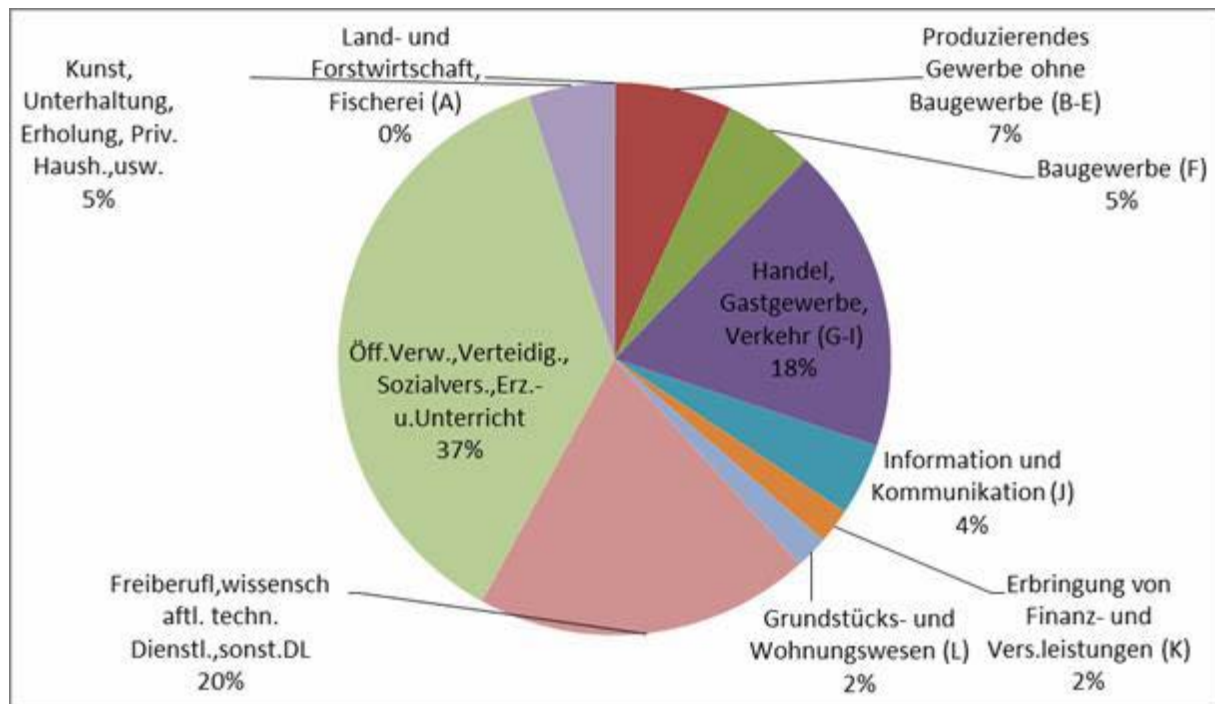


Abbildung 5: Übersicht sozialversicherungspflichtige Beschäftigte im Juni 2013 nach Branchen sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen in der Stadt Halle (Saale) im Jahr 2013<sup>9</sup>

| Anzahl der Beschäftigten nach Branchen       |       |
|----------------------------------------------|-------|
| Land- und Forstwirtschaft, Fischerei (A)     | 40    |
| Produzierendes Gewerbe ohne Baugewerbe (B-E) | 6.220 |

<sup>9</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

|                                                            |               |
|------------------------------------------------------------|---------------|
| <u>Baugewerbe (F)</u>                                      | <u>4.768</u>  |
| <u>Handel, Gastgewerbe, Verkehr (G-I)</u>                  | <u>16.260</u> |
| <u>Information und Kommunikation (J)</u>                   | <u>3.820</u>  |
| <u>Erbringung von Finanz- und Vers.leistungen (K)</u>      | <u>1.874</u>  |
| <u>Grundstücks- und Wohnungswesen (L)</u>                  | <u>1.745</u>  |
| <u>Freiberufl.,wissenschaftl. techn. Dienstl.,sonst.DL</u> | <u>17.833</u> |
| <u>Öff.Verw.,Verteidig.,Sozialvers.,Erz.-u.Unterricht</u>  | <u>33.543</u> |
| <u>Kunst, Unterhaltung, Erholung, Priv. Haush.,usw.</u>    | <u>4.549</u>  |
| <u>GESAMT</u>                                              | <u>90.652</u> |

Zu der Branche produzierendes Gewerbe zählt unter anderem das Baugewerbe und das verarbeitende Gewerbe. Zu den Dienstleistungsbereichen gehören unter anderem die öffentliche Verwaltung, der Handel und das Grundstücks- und Wohnungswesen.

Im Vergleich zu den unmittelbaren Wettbewerbern wird deutlich, dass das produzierende Gewerbe in Halle (Saale) nur einen sehr geringen Anteil bzw. den geringsten Anteil der Beschäftigten in diesen Branchen hat. In der nachfolgenden Übersicht sind die Wirtschaftszweige produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen enthalten, den Wirtschaftszweig Land- und Forstwirtschaft haben wird in der Grafik nicht mit betrachtet.

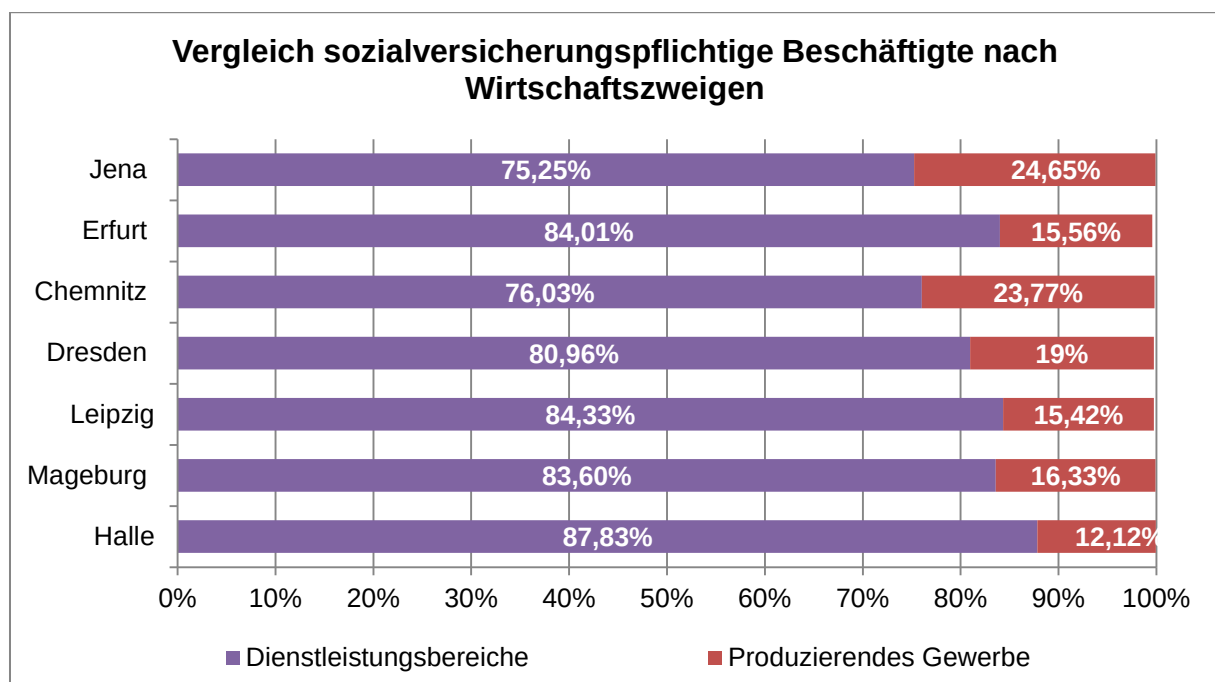


Abbildung 6: Vergleich der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wirtschaftszweigen im Jahr 2013<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Neben den traditionellen, aber transformationsbedingt in ihrer Größe und Tiefe stark geschrumpften Industriebereichen, sind es zunehmend neue Unternehmen aus den Bereichen Technologie und Dienstleistungen, die die Wirtschaftsstruktur der Stadt und der Region zu prägen beginnen.

- Innovation und Technologie (TGZ/Bio-Zentrum),
- Information, Kommunikation und Medien (MMZ),
- Maschinenbau,
- der Dienstleistungssektor, u. a. Call-Center und Verwaltung,
- Bauindustrie
- Lebensmittelindustrie.

Für die Unternehmensstruktur in Halle (Saale) ist ihre Kleinteiligkeit charakteristisch. Zwar prägen KMU die deutsche Wirtschaftsstruktur insgesamt, in Sachsen-Anhalt liegt der Anteil an Beschäftigten in KMU mit fast zwei Dritteln aber noch einmal deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt. Im Sachsen Anhalt Report der NordLB aus 12/2014 zu den 100 größten Unternehmen lässt sich die Kleinteiligkeit und der Mangel an Industrie in der Stadt klar ableiten.

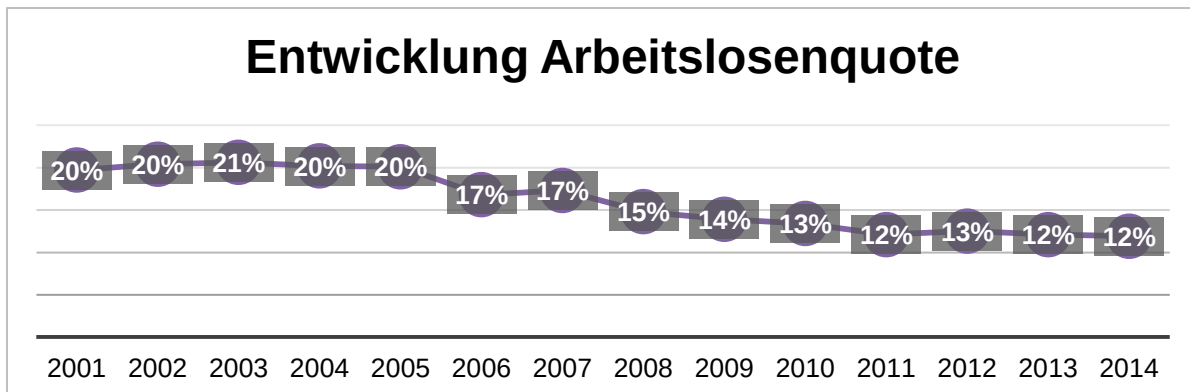
Gemessen an der Exportquote des verarbeitenden Gewerbes weisen zudem die ansässigen Unternehmen eine geringe internationale Absatzorientierung auf.

Nur etwa jedes achte Unternehmen in Sachsen-Anhalt betreibt kontinuierlich Forschung und Entwicklung. Auch im Vergleich mit Thüringen und Sachsen ist dieser Wert niedrig. Gleichzeitig beträgt das Ausgabenniveau der sachsen-anhaltischen Wirtschaft im Bereich Forschung und Entwicklung (FuE) nur ca. ein Viertel des Bundesdurchschnitts. Positiv ist jedoch anzumerken, dass die absoluten Ausgaben der Wirtschaft für FuE in Sachsen-Anhalt zuletzt stärker angestiegen sind als im Bundesdurchschnitt.

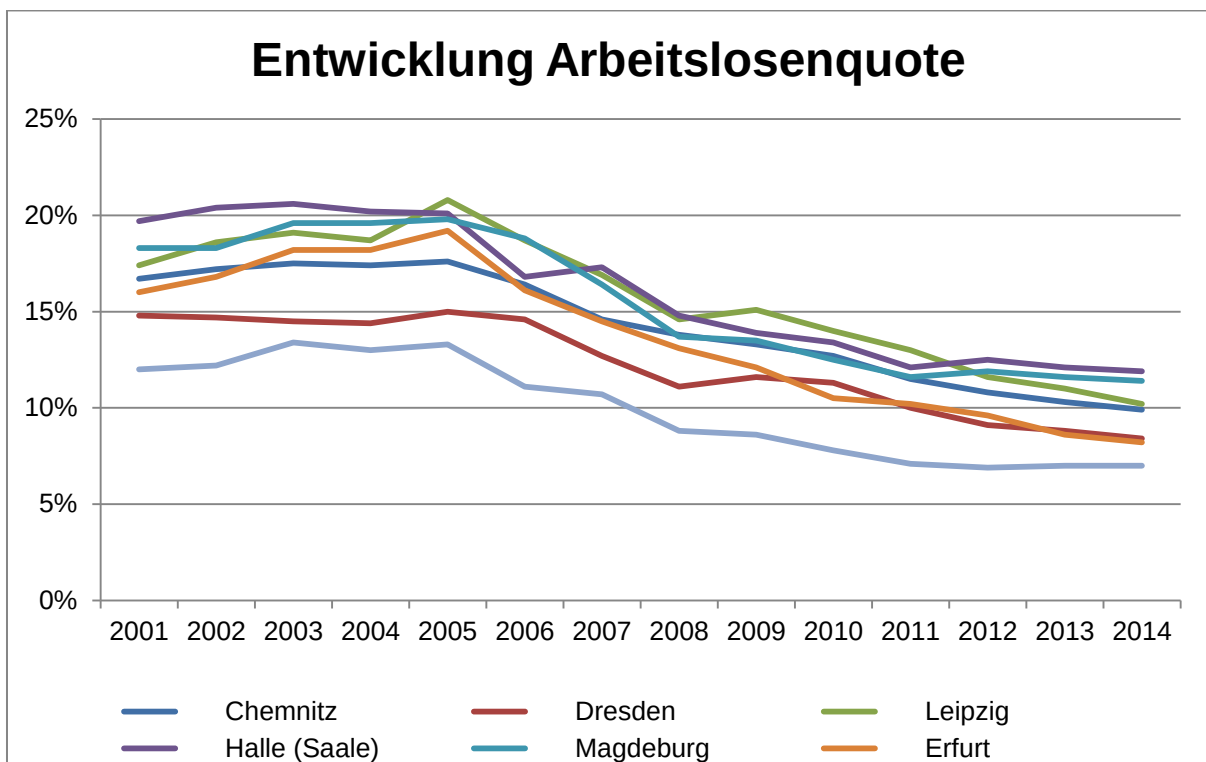
Die Arbeitslosenquote<sup>11</sup> erfährt seit Jahren eine positive Entwicklung in der Stadt Halle (Saale). In der folgenden Übersicht ist die Entwicklung dargestellt.

---

<sup>11</sup> Arbeitslosenquote bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen

Abbildung 7: Entwicklung Arbeitslosenquote Halle (Saale)<sup>12</sup>

In den letzten 14 Jahren hat sich die Arbeitslosenquote von 20% auf rund 12% reduziert. Dies ist eine erheblich positive Entwicklung, betrachtet man jedoch die Wettbewerber, so wird deutlich, dass auch hier die Stadt Halle (Saale) nach wie vor die höchste Arbeitslosenquote ausweist.

Abbildung 8: Entwicklung Arbeitslosenquote seit 2001<sup>13</sup>

<sup>12</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

<sup>13</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Dies spiegelt sich ebenfalls in der Entwicklung des verfügbaren Einkommens je Einwohner wider. Die gelbe Linie stellt die Entwicklung in der Stadt Halle (Saale) dar. Das verfügbare Einkommen je Einwohner beträgt im Jahr 2012 rund 16.349 €. Im Vergleich, in der Stadt Magdeburg beträgt das verfügbare Einkommen je Einwohner 16.974 € und in der Stadt Chemnitz sind es sogar 18.502 € verfügbares Einkommen je Einwohner.

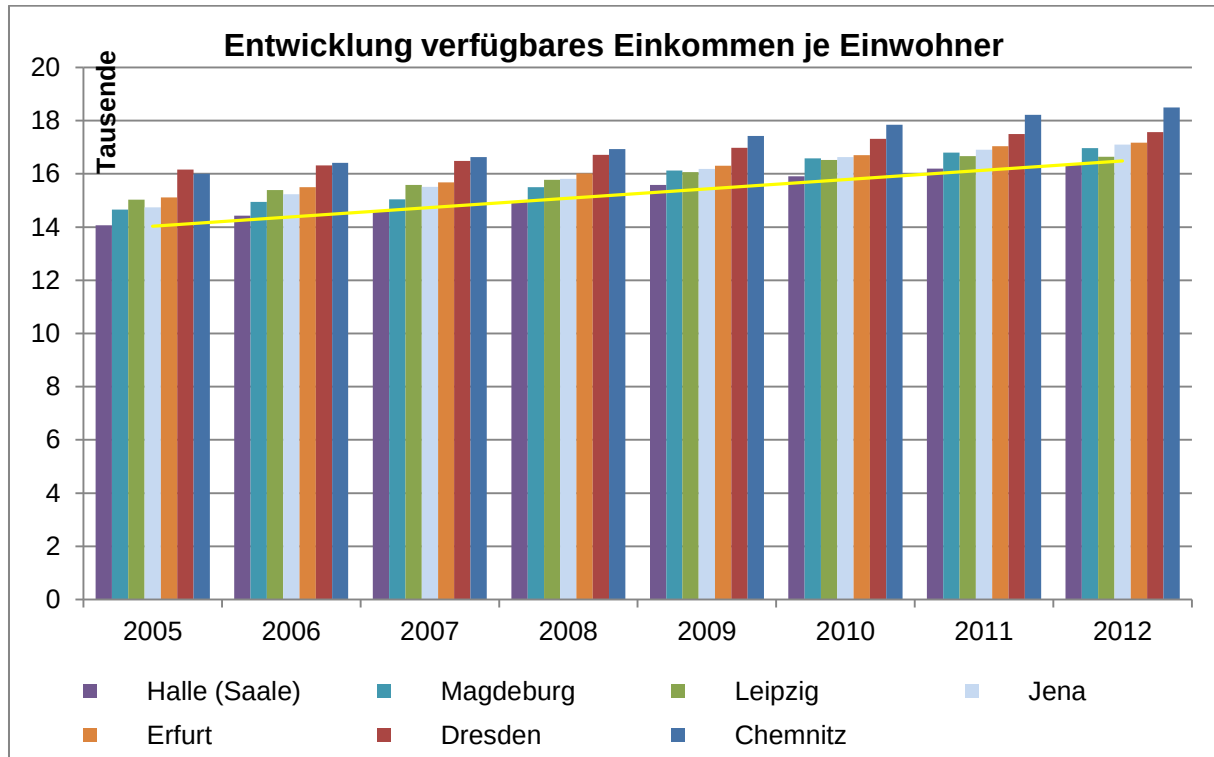


Abbildung 9: Entwicklung des verfügbaren Einkommens je Einwohner ab 2005<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder



Das gleiche Bild findet man bei der Entwicklung des Bruttoinlandproduktes (BIP) je Einwohner wieder. Das BIP ist ein Maß für die wirtschaftliche Leistung einer Volkswirtschaft. Auch hier weist die Stadt Halle (Saale) Defizite zu den Vergleichsstädten auf.

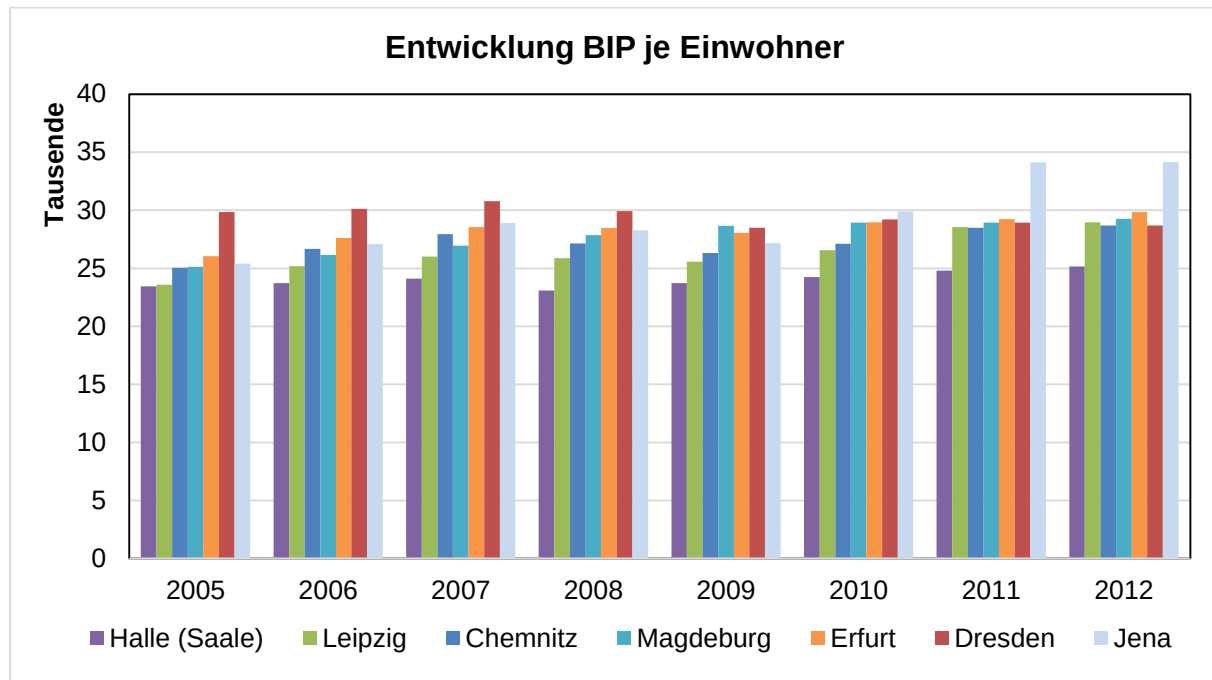


Abbildung 10: Entwicklung BIP je Einwohner<sup>15</sup>

### 2.3 Auswertung und Beurteilung der finanziellen Rahmenbedingungen

Unternehmen - Handwerksbetriebe, Gewerbetreibende, Dienstleister - richten ihre Standortentscheidungen zu einem entscheidenden Teil nach der Qualität der lokalen und regionalen Bedingungen für unternehmerisch erfolgreiches Handeln. Die Kommunen stellen Flächen und Infrastruktur zur Verfügung, bieten ein breites Angebot an Dienstleistungen, sichern den Zusammenhalt und die Lebensqualität.

Die dramatische Finanzsituation vieler Kommunen gefährdet den Erhalt dieser hochwertigen Infrastruktur und qualitätsvollen Leistungen. Dabei ist die Weiterentwicklung der Steuerzuflüsse ein weiteres wichtiges Anliegen der Kommunen. Nur finanzstarke und somit handlungsfähige Kommunen können den Wirtschaftsstandort Kommune an die zukünftigen Herausforderungen anpassen. Die Stadt Halle (Saale) hat in den letzten 3 Jahren den Prozess der Haushaltskonsolidierung konsequent eingeleitet. Es wurden ausgeglichene Haushalte im Ergebnishaushalt aufgestellt. Die schwierige Haushaltslage wird jedoch in den nach wie vor bestehenden Defiziten im Finanzhaushalt und dem hohen Stand an Kassenkrediten deutlich. Hier wurde jedoch für die Mittelfristplanung gegengesteuert, um

<sup>15</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

einen zeitnahen Ausgleich auch im Finanzhaushalt und einen schrittweisen Abbau der Kassenkredite zu erreichen. Die Stadt Halle (Saale) erfüllt somit die gesetzlichen Regelungen und Vorgaben der Kommunalaufsicht.

In der folgenden Übersicht sind die Einnahmen pro Einwohner von der Stadt Halle (Saale) und den näheren Wettbewerbern im Jahr 2013 dargestellt.

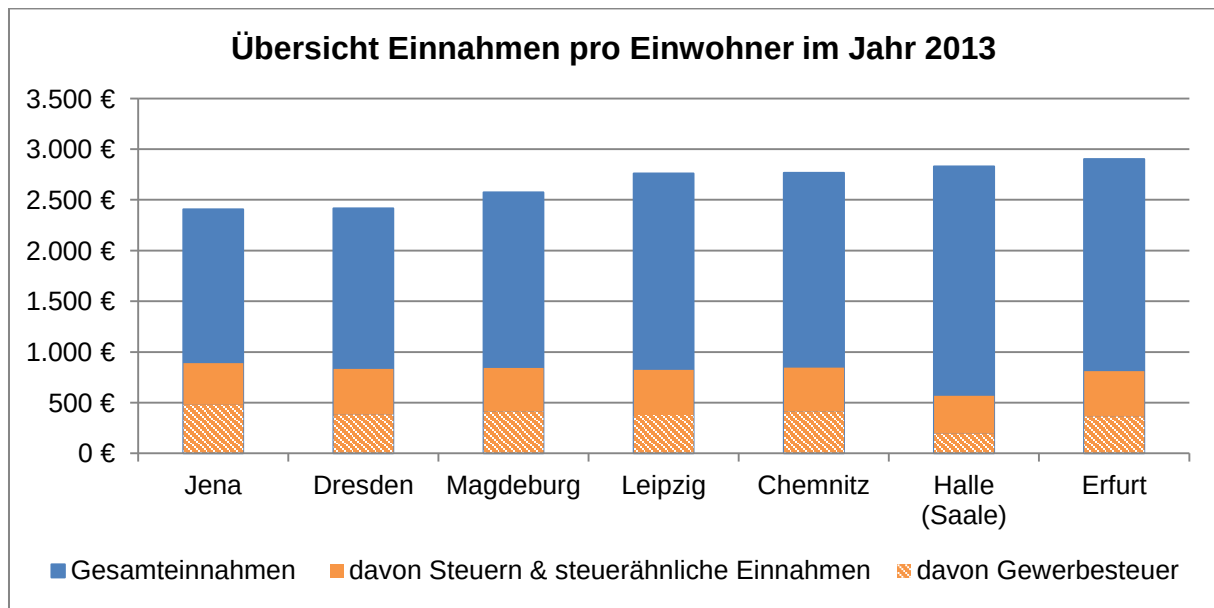


Abbildung 11: Übersicht Gesamteinnahmen je Einwohner der Städte im Jahr 2013<sup>16</sup>

Insgesamt liegt die Stadt Halle (Saale) bei den Gesamteinnahmen im vorderen Bereich. Es muss jedoch festgestellt werden, dass der Steueranteil an den Einnahmen im Vergleich zu den Vergleichsstädten am geringsten ist.

<sup>16</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

In den nächsten Schritten werden nur die Einnahmen aus Steuern betrachtet. In der folgenden Übersicht sieht man die Anteile der Steuereinnahmen bezogen auf die Gewerbesteuer, Grundsteuer und Gemeindeanteile der Einkommensteuer und Umsatzsteuer im Jahr 2013. Hier wird deutlich, dass die Gewerbesteuer nur 35% der gesamten Steuereinnahmen ausmacht.

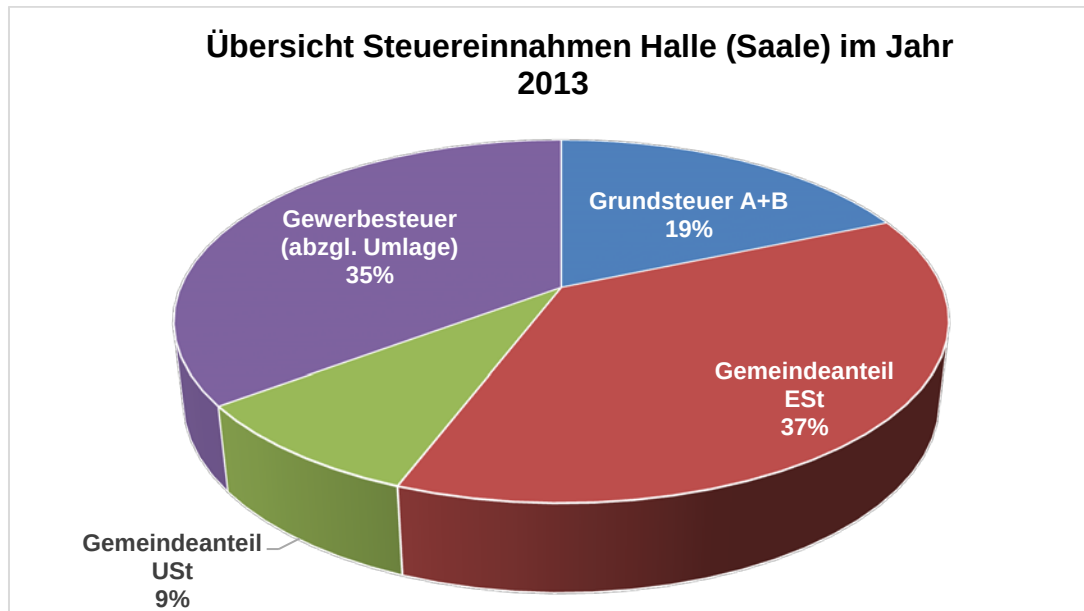


Abbildung 12: Übersicht Anteile der Steuereinnahmen im Jahr 2013<sup>17</sup>

Vergleicht man dies mit den weiteren Wettbewerbern wird deutlich, dass die Stadt Halle (Saale) den geringsten Gewerbesteueranteil an den Steuereinnahmen hat.

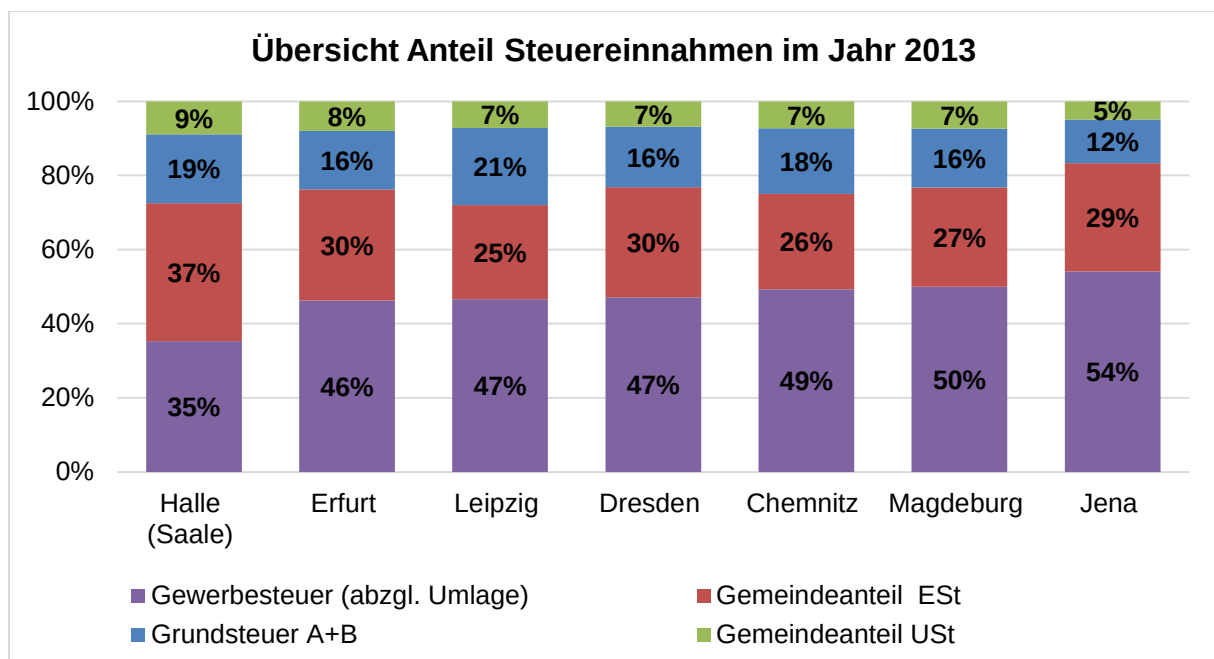


Abbildung 13: Übersicht Anteil Steuereinnahmen im Jahr 2013<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

In absoluten Zahlen wird der Unterschied noch klarer:

| Stadt         | Gewerbesteuereinnahmen<br>(abzgl. Umlage) im Jahr<br>2013 in TEUR |
|---------------|-------------------------------------------------------------------|
| Dresden       | 207.768                                                           |
| Leipzig       | 201.744                                                           |
| Chemnitz      | 100.291                                                           |
| Magdeburg     | 96.067                                                            |
| Erfurt        | 75.712                                                            |
| Jena          | 50.719                                                            |
| Halle (Saale) | 45.529                                                            |

Tabelle 1: Gewerbesteuereinnahmen (abzüglich Umlage) im Jahr 2013<sup>19</sup>

Betrachtet man die Gesamtausgaben und die Ausgaben für Sachinvestitionen wird deutlich, dass die Stadt Halle (Saale) eine geringe Investitionsquote ausweist. Im Vergleich mit den direkten Wettbewerbern ist ersichtlich, dass, obwohl die Gesamtausgaben im Vergleich höher sind, für die Sachinvestitionen weniger ausgegeben wurde.

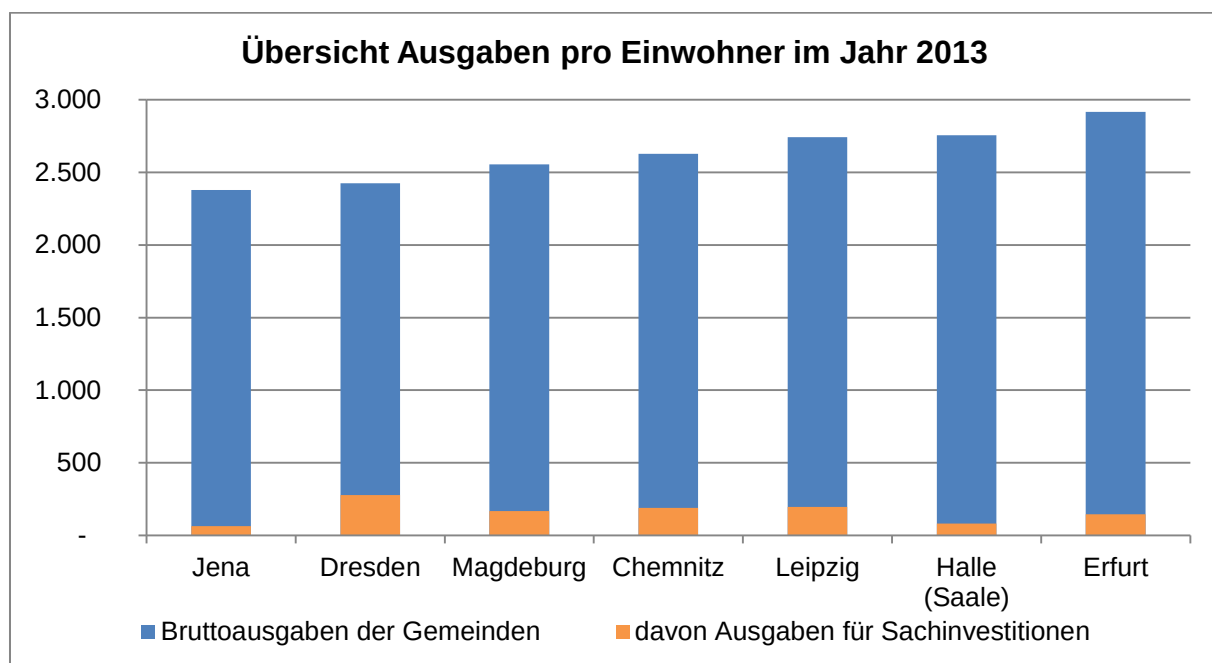


Abbildung 14: Übersicht Ausgaben der Städte pro Einwohner im Jahr 2013<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

<sup>19</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

<sup>20</sup> Quelle: Regionaldatenbank Deutschland, Hrsg. Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Insgesamt ergibt sich in Auswertung der Finanzdaten der Stadt Halle (Saale) die bereits erkannte Notwendigkeit von stringenten Konsolidierungsmaßnahmen. Ein Umsteuern von konsumtiven Ausgaben zu Investitionen ist dringend geboten und eingeleitet. In den Jahren 2014 bis 2020 ist von einer Investitionssumme mit hohen Fördermittelanteilen von bis zu 1 Mrd. € im Konzern Stadt auszugehen. Diese Impulse werden auch zu erheblichen Beschäftigungseffekten führen.

Darüber hinaus muss festgestellt werden, dass die eigene Steuerkraft zu gering ausfällt und derzeit noch durch Transfereinnahmen kompensiert wird. Perspektivisch ist von erheblich geringeren Ausgleichsmassen auszugehen. Sofern es der Stadt Halle (Saale) nicht gelingt dies durch erhöhte eigene Einnahmen auszugleichen, ist von einem erheblichen Rückgang des Haushaltsvolumens auszugehen. Dies würde zu gravierenden Einschnitten bei den freiwilligen Leistungen der Kommune führen.

## 2.4 Aufbereitung und Auswertung des Städterankings des Instituts der deutschen Wirtschaft insbesondere im Vergleich zu Wettbewerbern

Bereits seit 10 Jahren veröffentlicht das Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (IW Consult) ein Ranking der deutschen Großstädte differenziert nach Niveau- und Dynamikentwicklung. Im Städteranking 2014 wurden 69 kreisfreie Großstädte mit mehr als 100.000 Einwohnern detailliert untersucht. Es werden rund 90 Indikatoren in den Bereichen Arbeitsmarkt, Wirtschaftsstruktur, Immobilienmarkt und Lebensqualität analysiert. Für das Dynamikranking werden die Entwicklungen der Indikatoren im Kernzeitraum von 2008 bis 2013 abgebildet.

In der folgenden Übersicht werden die Indikatoren für das Ranking und die Gewichtung dargestellt.

| <b>Indikator Ranking</b>                    |
|---------------------------------------------|
| <b>Arbeitsmarkt (40% Gewichtung)</b>        |
| Pendlersaldo                                |
| Arbeitslosengeld-II-Empfänger               |
| Beschäftigungsquote Ältere                  |
| Jugendarbeitslosigkeit                      |
| Schulabbrecher                              |
| Hochqualifizierte                           |
| Ingenieure                                  |
| Beschäftigungsrate Frauen                   |
| Abiturquote                                 |
| Arbeitsplatzversorgung                      |
| Beschäftigungsentwicklung                   |
| <b>Wirtschaftsstruktur (30% Gewichtung)</b> |
| Bruttoinlandsprodukt                        |
| Gewerbesaldo                                |
| Produktivität                               |
| Gewerbesteuerhebesatz                       |
| Wissensintensive Dienstleistungen           |
| Gemeindliche Steuerkraft                    |
| <b>Immobilienmarkt (20% Gewichtung)</b>     |
| Mietpreis                                   |
| Vermarkungszeit Mietwohnung                 |
| Kaufpreis                                   |
| Erschwinglichkeitsindex                     |
| Wohnungsneubau                              |

|                                        |
|----------------------------------------|
| <b>Lebensqualität (10% Gewichtung)</b> |
| Gästeübernachtungen                    |
| Wanderungen                            |
| Straftaten                             |
| Aufklärungsquote                       |
| Private Überschuldete                  |
| Kitaquote U3                           |
| Kitaquote 3-U6                         |
| Einwohnerentwicklung                   |

Tabelle 2: Übersicht Indikatoren Städteranking 2014

Die Stadt Halle (Saale) belegt im Dynamikvergleich den Rang 28 mit 51,6 Punkten. Beim Niveauranking kommt Halle (Saale) mit 43,1 Punkten auf Platz 59. Für die weitere Betrachtung haben wir die näheren Wettbewerber und die Stadt Halle (Saale) und deren Ergebnisse im Ranking von 2014 und 2013 in einer Übersicht gegenübergestellt.

|                  | Einwohner<br>(2014) | Entfernung<br>nach Halle<br>(Saale) | Rang<br>Niveauranking |      | Rang<br>Dynamikranking |      |
|------------------|---------------------|-------------------------------------|-----------------------|------|------------------------|------|
|                  |                     |                                     | 2014                  | 2013 | 2014                   | 2013 |
| <b>Halle</b>     | 233.552             |                                     | 59                    | 64   | 28                     | 38   |
| <b>Magdeburg</b> | 233.669             | 80 km                               | 53                    | 57   | 34                     | 25   |
| <b>Leipzig</b>   | 533.480             | 35 km                               | 39                    | 50   | 4                      | 5    |
| <b>Dresden</b>   | 537.125             | 145 km                              | 25                    | 30   | 13                     | 11   |
| <b>Chemnitz</b>  | 242.790             | 135 km                              | 50                    | 55   | 45                     | 50   |
| <b>Erfurt</b>    | 205.112             | 120 km                              | 45                    | 48   | 9                      | 30   |
| <b>Jena</b>      | 105.708             | 115 km                              | 14                    | 13   | 27                     | 20   |

Tabelle 3: Übersicht Ergebnisse Städteranking 2014 und 2013

Hier wird deutlich, dass Halle (Saale) im Vergleich zum Vorjahr Ränge gutgemacht, allerdings immer noch gegenüber den oben benannten Wettbewerbern im Hinblick auf das Niveauranking am schlechtesten abgeschnitten hat. Laut dem Städteranking liegen die Stärken der Stadt Halle im Niveau- und Dynamikvergleich in den folgenden Bereichen:

| Stärken Niveau-und Dynamikvergleich |                                                                |          |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------|
| Indikator                           |                                                                | Rang     |
| Kitaquote U3                        | 53% der unter 3-jährigen hatten einen Betreuungsplatz          | 5. Rang  |
| Hochqualifizierte                   | 19 % der Beschäftigten haben einen HS- oder FH- Abschluss      | 13. Rang |
| Beschäftigungsrate Frauen           | 52 % der erwerbsfähigen Frauen gingen einer Beschäftigung nach | 15. Rang |

| Indikator                     |                                                                                 | Rang     |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Arbeitslosengeld-II-Empfänger | Rückgang um 2,1 % des Anteil der ALG-II-Empfänger                               | 5. Rang  |
| Hochqualifizierte             | Anstieg des Anteils der Beschäftigten mit einem HS- oder FH- Abschluss um 5,3 % | 1. Rang  |
| Bruttoinlandsprodukt          | Anstieg der Produktivität (BIP je Erwerbstätigen) um 10,5 %                     | 10. Rang |

Tabelle 4: Stärken Dynamik und Niveauranking Stadt Halle

Die Schwächen der Stadt Halle liegen in den folgenden Bereichen:

| Schwächen Niveau- und Dynamikvergleich |                                                                                                                                                                |          |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Indikator                              |                                                                                                                                                                | Rang     |
| Private Überschuldete                  | Anteil der überschuldeten Erwachsenen 17,6 %                                                                                                                   | 66. Rang |
| Arbeitslosengeld-II-Empfänger          | Anteil Bezieher von Arbeitslosengeld II 11,1 von 100 Einwohnern                                                                                                | 66. Rang |
| Gemeindliche Steuerkraft               | 376 € pro Einwohner aus Einnahmen Grundsteuern, Gewerbesteuer, Einkommensteuer, Umsatzsteuer etc.                                                              | 69. Rang |
| Einwohnerentwicklung                   | Anzahl der Einwohner stieg „nur“ um 1,1 % (Ø 1,8 %)                                                                                                            | 47. Rang |
| Pendlersaldo                           | Veränderung des Pendlersaldo um -1,4 je 100 Einwohner (Ø 0,0)                                                                                                  | 61. Rang |
| Gemeindliche Steuerkraft               | Steuerkraft (Grundsteuer, Gewerbesteuer und die Einkommen- und Umsatzsteueranteile (abzgl. Gewerbesteuerumlage) stieg „nur“ um 0,70 € je Einwohner (Ø 49,30 €) | 46. Rang |

Tabelle 5: Schwächen Dynamik- und Niveauranking Stadt Halle (Saale)

Dieses Städteranking ist jedoch methodisch in der Auswahl und Wichtung der Kriterien und der Schlussfolgerungen durchaus kritisch zu betrachten.



## **2.5 Aufbereitung und Auswertung weiterer Datenbestände zur Beurteilung der Struktur und Wirtschaftsentwicklung insbesondere im Vergleich zu Wettwerbern**

Neben dem Städteranking der Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH liegen noch weitere vergleichbare Rankings, wie der Zukunftsatlas 2013, vor. Dieser wird vom Handelsblatt und der Prognos AG alle drei Jahre erstellt. Bei diesem Ranking werden alle 402 Kreise und kreisfreien Städte anhand von 29 Indikatoren untersucht.

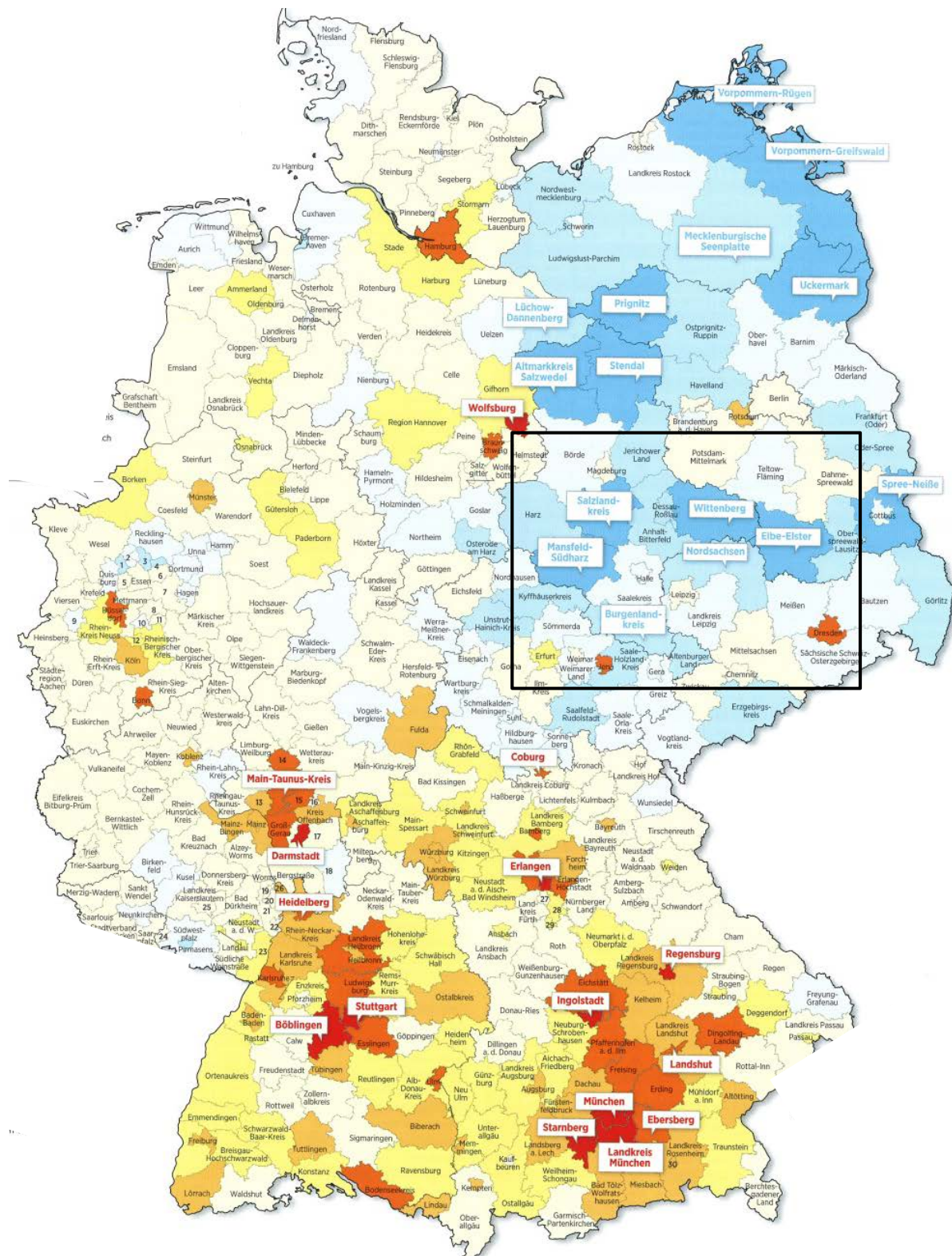
Es werden die Indikatoren in den Bereichen Demografie, Wohlstand, soziale Lage, Arbeitsmarkt, Wettbewerb und Innovation analysiert. Sie beschreiben zwei unterschiedliche Dimensionen. Zum einen den Teilindex Stärke, der die momentane Standortstärke einer Region beschreibt (Ist-Zustand) und zum anderen den Teilindex Dynamik, der eine Veränderung im Zeitverlauf beschreibt.

In der folgenden Tabelle sind die Indikatoren dargestellt.

| Indikator                                                                    | Rang der Stadt Halle |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Demografie</b>                                                            | <b>26. Rang</b>      |
| Fertilitätsrate                                                              |                      |
| Anteil junge Erwachsene                                                      |                      |
| Bevölkerungsentwicklung                                                      |                      |
| Wanderungssaldo junge Erwachsene                                             |                      |
| <b>Wohlstand und Soziale Lage</b>                                            | <b>386. Rang</b>     |
| Kaufkraft                                                                    |                      |
| Kriminalitätsrate                                                            |                      |
| Kommunale Schuldenlast                                                       |                      |
| Anteil der in Bedarfsgemeinschaften lebenden Personen und Veränderung dieser |                      |
| <b>Arbeitsmarkt</b>                                                          | <b>230. Rang</b>     |
| Arbeitsplatzdichte                                                           |                      |
| Arbeitslosenquote und Veränderung dieser                                     |                      |
| Anteil Tertiärbeschäftigte                                                   |                      |
| Anteil Hochqualifizierte und Veränderung dieser                              |                      |
| Schulabbrecherquote                                                          |                      |
| Unbesetzte Ausbildungsstellen                                                |                      |
| <b>Wettbewerb und Innovation</b>                                             | <b>383. Rang</b>     |
| BIP je Beschäftigten und Veränderung dieser                                  |                      |
| Gründungsintensität und Veränderung dieser                                   |                      |
| FuE Personal in der Wirtschaft und Veränderung dieser                        |                      |
| Investitionsquote der Industrie                                              |                      |
| Patentintensität                                                             |                      |
| Beschäftigte in deutschen Zukunftsfeldern                                    |                      |
| Anzahl der Top500 Unternehmen                                                |                      |
| Veränderung Gesamtbeschäftigung                                              |                      |
| Erreichbarkeit der BAB                                                       |                      |

Tabelle 6: Übersicht Indikatoren Zukunftsatlas 2013

Im Ergebnis des Rankings werden für die untersuchten Kreise und kreisfreien Städte mittels einer „Landkarte“ die Zukunftschancen prognostiziert.

Abbildung 15: Zukunftsatlas 2013<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Quelle: Prognos Zukunftsatlas 2013, Stand September 2013



Abbildung 16: Ausschnitt Zukunftsatlas 2013

|                                 |
|---------------------------------|
| Sehr hohe Risiken               |
| Hohe Risiken                    |
| Leichte Risiken                 |
| Ausgeglichene Chancen & Risiken |
| Leichte Chancen                 |
| Hohe Chancen                    |

In der Übersicht sind die Ergebnisse dieses Rankings dargestellt.

|                  | Einwohner<br>(2014) | Entfernung<br>nach Halle<br>(Saale) | Rang |      |      | Zukunftschance                       |
|------------------|---------------------|-------------------------------------|------|------|------|--------------------------------------|
|                  |                     |                                     | 2013 | 2010 | 2004 |                                      |
| <b>Halle</b>     | 233.552             |                                     | 331  | 361  | 389  | leichte Risiken                      |
| <b>Magdeburg</b> | 233.669             | 80 km                               | 301  | 281  | 352  | ausgeglichene Chancen<br>und Risiken |
| <b>Leipzig</b>   | 533.480             | 35 km                               | 218  | 264  | 334  | ausgeglichene Chancen<br>und Risiken |
| <b>Dresden</b>   | 537.125             | 145 km                              | 33   | 32   | 110  | sehr hohe Chancen                    |
| <b>Chemnitz</b>  | 242.790             | 135 km                              | 267  | 300  | 342  | ausgeglichene Chancen<br>und Risiken |
| <b>Erfurt</b>    | 205.112             | 120 km                              | 124  | 258  | 315  | leichte Chancen                      |
| <b>Jena</b>      | 105.708             | 115 km                              | 26   | 15   | 24   | sehr hohe Chancen                    |

Tabelle 7: Ergebnisse Zukunftsatlas 2004, 2010, 2013

Hier ist deutlich zu erkennen, dass Halle (Saale) als schlechteste Stadt im Vergleich mit den direkten Wettbewerbern abschneidet. Hierbei ist jedoch auch die Bewertung der umliegenden Landkreise im Vergleich einzubeziehen. Der Stadt Halle (Saale) wird für die Zukunft ein leichtes Risiko diagnostiziert. Diese schlechte Wertung kommt laut der Studie besonders aus den Kriterien in den Bereichen Wettbewerb und Wohlstand. Insgesamt ist die Aussagefähigkeit eingeschränkt und bezieht sich zu großen Teilen auf Vergangenheitsdaten. Die aktuelle positive Entwicklung der Wirtschaft in der Stadt Halle (Saale) und die positiven Effekte aus dem Star Park, dem Technologiepark Weinberg Campus sowie dem MMZ sind hier nicht berücksichtigt.

## **2.6 Auswertung der bisherigen Strukturen, Konzeptionen und deren Zielerreichung in der Stadt Halle (Saale)**

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale) war durch eine historisch gewachsene Dezentralisierung der Verantwortlichkeiten geprägt. Im Zuge der Analysen und Neustrukturierungen im Jahr 2006 wurde zwar im Bereich der Wirtschaftsförderung innerhalb der Verwaltung eine wirtschaftsfreundlichere Struktur und Betreuung eingeführt (z.B. Lotsenprinzip, strukturierte Bestandspflege), insgesamt wurden jedoch die Schnittstellenproblematiken nicht gelöst und einzelne Aufgabenbereiche nicht ausreichend entwickelt.

Aus den Jahren 2005/2006 liegen umfangreiche Studien und Empfehlungen zur Fortentwicklung der Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale) von der Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung gGmbH vor. Die Überleitung in einen konkreten Maßnahmenplan und die konsequente Umsetzung ist nur ansatzweise erkennbar. Einzelne Vorschläge im Bereich Bestandspflege oder im Bereich Gründernetzwerk wurden umgesetzt. Eine umfassende marktorientierte Neuausrichtung wurde jedoch nicht erreicht.

Eine klare Aufgabenkritik und Schnittstellendefinition zwischen allen Beteiligten am Prozess der Wirtschaftsförderung hat bis Mitte 2014 nicht stattgefunden. Es gab keine klare Kommunikations- und Entscheidungsebene aus der Gesamtperspektive der Stadt.

Insgesamt vermittelt schon der Auftritt gegenüber potentiellen Investoren durch die völlige Zersplitterung der Marketinginstrumente und Marktansprachen ein diffuses Bild.

Im Folgenden werden die Beteiligten des bisherigen Prozesses (Stand Mitte 2014) dargestellt:

| <b>Beteiligte</b>                                                              | <b>Aufgaben</b>                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Stadt Halle (Saale)</b>                                                     |                                                                                                                                                                        |
| GB OB Dienstleistungszentrum<br>Wirtschaft und Wissenschaft                    | Ansiedlungsakquise/Bestandspflege/<br>Existenzgründungsberatung/Fördermittelberatung/<br>Standortmarketing                                                             |
| GB III Fachbereich<br>Immobilienmanagement                                     | Vermarktung von städtischen Liegenschaften,<br>Entwicklung von städtischen Grundstücken                                                                                |
| GB II Fachbereich Planen                                                       | städtebauliche Entwicklung von Flächen und<br>Entwicklung von Gewerbegebieten                                                                                          |
| GB II Fachbereich Bauen                                                        | Genehmigungsbehörde bei Investitionen<br>(Baugenehmigung, Bebauungspläne)                                                                                              |
| GB II/Planungsverband Star Park                                                | Planungsstruktur zum Bplan im Star Park                                                                                                                                |
| <b>Entwicklungs- und<br/>Verwaltungsgesellschaft Halle -<br/>Saalkreis mbH</b> | Erschließung des Star Parks und Verkauf der<br>Grundstücke auf Anfrage des DLZ                                                                                         |
| <b>Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH</b>                                       | Stadtmarketing einschließlich Standortmarketing                                                                                                                        |
| <b>Mitteldeutsches Multimediazentrum<br/>Halle (Saale) GmbH</b>                | Akquisition, Bereitstellung von Infrastruktur,<br>Betreuung und Beratung der Medien- und<br>Kreativwirtschaft                                                          |
| <b>TGZ Halle Technologie- und<br/>Gründerzentrum GmbH</b>                      | Akquisition, Bereitstellung von Infrastruktur,<br>Betreuung und Beratung von start ups und<br>technologieorientierten Wachstumsunternehmen                             |
| <b>Bio Zentrum Halle GmbH</b>                                                  | Akquisition, Bereitstellung von Infrastruktur,<br>Betreuung und Beratung von start ups und<br>Wachstumsunternehmen aus dem Bereich<br>Biotechnologie und Life Sciences |
| <b>Hafen Halle GmbH</b>                                                        | Ansiedlungsakquise/Standortentwicklung und -<br>marketing bezüglich des Hafenareals und<br>umliegender Gewerbegebiete                                                  |
| <b>GWG GmbH/HWG GmbH</b>                                                       | Entwicklung und Vermarktung von eigenen<br>Gewerbeflächen (z.B. Industriegebiet Halle<br>Neustadt)                                                                     |
| <b>Stadtwerke Halle GmbH</b>                                                   | Planung und Umsetzung von Erschließungen bei<br>Ansiedlungen bzw. Bestandsentwicklungen<br>Entwicklung und Vermarktung von eigenen<br>Gewerbeflächen                   |

Tabelle 8: Übersicht städtische Beteiligte am Wirtschaftsförderungsprozess

Im Folgenden sollen im Sinne einer Schwachstellenanalyse die wesentlichen Entwicklungsfelder identifiziert werden. Hierzu hat eine umfassende Analyse der Teilbereiche und Abstimmung mit den Beteiligten stattgefunden. Ebenso wurde die Struktur und Entwicklung von vergleichbaren Kommunen insbesondere im Bereich Mitteldeutschland (Leipzig, Chemnitz, Dresden, Magdeburg, Jena, Zwickau) analysiert.

Aus diesen Erkenntnissen wurden die Aufgabenfelder zur Neustrukturierung der Wirtschaftsförderung abgeleitet:

- 1. Entwicklung Ansiedlungsstrategie, Branchenfokus**
- 2. Aufbau einer marktorientierten Gewerbegebietsentwicklung**
- 3. Weiterentwicklung der Bestandpflege und Konzentration auf die vom Markt abgefragten Kernaufgaben der Wirtschaftsförderung und Lotsenfunktion**
- 4. Schaffung klarer Strukturen und Abgrenzungen in der Wirtschaftsförderung**
- 5. Aufbau einheitliches und innovatives Standortmarketing**
- 6. Verbesserung der personellen und fachlichen Ressourcen der Wirtschaftsförderung**
- 7. Einbringung in überregionale und internationale Netzwerke und Strukturen sowie Kooperationskultur**

#### 1. Entwicklung Ansiedlungsstrategie, Branchenfokus

Im Zuge der Analyse wurde festgestellt, dass eine Bündelung der Aktivitäten und eine Ausrichtung auf Branchen bzw. Cluster mit besonderen Entwicklungspotentialen nicht zielgerichtet durchgeführt wurden. Dies betrifft zwar alle Bereiche, soll jedoch am Beispiel des Star Park exemplarisch erläutert werden.

Der ursprüngliche Entwicklungsgedanke des Star Park wurde durch die geplante Bereitstellung einer großen Ansiedlungsfläche für eine Industrieansiedlung (BMW) geprägt. Dieser Grundgedanke der Ausrichtung auf eine Großinvestition wurde auch nach der Ansiedlung von BMW in Leipzig weiterverfolgt und wurde im Grundsatz bis Mitte 2014 beibehalten.

Die Stadt Halle (Saale) hat hier auf Unterstützung des Landes insbesondere durch die landeseigene Investitionsgesellschaft (IMG) gesetzt. Im Zuge der vertraglichen Vereinbarungen im Zusammenhang mit dem Flughafen Leipzig/Halle und den dortigen



Investitionsverpflichtungen hat die Stadt Halle (Saale) 13,8 Mio. € Erlöse aus potentiellen Flächenverkäufen des Star Park an das Land Sachsen Anhalt abgetreten. Das Land hat sich verpflichtet über die IMG alle möglichen Vermarktungsunterstützungen zu gewähren. Diese Unterstützung ist derzeit nicht dokumentierbar. Der Vermarktungserfolg im Star Park mit ca. 10% der verfügbaren Fläche ist mäßig.

Die Stadt Halle (Saale) ist in ihrer Einengung der Vermarktungsstrategie bis Mitte 2014 sogar soweit gegangen, das Anfragen von Investoren aus dem Logistikbereich abgelehnt wurden. Erst eine Öffnung der Strategie zu einem angestrebten Branchenmix hat die Ansiedlung von Goodman/ebay Ende 2014 ermöglicht.

Es bestand keine abgestimmte und marktorientierte Ansiedlungsstrategie für den Star Park. Bisherige politische Zielsetzungen wurden ohne Marktbezug und Entwicklungsstrategie getroffen. Eine Branchenorientierung anhand strukturierter Marktbewertung lag nicht vor.

Ansiedlungsstrategien für weitere Gewerbegebiete und kleinteilige Nutzernachfragen bestanden mangels konzeptioneller Vorarbeiten (siehe 2.) der Stadt Halle (Saale) nicht.

## 2. Aufbau einer marktorientierten Gewerbegebietsentwicklung

Mit dem Star Park hat die Stadt Halle (Saale) ein Industriegebiet in zentraler Lage für Großansiedlungen geschaffen. Darüber hinaus werden verschiedene Gewerbegebiete im Stadtgebiet angeboten. Diese befinden sich nur in minimalem Umfang im Eigentum der Stadt. Eine tatsächliche Gewerbegebietskonzeption mit Branchenausrichtung und Entwicklungszielen liegt nicht vor. Die Planungsgesellschaft Obermeyer/Albis Project management hat dies zutreffend im Jahr 2009 analysiert. Es wurde ebenso festgestellt, dass die Wirtschaftsentwicklung und die Erschließung von Gewerbestandorten bisher kein Schwerpunkt der Stadtplanung und Stadtentwicklung war. Die geplanten Projekte zur Entwicklung von innerstädtischen Gewerbestandorten unter Einsatz von Fördermitteln wurden nicht umgesetzt.

Insgesamt muss festgestellt werden, dass neben dem Star Park keine strukturierte Gewerbegebietsentwicklung durch die Stadt Halle (Saale) erfolgt ist. Diese grundsätzliche Aufgabe der frühen 90er Jahre muss nunmehr zeitnah und marktorientiert durchgeführt werden.



Bisher flossen Fragen der Wirtschaftsentwicklung nicht bzw. unzureichend in den Prozess der Stadtplanung ein. Der Bereich Wirtschaft und Gewerbegebietsentwicklung hatte im Prozess der Entwicklung des integrierten Stadtentwicklungskonzeptes eine zu geringe Bedeutung. Die Festlegung von Förderschwerpunkten und die Entscheidung zum Einsatz von Fördermitteln im Bereich Stadtumbau wurde weitgehend autark im GB II getroffen. Eine Priorisierung bezüglich der Wirtschaftsentwicklung erfolgt nicht im ausreichenden Maße.

### 3. Weiterentwicklung der Bestandspflege, Konzentration auf die vom Markt abgefragten Kernaufgaben und Lotsenfunktion

In der bisherigen Struktur des Dienstleistungszentrums werden im Wesentlichen Aufgaben der Bestandspflege und der Firmenbetreuung durchgeführt. Die Investorenbetreuung wurde eingeschränkt, wie beschrieben, in Zusammenarbeit mit der EVG durchgeführt.

Im bisherigen Aufgabenspektrum werden diverse Themen dargestellt, die in der Realität jedoch nur teilweise oder inhaltlich nicht adäquat angeboten werden konnten. Hier sollte die Lotsenfunktion im Sinne der Koordinierung und Vermittlung im Vordergrund stehen.

Beispielhaft soll die Existenzgründerberatung angesprochen werden. Hierzu kann auf das Gründernetzwerk Halle – Saalkreis mit regionalen Partnern zurückgegriffen werden. Des Weiteren bieten IHK und Handwerkskammer diverse Unterstützungsleistungen an. Die Existenzgründerberatung durch das DLZ sollte sich auf eine Vermittlung und Information zu den Angeboten beschränken.

Insgesamt wird die Betreuungsqualität der Bestandspflege als gut eingeschätzt. Es sollte jedoch eine stärkere Ausrichtung auf key account Kunden und aktuelle Entwicklungen sowie Unternehmenserfordernisse erfolgen.

Die Datenbasis zur Betreuung der Unternehmen nach Branchen und Themenfeldern muss deutlich verbessert werden.

#### 4. Schaffung klarer Strukturen und Abgrenzungen in der Wirtschaftsförderung

Wie bereits dargestellt war die Wirtschaftsförderung in verschiedene Verantwortlichkeiten zergliedert. Die Empfehlungen des isw Gutachtens zur Übertragung von Verantwortlichkeiten im Bereich Ansiedlungen auf die EVG und Schaffung eines Ansprechpartners für Investoren wurde nicht umfassend umgesetzt. Es bestand durch die aufgeteilten Verantwortlichkeiten permanenter Abstimmungsbedarf zwischen DLZ und EVG. Der potentielle Investor musste sich mit beiden Struktureinheiten auseinandersetzen.

Die bisherigen Strukturen der Investorenakquisition waren außerdem für eine marktorientierte Investorenbetreuung zu schwerfällig und im Vergleich zu unseren direkten Wettbewerbern überholt (Investregion Leipzig, CWE Chemnitz u.a.). Hierauf hat die EVG bereits in 2014 reagiert und eine Neuausrichtung entwickelt, in ihrem Aufsichtsrat beschlossen und zu großen Teilen bereits umgesetzt.

Die Schnittstelle zwischen DLZ und TGZ/Bio-Zentrum sowie MMZ war ebenso nicht optimal und führte zu Überschneidungen und Unklarheiten. Die inhaltliche Zusammenarbeit zwischen den handelnden Personen ist jedoch als gut einzuschätzen.

Die Abgrenzung im Bereich Standortmarketing zur Stadtmarketing Halle GmbH war nicht eindeutig und führte zu Überschneidungen. Hierzu wurden Aufgabenklärungen bei der SMG eingeleitet.

Der Empfehlungen zum Aufbau eines einheitlichen Flächenmanagements und einer offensiven Entwicklung von Gewerbegebieten außerhalb des Star Parks von Obermeyer/Albis Project management aus dem Jahr 2009 wurde nicht gefolgt. In diesem Bereich war keinerlei Struktur und definierte Verantwortlichkeit in der Mischung aus GB II, FB 24 und DLZ Wirtschaft erkennbar. Dies hat zur Folge, dass hier erheblicher Nachholbedarf besteht.

Beispielhaft soll der notwendige Klärungsbedarf der Strukturen und Abgrenzungen anhand des damaligen Außenauftrittes untersetzt werden:

Der Bereich Wirtschaft war auf der Internetseite der Stadt Halle (Saale) dargestellt. Hier waren Broschüren zu diversen Branchen abrufbar, welche sämtlich inhaltlich überholt waren. Das beschriebene Aufgabenspektrum der Wirtschaftsförderung stellte eine umfassende und unstrukturierte Aufzählung von Themenbereichen dar.

Das DLZ hatte darüber hinaus eine eigene Homepage. Hier waren ebenfalls diverse (teils abweichende) Aufgabenbereiche beschrieben und Broschüren abrufbar. Diese waren auch alle inhaltlich und vom Format überholt. Es wurden zudem zusätzlich Spezialseiten zu einzelnen Branchen vorgehalten (z.B. Homepage Kreativwirtschaft), welche teils widersprüchlichen Inhalt hatten.

Die Entwicklungsgesellschaft EVG hat eine eigene Homepage zum Star Park angeboten. Diese war eingeschränkt auf die Vermarktung des Star Park und kann auch nicht als aktuell und aussagefähig beschrieben werden.

Die MMZ GmbH und das TGZ/Bio-Zentrum bieten klar strukturierte Internetauftritte. Hier sind jedoch auch Überschneidungen im Aufgabenspektrum und Schnittstellenproblematiken ersichtlich. Diese werden durch die Überarbeitung des Internetauftritts und der weiteren Kommunikationsmittel des TGZ/Bio-Zentrum im Jahr 2016 behoben.

Dieser Ersteindruck der Außendarstellung setzte sich bei der bisherigen Projektbetreuung fort. Inzwischen wurde hier eine klare Struktur umgesetzt und ein aktueller und hochwertiger Außenauftritt strukturiert und angeboten.

##### 5. Aufbau einheitliches und innovatives Standortmarketing

Das bisherige Standortmarketing der Stadt Halle (Saale) wurde sehr uneinheitlich von verschiedenen Akteuren betrieben. Die Stadtmarketinggesellschaft (SMG) hat bisher das Standortmarketing in ihrem Aufgabeprofil definiert. Tatsächlich haben sich die Aktivitäten jedoch auf den touristischen Sektor beschränkt. Das DLZ hat diverse Marketingaktivitäten im wirtschaftlichen Bereich betrieben. Hierzu wurde eine Vielzahl von allgemein gehaltenen Branchenbroschüren genutzt. Die Marketingaktivitäten zum Star Park einschließlich Werbefilm waren im Vergleich zu den Wettbewerbern nicht wettbewerbsfähig.

Die Marketinginstrumente von TGZ und MMZ befinden sich derzeit ebenso in notwendiger Überarbeitung.

Insgesamt war kein einheitliches Standortmarketing im wirtschaftlichen Bereich erkennbar. Bezüglich des Niveaus der Unterlagen und Medien bestand erheblicher Verbesserungsbedarf.

Wirkliche Alleinstellungsmerkmale und Schwerpunktsetzungen waren nicht erkennbar. Die vorhandenen hohen Potentiale wurden nicht klar genug herausgearbeitet. Dies führte insbesondere im direkten Vergleich mit Wettbewerbern auf Messen (z.B. expo real) zu einer problematischen Kundenwahrnehmung. Insgesamt ist die bisherige Investorenansprache auf Messen und insbesondere die praktizierte „Kaltakquise“ nicht wettbewerbsfähig und entsprach dem Stand der 90er Jahre.

Hierzu wurde durch die Stadt Halle (Saale) in einem ersten Schritt reagiert und mit einem neuen Imagefilm sowie der überarbeiteten Gesamtbroschüre direkt gegengesteuert. Eine weitere Marktorientierung und Fokussierung auf Zielgruppen erfolgt derzeit. Die Vielzahl von Altbroschüren, alten Filmen und Darstellungen auf Internetseiten wurde inzwischen entfernt und ersetzt.

Kreative Vermarktungskonzepte auch mit internationaler Ausrichtung im Standortmarketing werden derzeit entwickelt und umgesetzt.

#### 6. Verbesserung der personellen und fachlichen Ressourcen der Wirtschaftsförderung

In den Wirtschaftsförderungsstrukturen der Stadt Halle (Saale) sind engagierte und qualifizierte Mitarbeiter tätig. In den Bereichen Standortmarketing und Investorenakquisition sowie –betreuung bestanden jedoch personelle Defizite und Engpässe. Diese konnten intern nicht gelöst werden.

Insgesamt wurden die bisherigen Ressourcen an finanziellen Mitteln für Standortmarketing und Investorenakquisition, auch im direkten Vergleich zu den Wettbewerbern, als zu gering eingeschätzt. Es gilt die in verschiedenen Struktureinheiten verteilten Mittelansätze zu einem strukturierten Mitteleinsatz zu verbinden.

Die Wirtschaftsplanung 2015 für die EVG hat auf die bestehende Problematik bereits reagiert und hat sowohl zusätzliche personelle Ressourcen als auch Finanzmittel für Standortmarketing eingeplant. Ein Abgleich der verteilten Ressourcen und eine Koordinierung zwischen den Struktureinheiten wird nunmehr fortlaufend durchgeführt.

## 7. Regionale Zusammenarbeit

Für die Entwicklung ist die direkte Zusammenarbeit mit den Akteuren insbesondere Saalekreis und den Kommunen sowie Unternehmen in der Region, wichtig und wird verfolgt.

### 7.8. Einbringung in überregionale und internationale Netzwerke und Strukturen sowie Kooperationskultur

Für die Entwicklung der Wirtschaft und eine erfolgreiche Ansiedlungspolitik ist eine breite Vernetzung bei allen überregionalen und internationalen Akteuren der Wirtschaftsförderung durch die Stadt Halle (Saale) erforderlich. Dies war bisher leider nur unzureichend gegeben bzw. hat nicht zu den erhofften Erfolgen geführt.

Im Folgenden soll bezüglich der wichtigsten Akteure im Bereich Wirtschaftsförderung eine Einschätzung getroffen werden.

#### Metropolregion Mitteldeutschland

Es handelt sich hierbei um die in 2014 neugeschaffene gemeinsame Struktur von Wirtschaft und öffentlicher Hand zur Standortvermarktung und Entwicklung der Region. Die Metropolregion umfasst neben dem Kernbereich Leipzig/Halle verschiedene Städte und Landkreise in Sachsen, Sachsen Anhalt und Thüringen.

Neben der Mitgliedschaft der öffentlichen Hand sind alle namhaften und strukturbestimmenden Unternehmen der Region in der Metropolregion vertreten. Die Metropolregion Mitteldeutschland löst alle bisherigen verschiedenen Strukturen und Zusammenschlüsse ab.

Die Metropolregion soll der zentrale Akteur der Vermarktung und des Standortmarketings werden. Dies wurde bereits durch die Vermarktung der Region auf der expo real 2014 begonnen.

Nach unserer Einschätzung wurde die Stadt Halle (Saale) bisher in der Metropolregion und deren Vorgängerstrukturen suboptimal aufgestellt. Die Stadt Halle (Saale) wurde meist nur auf Amtsleiter- und Bearbeitererebene vertreten und konnte durch ihre Sacharbeit nur ein geringes Gewicht einbringen.

Diese Analyse hat bereits in 2014 zu einem stärkeren Engagement der Stadt Halle (Saale), vertreten durch den Oberbürgermeister, in den Gremien geführt. Die Geschäftsführung der Metropolregion wurde in die Beratungsgremien der Stadt Halle (Saale), hier Arbeitskreis Wirtschaft, einbezogen. Die fachliche Mitwirkung z.B. bei der Vorbereitung der expo real 2014 wurde massiv verstärkt. Dies führte zu einer stärkeren Wahrnehmung der Stadt im direkten Vergleich zu den Wettbewerbern, insbesondere zu Leipzig, Chemnitz und Jena.

Ab Mitte 2015 ist der Oberbürgermeister im Vorstand der Metropolregion vertreten und leitet gemeinsam mit Herrn Klaus Papenburg die zentrale Arbeitsgruppe Wirtschaft und Standortentwicklung.

#### Investitions- und Marketinggesellschaft GmbH (IMG)

Die IMG hat als Ansiedlungs- und Marketinggesellschaft des Landes Sachsen-Anhalt die Aufgabe des überregionalen und internationalen Standortmarketings und der Betreuung und Bündelung von Investorenanfragen. Die IMG ist in fast allen Fällen von größeren Investitionsanfragen die erste Anlaufstelle für potentielle Investoren.

Bei den in Halle (Saale) umgesetzten Neuansiedlungen kann die Zusammenarbeit mit der IMG als sachorientiert eingeschätzt werden. Es muss jedoch festgestellt werden, dass bezüglich der gemeinsam angestrebten Vermarktung des Star Park, die mit der Landesregierung abgestimmte Zusammenarbeit mit der IMG nicht zu den erhofften Erfolgen geführt hat.

Es entsteht der Eindruck, dass die gezielte und vorrangige Vermarktung des Star Park gemäß der vertraglichen Zusicherungen des Landes nicht die Tätigkeit der IMG der letzten Jahre geprägt hat. Dies verwundert umso mehr, da das Land finanziell an den Verkaufserlösen beteiligt ist.

Hier besteht dringender Bedarf, die Zusammenarbeit und Aktivierung der Vermarktungsaktivitäten mit der IMG durch klare Ansprachen an die Landesregierung und die Gremien des Landes einzufordern.

Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (GTal)

Die GTal als Ansiedlungs- und Marketinggesellschaft des Bundes hat die Aufgabe der weltweiten Investorenansprache und des internationalen Standortmarketings für Deutschland. Über diese Gesellschaft kanalisieren sich alle wesentlichen internationalen Großinvestitionen und Kontaktabbauungen.

Die Stadt Halle (Saale) bietet mit dem Star Park und dem mit 250 ha für Industrieansiedlungen erschlossenen Areal eine der wenigen für Großansiedlungen vorbereiteten und sofort bebaubaren Flächen in dieser Größe an.

Bisher bestehen nur geringe Arbeitskontakte der Stadt Halle (Saale) zur GTal. Es empfiehlt sich, den Star Park und das TGZ/Bio-Zentrum in den Fokus der Gesellschaft zu bringen, um hier einen Bezug zu potentiellen internationalen Anfragen zu bekommen bzw. zum offensiven Anbieten des Investitionsstandortes beizutragen.

Weitere Akteure und Partner

Die Zusammenarbeit der Stadt Halle (Saale) mit weiteren Partnern der Wirtschaft, wie der Industrie- und Handelskammer Halle – Dessau und der Handwerkskammer Halle, wird als gut eingeschätzt. Die projektspezifische Zusammenarbeit z.B. bei der Bestandspflege und Betreuung von Unternehmen, kann noch ausgebaut und verfeinert werden. Angebote können synchronisiert und Doppelangebote abgebaut werden.

Mit der Investitionsbank Sachsen-Anhalt als Förderbank und Fördermittelgeber für die GRW Förderung besteht eine gute Arbeitsbeziehung. Dies betrifft auch die Beratungsangebote für die Bestandsfirmen und die Neuansiedlungen.

Insgesamt trifft die Einschätzung des isw Gutachtens aus dem Jahr 2005 zu einer notwendigen Verbesserung der Vernetzung der Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale) nach wie vor zu. Hierzu zählen insbesondere Netzwerke der Privatwirtschaft und Verbände. Die Außenwirkung der Wettbewerber ist hier entschieden breiter und kommunikativer ausgelegt.

Der Oberbürgermeister hat als Reaktion auf die dargestellte Analyse in 2014 zwei neue Abstimmungs- und Beratungsgremien erfolgreich etabliert:

- Arbeitskreis Wirtschaft

In diesem Gremium sind alle innerhalb des Konzerns Stadt an der Wirtschaftsförderung beteiligten Akteure mit ihren Geschäftsführern vertreten. Zusätzlich sind die Saalesparkasse, die Metropolregion Mitteldeutschland und die Industrie- und Handelskammer beteiligt. In diesem Gremium sollen neben der laufenden Abstimmung zu Fragen der Wirtschaftsförderung konkrete Projekte vorbereitet und koordiniert werden. Die Koordinierung des Arbeitskreises hat Herr Dr. Ulf-Marten Schmieder (GF TGZ) übernommen.

- Wirtschaftsbeirat des Oberbürgermeisters

Dieses Gremium ist die zentrale Beratungs- und Kommunikationsplattform für strategische Fragen im Bereich der Wirtschaftsförderung. Hier sind wesentliche Partner und strukturprägende Unternehmen zu Fragen der Wirtschaft beteiligt. Dies sind neben der Universität, den Verbänden und Instituten auch ausgewählte Unternehmen. Die Koordinierung des Wirtschaftsbeirates hat Herr Dr. Michael Schädlich (GF isw) übernommen.



- Arbeit in Netzwerke

Die Vernetzung, Abstimmung und Aufgabenkoordinierung mit bestehenden Strukturen stellt eine wichtige Aufgabe der kommunalen Wirtschaftsförderung dar. Im Folgenden werden die Netzwerke in welchen die Stadt eine aktive Rolle einnimmt dargestellt. Projektnetzwerke und temporäre Kooperationen werden hierbei nicht dargestellt.

|                         | Name                                                  | Inhalt                                                                                                                                                                                            | Mitglieder                                                                                                                                                                                                                                                 | Rolle der Stadt                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Querschnittsaufgaben    | Metropolregion Mitteldeutschland                      | Abstimmung Zusammenarbeit mit Stadt Halle                                                                                                                                                         | Metropolregion Mitteldeutschland                                                                                                                                                                                                                           | Mitgliedschaft der Stadt, aktive laufende Mitarbeit, Projektarbeit (z. B. IQ-Preis)                                                                                                                                                                                                                                  |
|                         | Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH) | betreibt in drei Forschungsabteilungen Makroökonomik, Finanzmärkte sowie Strukturwandel und Produktivität wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Politikberatung auf wissenschaftlicher Basis | u. a. Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft des Landes Sachsen-Anhalt, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der MLU, Investitionsbank des Landes Sachsen-Anhalt, IHK Halle-Dessau | Mitgliedschaft der Stadt Vorbereitung einer Kooperationsvereinbarung                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Wirtschaft/Wissenschaft | Regionales Gründernetzwerk Halle-Saalekreis           | Beförderung des Existenzgründergeschehens in der Region, gemeinsame Teilnahme an der Messe „Chance“, Durchführung von Gründerveranstaltungen                                                      | Agentur für Arbeit, Jobcenter Halle und Saalekreis, IHK, HWK, Univations, Landkreis Saalekreis                                                                                                                                                             | Sprecherrolle, Leitung des Netzwerkes                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                         | weinberg campus e.V.                                  | Lobbyarbeit und gemeinsame Weiterentwicklung des Technologiepark weinberg campus                                                                                                                  | Unternehmen und Institutionen aus dem Technologiepark, ausgewählte andere Unternehmen und Institutionen, interessierte Privatpersonen                                                                                                                      | Begleitung der Arbeit des Vereins durch DLZWW, TGZ und Bio-Zentrum, u. a. durch gemeinsame Veranstaltungen, Teilnahme an der Arbeitsgruppe „Marketing“, aktive Einflussnahme auf das Projekt „Vision 2025“, gemeinsame Marketing-maßnahmen (Messeauftritte) sowie die permanente Kooperation mit dem Vereinsvorstand |
|                         | Dual Career Netzwerk                                  | Unterstützung von aus dem Ausland kommenden Wissenschaftlern, Zugang zum Arbeitsmarkt für Ehepartner erleichtern, Erfahrungsaustausch                                                             | Hochschulen und Forschungseinrichtungen Mitteldeutschlands, ausgewählte Unternehmen und Kommunen                                                                                                                                                           | Mitgliedschaft der Stadt, aktive Mitarbeit durch DLZWW                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Logistik                | Netzwerk Logistik Leipzig- Halle e.V."                | Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur; Gemeinsame Netzwerkabende, Arbeitsgruppen, Messeauftritte                                                                                        | Logistik-Netzwerk bestehend aus Verbände, Kommunen , Dienstleistern und Logistikunternehmen aus der Region Halle/Leipzig                                                                                                                                   | Mitgliedschaft der Stadt, aktive Mitarbeit in den Arbeitsgruppen                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Handel                  | IG Alter Markt e.V.                                   | Attraktivitätssteigerung City, Beseitigung Leerstand                                                                                                                                              | Gewerbetreibende im Bereich Alter Markt, Förderer der IG                                                                                                                                                                                                   | Stadt als Fördermitglied, Informations- und Beratungs-funktion durch DLZWW                                                                                                                                                                                                                                           |
|                         | City-Gemeinschaft                                     | Attraktivitätssteigerung City                                                                                                                                                                     | Gewerbetreibende der City, Kammern, Verbände, SMG,                                                                                                                                                                                                         | Mitgliedschaft, Informations- und Beratungsfunktion durch DLZWW                                                                                                                                                                                                                                                      |

Abbildung 17: Übersicht Netzwerkmitgliedschaften

|                              |                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kreativwirtschaft (inkl. IT) | Sachsen-Anhalt-Medien e.V.                                                       | Vereinsarbeit gestalten (Förderung von Leuchtturmprojekten im Sinne von Weiterbildung, Öffentlichkeit für den Medienstandort)                                                                                                                                                                                                                                                        | ARRI FILM & TV Services GmbH, Mitteldeutscher Rundfunk, Mitteldeutsche Medienförderung, MMZ Halle GmbH, Medienanstalt Sachsen-Anhalt, Mitteldeutsche Zeitung, Staatskanzlei Sachsen-Anhalt                                                           | Mitgliedschaft, Teilnahme Vorstandssitzungen, Finanzielle Projektunterstützung, Konzeptionelle Mitarbeit, Kontinuierlicher AP für Fragen                                                                                                                       |
|                              | International Academy of Media and Arts                                          | Vereinsarbeit gestalten (Förderung der Weiterbildung in den Medien, z.B. Filmmusiktag Sachsen-Anhalt, Cartoon Springboard)                                                                                                                                                                                                                                                           | ARRI FILM & TV Services GmbH, Bavaria Film GmbH, Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design Halle, MMZ Halle GmbH, MotionWorks GmbH, Medienanstalt Sachsen-Anhalt, NFP media rights GmbH & Co. KG, RME Rights Management Entertainment GmbH | Mitgliedschaft Stadt Halle, Teilnahme Vorstandssitzungen, Finanzielle Projektunterstützung, Kontinuierlicher AP für Fragen                                                                                                                                     |
|                              | science2media-Netzwerkentwicklung                                                | 2015: „science2media-Akademie“ zur Förderung der medialen Zusammenarbeit von Medienschaffenden und Wissenschaftlern                                                                                                                                                                                                                                                                  | Sachsen-Anhalt-Medien e.V.                                                                                                                                                                                                                           | Finanzielle Projektunterstützung, Konzeptionelle Mitarbeit, Kontinuierlicher Ansprechpartner für Fragen                                                                                                                                                        |
|                              | Cluster Informations-technologie (IT) Mitteldeutschland e. V.                    | Branchennetzwerk der IT-Wirtschaft in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit der Zielsetzung, die Aktivitäten der Branche zu koordinieren und sichtbar zu machen sowie gemeinsam für den IT-Standort Mitteldeutschland zu werben                                                                                                                                                  | knapp 40 Mitglieder<br>z. B.: GISA GmbH, PROLOGA GmbH, msu solutions GmbH                                                                                                                                                                            | Zusammenarbeit, Unterstützung durch DLZWW                                                                                                                                                                                                                      |
| Life Science                 | Bio Economy Cluster                                                              | Partner aus Industrie und Forschung arbeiten an Grundlagen der stofflichen und energetischen Nutzung von Non-Food-Biomasse, als eng vernetzte Kompetenzregion für die Bioökonomie werden relevante Branchen, wie Holz- und Forstwirtschaft, chemische Industrie, Kunststoffindustrie und Anlagenbau verknüpft                                                                        | über 60 Mitglieder<br>z. B. Abfallwirtschaft Halle-Lochau, Ö-Konzept, Fraunhofer IWM, TU Dresden                                                                                                                                                     | Unterstützung, Mitarbeit bei Projekten, Öffentlichkeitsarbeit                                                                                                                                                                                                  |
|                              | Cluster Biotechnologie & Life Sciences Mitteldeutschland                         | Partner aus Industrie und Wissenschaft arbeiten an der Weiterentwicklung des Standortes Mitteldeutschland als überregional wahrnehmbares Cluster, Kern ist die Region Halle, Leipzig, Jena                                                                                                                                                                                           | Cluster ist im Wiederaufbau befindlich                                                                                                                                                                                                               | Mitarbeiter über TGZ/ Bio-Zentrum GmbH                                                                                                                                                                                                                         |
| Materialwissenschaft         | Heinz-Bethge-Stiftung                                                            | Zweck der Stiftung ist die Organisation/ Koordinierung von Aus-/Weiterbildung auf den Gebieten der Elektronenmikroskopie, Materialwissenschaft und Mikrostrukturdiagnostik, Organisation wissenschaftlicher Veranstaltungen                                                                                                                                                          | Stifter: z. B. Deutsche Bank, Carl Zeiss NTS GmbH<br>Unterstützer: z. B. MLU, Leopoldina, IHK                                                                                                                                                        | Mitarbeit im Kuratorium, Unterstützung auf Basis einer Kooperationsvereinbarung                                                                                                                                                                                |
| Mitgliedschaft TGZ           | Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e.V. (ADT) | Der Verband verfolgt das Ziel, Technologietransfer und Innovation sowie Unternehmensgründungen und Unternehmensentwicklungen zu unterstützen sowie die Bedeutung und die Leistungsfähigkeit der Technologie- und Gründerzentren und ihre Kompetenz zur Unterstützung innovativer Unternehmensgründungen weiterzuentwickeln und in der Öffentlichkeit angemessen darzustellen.        | 152 Innovations-, Technologie- und Gründerzentren sowie Wissenschafts- und Technologieparks; ca. 5.800 Unternehmen in den ADT-Mitgliedzentren                                                                                                        | Mitarbeit in den Arbeitsgruppen BioParks/ BioRegionen, Green Economy, Kreativwirtschaft; Ziele: Standortmarketing, Erfahrungsaustausch und nationale Lobbyarbeit zur Standortentwicklung, Zugang zu Netzwerken und konkrete Mehrwerte für Mieter des TGZ/ BIOZ |
|                              | Regionale Innovationsstrategie, Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft      | Die Regionale Innovationsstrategie des Landes Sachsen-Anhalt ist die Leitstrategie für die innovative Wirtschaft und transferorientierte Wissenschaft. Ziel ist es, Wirtschaft und Wissenschaft stärker zu vernetzen. Im Rahmen der Arbeitsgruppen sollen Leitprojekte entwickelt werden sowie inhaltliche Leitlinien für Projektförderungen, insbesondere für F&E, WTT und Cluster. | 5 Leitmärkte und 3 Querschnittsbereiche                                                                                                                                                                                                              | Mitarbeit in den Leitmarktarbeitsgruppen Gesundheit und Medizin sowie Chemie und Bioökonomie                                                                                                                                                                   |

Abbildung 18: Übersicht Netzwerkmitgliedschaften

## **2.7 Darstellung der „Regionalen Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt 2014-2020“ des Ministeriums für Wissenschaft und Wirtschaft und regionale Förderung**

Die Landesregierung Sachsen-Anhalts hat im Februar 2014 die Regionale Innovationsstrategie 2014 - 2020 (RIS) für Sachsen-Anhalt vorgestellt. Mit Hilfe dieser Strategie soll der Innovationsstandort Sachsen-Anhalt weiterentwickelt werden. Der Einsatz der bestehenden Förderinstrumente stellt nach wie vor ein wichtiges Ansiedlungsinstrument und Erweiterungsargument auch in der Stadt Halle (Saale) dar.

Die Kernziele und künftigen Förderschwerpunkte sind:

1. Schärfung des Standortprofils Sachsen-Anhalts durch die Ausrichtung der Innovationspolitik auf prioritäre Zukunftsmärkte/Leitmärkte, durch hochwertige Ansiedlungen und Nutzung der Cluster- und Innovationsnetzwerke.

Diese so genannten Zukunftsmärkte/Leitmärkte umfassen:

- Energie, Maschinen- und Anlagenbau, Ressourceneffizienz,
  - Gesundheit und Medizin,
  - Mobilität und Logistik,
  - Chemie und Bioökonomie und
  - Ernährung und Landwirtschaft.
2. Integration leitmarktübergreifender Innovationen aus den Querschnittsbereichen Kreativwirtschaft sowie Informations- und Kommunikationstechnologien.
  3. Innovationspotentiale in der Unternehmenslandschaft wecken, entwickeln und fördern.
  4. Gezielter Ausbau des Wissenschaftsstandortes und Professionalisierung des Wissens- und Technologietransfers zwischen Forschungseinrichtungen und Unternehmen.
  5. Ausbau und Nutzung unternehmensnaher Forschungsinfrastruktur.
  6. Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit vorhandener Produktionsstandorte durch Investitionen und damit verbunden Steigerung des bestehenden Innovationspotenzials.
  7. Förderung von Gründungen.
  8. Sicherung des Fachkräftepotenzials.
  9. Einbindung der hiesigen Produktions- und Dienstleistungen in internationale Wertschöpfungsketten, Verstärkung der Exportpotenziale, Einbindung in internationale Netzwerke.
  10. Finanzierungen bündeln: ressortübergreifender Mitteleinsatz sowie verstärkte Einwerbung von Projektfördermitteln aus Förderprogrammen.

## 11. Kontinuierliche Weiterentwicklung und Erfolgskontrolle der Regionalen Innovationsstrategie durch dauerhafte Strukturen.

Eine wesentliche Änderung für die zukünftige Innovationspolitik des Landes ist der Wegfall der Fördertatbestände zugunsten der sogenannten Leitmarktstrategie. Laut der Untersuchungen im Rahmen der Erstellung der RIS, verfügt Sachsen-Anhalt bereits über Innovationserfolge oder zumindest großes Innovationspotenzial in fünf Leitmärkten und sogenannten Querschnittsthemen. Förderanträge sollen künftig nur noch dann positiv beschieden werden können, wenn diese den Förderkriterien der Leitmarktstrategie entsprechen.

Die Gefahr besteht, dass Unternehmen die nicht den oben beschriebenen Leitmärkten eingeordnet werden können, nicht gefördert werden. Hinzu kommt, dass jede Region ihr eigenes spezifisches Innovationssystem hat.

### 2.7.1 Regionale Förderung

Im Rahmen der regionalen Innovationsstrategie Sachsen-Anhalt wird auch durch die neue Strukturfondsperiode 2014-2020 die Investitionsförderung fortgeführt. Die Förderung von Investitionen kann in Form von nicht-rückzahlbaren Zuschüssen, Darlehen oder öffentlichen Bürgschaften erfolgen. Eine weitere Fördermöglichkeit ist die Beteiligung am Unternehmen.

Die Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) bildet nach wie vor den Schwerpunkt der Investitionsförderung in Sachsen-Anhalt in Form der nicht-rückzahlbaren Zuschussförderung. Die GRW-Mittel, die vom Bund und Land jeweils hälftig finanziert werden, werden ergänzt durch EFRE-Mittel.

Gefördert werden zum einen Sachanlageinvestitionen im Zusammenhang mit der Schaffung von Dauerarbeitsplätzen (DAP) für eine Vorhabenlaufzeit von maximal drei Jahren und zum anderen Lohnkosten für neu geschaffene Dauerarbeitsplätze während eines Zeitraumes von zwei Jahren. Es werden nur Betriebsstätten (selbständig oder unselbständig) der gewerblichen Wirtschaft im Land Sachsen-Anhalt mit überwiegender Geschäftstätigkeit gemäß den in der Positivliste aufgeführten Gütern oder Leistungen (förderfähige Branche) bzw. mit überwiegend überregionalem Absatz (mehr als 50 % des Umsatzes erfolgt durch einen Absatz außerhalb eines Radius von 50 km von der Gemeinde, in der die Betriebsstätte liegt) gefördert. Seit Juli 2015 sind auch Investitionsvorhaben von Unternehmen die keine zusätzlichen Arbeitsplätze errichten, sondern lediglich bestehende Arbeitsplätze sichern

förderfähig. Des Weiteren wurden die Branchen Druckerzeugnisse, Baustoffproduktion und Großhandel neu in die Förderung aufgenommen.

Förderfähige Branchen sind unter anderem folgende:

- 1 Chemische Produkte
- 2 Kunststoffe und Kunststoffserzeugnisse
- 6 Steine, Steinerzeugnisse und Bauelemente
- 9 Eisen, Stahl und deren Erzeugnisse
- 13 Maschinen, technische Geräte
- 22 Holzerzeugnisse
- 31 Nahrungs- und Genussmittel, wenn für den überregionalen Versand bestimmt/  
geeignet
- 33 Recycling
- 37 Datenbe- und -verarbeitung (einschließlich Datenbanken und Herstellung von DV-  
Programmen <sup>22</sup>

Es werden jedoch durch die Landesregelungen einige Branchen bereits ausgeschlossen, zum Beispiel:

- Biodiesel, Biogas/Grüngas, Bioethanol, sonstige Ersatzkraftstoffe, Brennstoffe
- Reparatur und Instandhaltungsdienstleistungen
- Online- und Versandhandel, sofern nicht mehr als 30 neue DAP geschaffen werden

Handelt es sich um Errichtungsinvestitionen müssen mehr als 10 neue Dauerarbeitsplätze geschaffen werden. Bei Investitionen in bestehende Betriebsstätten müssen die bestehenden Dauerarbeitsplätze um mindestens fünf neue Dauerarbeitsplätze erhöht werden. Das Mindestinvestitionsvolumen wurde von 70 TEUR auf 50 TEUR herabgesetzt.

Bei sachkostenbezogener Förderung betragen die Basisfördersätze für Betriebsstätten von kleinen Unternehmen 25%, für Betriebsstätten von mittleren Unternehmen 15% und für sonstige Betriebsstätten 5% des förderfähigen Investitionsvolumens. Bei lohnkostenbezogener Förderung beträgt der Fördersatz 15% der festgesetzten Lohnkosten. Der Basisfördersatz kann im Rahmen eines Zuschlagssystems bei der sachkostenbezogenen Förderung maximal bis zu 10 % und bei der lohnkostenbezogenen Förderung bis zu 5% erhöht werden, wenn bestimmte Struktureffekte erfüllt werden.

---

<sup>22</sup> Anhang 8, Positivliste zu Ziffer 2.1.1 Teil II A des gemeinsamen Koordinierungsrahmens

Die bisherigen Investitionsförderungen der letzten Jahre im Land Sachsen-Anhalt sind aus der folgenden Tabelle ersichtlich.

| Jahre | Bewilligungen | Fördervolumen in Mio. € | Investitionsvolumen in Mio. € |
|-------|---------------|-------------------------|-------------------------------|
| 2009  | 284           | 249,74                  | 1.198,96                      |
| 2010  | 336           | 327,00                  | 1.577,98                      |
| 2011  | 265           | 193,70                  | 881,40                        |
| 2012  | 175           | 156,00                  | 977,80                        |
| 2013  | 136           | 148,20                  | 695,80                        |
| 2014  | 111           | 142,40                  | 721,70                        |

Tabelle 9: Entwicklung der Investitionsförderung<sup>23</sup>

Weitere Fördermöglichkeiten der finanziellen Wirtschaftsförderung sind Darlehen (aus revolving Fonds), Bürgschaften und Beteiligungen; diese bekommen eine immer größere Bedeutung. Dies ist Ausdruck der (im Vergleich zu anderen europäischen Regionen) positiven wirtschaftlichen Entwicklung von Sachsen-Anhalt, in dessen Folge Strukturfondsmittel der Europäischen Union weiter sinken und demzufolge auch die Gewährung von nicht-rückzahlbaren Zuschüssen weiter zurückgehen werden. Des Weiteren besteht die Möglichkeit von Lohnkostenzuschüssen von der Agentur für Arbeit.

<sup>23</sup> Quelle: Investitionsbank Sachsen-Anhalt

## 2.8 Zusammenfassende Beurteilung der Stärken und Schwächen

| <u>Stärken</u>                                                                                                                                         | <u>Schwächen</u>                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>positive Bevölkerungsprognose</li> </ul>                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>höhere Arbeitslosen- und Empfängerquote als Wettbewerber</li> </ul>                                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Lage und verkehrliche Anbindung (Bahnknoten, DHL, Autobahn)</li> </ul>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>zu geringe und keine ausgewogene industrielle Basis im Vergleich zu Wettbewerbern</li> </ul>            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>verfügbare Premiumfläche Star Park bei Flächenknappheit Region</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>kleinteilige Wirtschaftsstruktur mit geringer Exportquote</li> </ul>                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>großes Innovationspotential Uni/TGZ/ Bio-Zentrum/Institute</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Dienstleistungssektor mit geringer Wertschöpfung und niedrigen Qualifikationen (call center)</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>großes Innovationspotential Medientechnologie (MDR, MMZ) und Software</li> </ul>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>geringe Anbindung an Produktionskerne Industrie und Zulieferer</li> </ul>                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>positive Entwicklung Internationalität und Vernetzung</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>geringes F&amp;E Potential bei Bestandsunternehmen</li> </ul>                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>große Vielfalt von etablierten und starken Unternehmen, KMU und Handwerkern</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>unzureichendes Standortmarketing und problematische Außenwahrnehmung</li> </ul>                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>gute Voraussetzungen in Lebensqualität, Kultur, Sport und Wohnen</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>keine Ingenieurwissenschaften am Standort und fehlendes Ausgründungspotential</li> </ul>                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>hohe Wertschöpfung, Innovation und Sicherheit im Konzern Stadt (z.B. Stadtwerke, Wohnungswirtschaft)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>fehlende klare Ansiedlungsstrategie, keine Branchen- bzw. Clusterorientierung</li> </ul>                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>wesentliche Unternehmenssitze Biotechnologie, Lebensmittel- und Bauindustrie</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>unzureichende Gewerbegebietsentwicklung, keine Erweiterungspotentiale TGZ</li> </ul>                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>offensive Neuausrichtung mit Ansiedlungserfolgen (z.B. ebay)</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>punktueller Schwächen im Umfeld, z.B. Kita/internationale Schule</li> </ul>                             |

Tabelle 10: Stärken und Schwächen

### **3 Branchenstatus und Fokussierung**

Das langfristige Ziel einer Branchenfokussierung ist die Initiierung von Clustern und die Schaffung von Konzentrationen von Unternehmen mit Ausstrahlungswirkung und Entwicklungspotentialen.

Unter einem Cluster wird eine räumliche Zusammenballung von Unternehmen und unterstützend-zugehöriger Einrichtungen verstanden. Kriterien für Cluster sind eine kritische Masse an Akteuren, eine räumliche Agglomeration, entlang einer Wertschöpfungskette und die Bereitschaft zur Kooperation.

Ziel der Konzentration und Förderung von bestimmten Branchen ist es, dass das hierdurch gewonnene Profil zu einer Vielzahl von Unternehmensansiedlungen beiträgt und die Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit gesteigert wird. Darüber hinaus wird dieser Förderung Potentiale bei der Beschleunigung des regionalen Strukturwandels zugesprochen.

Vorteile eines Branchenfokus für die Stadt sind weiterhin der Imagegewinn der Branche in der Region und damit einhergehend die Stärkung des regionalen Images insgesamt sowie die wachsende Identifikation mit dem Standort. Ebenfalls damit verbunden ist eine Steigerung der regionalen Innovationskraft.

Ferner können Branchenschwerpunkte den eingebundenen Unternehmen umfangreiche erfolgsfördernde Einflussfaktoren generieren. Die Unternehmen profitieren beispielsweise von der Ko-Präsenz am Standort, da sie über Produkte und Produktionsbedingungen ihrer Konkurrenten informiert sind und somit die Wettbewerbssituation besser einschätzen können. Dadurch werden Lern- und Leistungssteigerungsprozesse initiiert und es entstehen Innovationsanreize. Auf diesem Weg erhöht sich die Effizienz und Produktivität der einzelnen Unternehmen in der Branche. Ferner ermöglicht die gemeinsame Nutzung aufwendiger Infrastruktureinrichtungen, die die finanziellen Mittel der einzelnen Unternehmen oder des Wirtschaftszweiges übersteigen, Kosten- und Koordinationsvorteile.

Der Branchenfokus unterstützt und stimuliert Investitionen, von denen die einzelnen Unternehmen profitieren. Hierbei wirken sich insbesondere das Vorhandensein von Innovationsmöglichkeiten und die Existenz einer hohen Dichte von Zulieferern und Institutionen, die bei der Schaffung von Wissen unterstützend wirken, förderlich aus.



Des Weiteren wirkt sich das Setzen eines Branchenschwerpunktes vorteilhaft auf das regionale Arbeitskräfteangebot aus. Durch unterstützende Infrastruktur, insbesondere im Bereich Aus- und Weiterbildung, wird ein spezialisierter Arbeitskräftepool geschaffen. Der Zugang zu spezialisierten und erfahrenen Arbeitskräften wird zudem erheblich vereinfacht, da sich diese aufgrund der hohen Dichte an potenziellen Arbeitgebern am Standort konzentrieren. Dies führt in der Folge sowohl zu niedrigen Personalakquirierungskosten als auch zu Einsparungen im Bereich der unternehmensinternen Arbeitskräfteausbildung.

Neben den zuvor genannten Vorteilen, können insbesondere die Wissensdichte und der kontinuierliche Wissenstransfer, die, aufgrund der kurzen Wege innerhalb einer Branche, eine besonders hohe Qualität einnehmen, die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen positiv beeinflussen. Auch „Wissens-Spillover“ bei Mitarbeiterwechseln sorgen für kontinuierlich neue Impulse und tragen somit zur Innovationskraft der Unternehmen bei.

Im Folgenden werden die strukturbestimmenden Branchen der Stadt Halle (Saale) betrachtet. Eine Umlandbetrachtung bzw. Betrachtung von Branchen mit Gesamtwirkung für die Region (z.B. Chemie) erfolgt an dieser Stelle nicht und wird in der Clusterstrategie der Metropolregion Mitteldeutschland gebündelt.

Im Zuge des angestrebten Branchenfokus für die Stadt Halle (Saale) wird folgende Strukturierung vorgenommen.

Als Entwicklungsbranchen werden die Branchen mit besonders hohen Entwicklungs- und Innovationspotential betrachtet. Diese Branchen haben ein großes Potential durch das umfassende Forschungsnetzwerk mit Uni / Instituten. In der Stadt Halle (Saale) haben diese eine gute Voraussetzungen durch die Rahmenbedingungen im Technologiepark Weinberg Campus und im MMZ. Allerdings besteht bei diesen Branchen noch ein hoher Koordinierungs- und Förderbedarf. Die Unternehmen aus diesen Branchen haben bereits eine starke Vernetzung und Internationalität.

Unter den Schwerpunktbranchen verstehen wir Branchen mit Ballung von Firmen bzw. hoher Beschäftigungsanzahl. Dies sind klassische Branchen, jedoch mit besonderer Bedeutung in der Stadt Halle. Für die weitere Entwicklung wird hier ein großes Potential für Erweiterungen gesehen und vor allem eine besondere Betreuung zur Sicherung der Arbeitskräfte z. B. bei Unternehmensverlagerungen und Unternehmensnachfolge nötig.

| Entwicklungsbranchen                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Biotechnologie und Life Science                                                               |
| Medientechnologie, IT                                                                         |
| Materialtechnologie und Engineering                                                           |
| Schwerpunktbranchen                                                                           |
| Maschinen- und Anlagenbau                                                                     |
| <del>Kommunikations- und Verwaltungsdienstleistungen</del> <u>Handel und Dienstleistungen</u> |
| Logistik                                                                                      |
| Lebensmittelindustrie/Ernährungswirtschaft                                                    |
| Baugewerbe/Bauindustrie                                                                       |

Tabelle 11: Übersicht Branchenfocus Halle (Saale)

Im nachfolgenden Punkt werden die Branchen kurz erläutert und ihr Status sowie ihr Potential benannt.

### 3.1 Perspektiven aus den bestehenden Strukturen und Branchenentwicklungen

#### 3.1.1 Biotechnologie und Life Science

Zu der Entwicklungsbranche Biotechnologie und Life Science gehören unter anderem die Biomedizin, die Medizintechnik sowie die Pharmazie und Biopharmazie. Hier gibt es verschiedenste Unternehmen und Forschungseinrichtungen die sich in Halle vor allem im Technologiepark Weinberg Campus angesiedelt haben. Als ausgewählte Beispiele sind folgende zu nennen:

- Bio-Zentrum Halle GmbH/ TGZ Halle GmbH
- BMD GmbH
- Probiodrug AG
- Scil Proteins GmbH
- Icon Genetics GmbH
- Biosolutions Halle GmbH
- Wacker Biotech GmbH
- Noxxon Pharma AG

- Lipocalyx GmbH
- Nomad Bioscience GmbH
- Naturwissenschaftliche Fakultäten und Institute der Martin-Luther-Universität, inkl. Neubau Proteinzentrum der MLU
- Fraunhofer IZI – Institut für Zelltherapie und Immunologie / Fraunhofer Projektgruppe „Molekulare Wirkstoffbiochemie und Therapieentwicklung
- Leibniz-Institut für Pflanzenbiochemie

In dieser Branche wird in Halle bisher Grundlagenforschung und Entwicklung durchgeführt mit einer eher geringen Anzahl an Mitarbeitern. Diese Branche hat jedoch einen hohen Innovationskern mit internationaler Ausstrahlung.

Allerdings wird für diese Branche ein hohes Potential erwartet. Zum einen durch die Erweiterung des Anwendungsbereiches und der Verlängerung der Wertschöpfung hin zur Produktion und zum anderen in der Stadt Halle durch die Eröffnung des neuen Proteinzentrums.

Das Ziel ist diese Branche weiter zu fördern, um weitere Ausgründungen und weitere Ansiedlungen zu generieren und damit hoch qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen.

### 3.1.2 Materialtechnologie und Engineering

Teilbereiche dieser Entwicklungsbranche sind u.a. die Materialwissenschaften, Werkstoffkunde, Nanotechnologie, Sensorik und erneuerbare Energien. Auch hier gibt es bereits Akteure in dieser Branche die sich in Halle angesiedelt haben bzw. sich aus Forschungsstrukturen heraus entwickelt haben. Hier sind beispielhaft die folgenden Unternehmen und Forschungseinrichtungen zu nennen:

- Fraunhofer-Institut für Mikrostruktur von Werkstoffen und Systemen IMWS
- Fraunhofer-Center für Silizium-Photovoltaik CSP
- ECH Elektrochemie Halle GmbH
- Smart membrans GmbH
- Nanotexx GmbH
- Micropelt GmbH
- Midic GmbH
- Thermhex Waben GmbH
- Sonotec GmbH

- Schweißtechnische Lehr- und Versuchsanstalt SLV Halle GmbH
- Institute der Martin-Luther-Universität, z. B. Fachgruppe "Mikrostrukturbasiertes Materialdesign" MLU

Wie in der Branche Biotechnologie und Life Science wird auch in der Branche Materialtechnologie und Engineering bisher in Halle Grundlagenforschung und Entwicklung betrieben. Auch hier gibt es nur eine geringe Anzahl an Unternehmen und Mitarbeitern. Allerdings ist diese Branche ebenfalls eine Innovationsbranche mit einer internationalen Ausstrahlung.

Das Potential dieser Branche ist ebenfalls enorm und stellt für die Stadt Halle (Saale) ein Alleinstellungsmerkmal dar. Auch hier wird für die Wirtschaftsförderung das Ziel verfolgt, in dieser Branche weitere Ausgründungen und Ansiedlungen im Stadtgebiet zu forcieren.

### 3.1.3 Medientechnologie, IT

Zur Medientechnologie, IT Branche zählen insbesondere die Bereiche Film- und Rundfunk, Design, IT und Software, Datenhaltung und Digitalisierung. Beispielhaft sollen folgende Unternehmen und Strukturen aufgeführt werden:

- MMZ Mitteldeutsches Multimediazentrum Halle (Saale) GmbH
- Mitteldeutscher Rundfunk mit Neustrukturierung Fernsehen
- Datameer GmbH
- Dell GmbH
- Gisa GmbH
- IT Consult GmbH
- ARRI Media GmbH
- Metrix Media GmbH
- MotionWorks GmbH
- Werkleitz
- NOWTILUS
- a&m creative services
- VERTIJET independent brain & design studio
- MOVING ELEMENTS Gesellschaft für interaktive Medien mbH
- MSU Solutions
- Burg Giebichenstein Kunsthochschule
- MLU, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaften, Informatik

- Cluster Informationstechnologie Mitteldeutschland e. V.

Laut Medienstudie aus dem Jahr 2012 befinden sich in Halle (Saale) in der Medienbranche rund 1.000 Unternehmen mit 4.500 Beschäftigten, die einen Jahresumsatz von 250 Mio. € erwirtschaftet haben. Hierin ist der MDR mit seinem sich derzeit in Erweiterung befindlichen Standort nicht enthalten. Im IT -und Softwarebereich ist von 3.500 bis 4.500 Arbeitsplätzen in Halle (Saale) auszugehen.

Die Zukunftsthemen der Medientechnologie sowie des IT-Bereiches reichen weit in alle anderen Branchen und in alle Lebensbereiche hinein.

Das hohe Entwicklungspotential für diese Branche in der Stadt besteht durch weitere Ausgliederungen / Neugründungen sowie durch Ansiedlungen im Umfeld der bestehenden Strukturen und Unternehmen.

#### 3.1.4 Maschinen- und Anlagenbau sowie dazugehörige Dienstleistungen

Weiterhin zu den Schwerpunktbranchen in der Stadt Halle (Saale) soll der Maschinen- und Anlagenbau gehören. Diese Branche ist insbesondere in Halle (Saale) durch einen starken Strukturwandel geprägt. Insgesamt sind in der Stadt Halle (Saale) noch rund 650 Unternehmen mit ca. 4.000 Mitarbeitern im Bereich der Industrie und im Bereich Maschinen- und Anlagenbau einschließlich der angrenzenden Dienstleistungsbereiche tätig. Innovative Nischenanbieter haben sich neu entwickelt. Beispielhaft sollen folgende Unternehmen aufgeführt werden:

- KSB AG
- Tokheim Göhler Tank-und Industrieanlagen
- Gollmann Kommissionierungssysteme GmbH
- Enka Tecnica
- MSG Maschinenbau und Service GmbH

Diese Branche soll als Schwerpunktbranche weiter gesichert werden und durch angestrebte Neuansiedelungen insbesondere im Star Park weiter ausgebaut werden.

### 3.1.5 Kommunikations- und VerwaltungsdienstleistungenDienstleistungen

Schon jetzt ist das Oberzentrum Halle Sitz zahlreicher, moderner und spezialisierter Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen, deren Bedeutung steigt.

Regional bedeutsame Gesundheitseinrichtungen (Auswahl):

- Universitätsklinikum Halle (Saale)
- Diakoniekrankenhaus Halle
- Krankenhaus St. Elisabeth und St. Barbara
- Krankenhaus Martha-Maria Halle-Dölau
- Universitätsklinik und Poliklinik für Zahnärztliche Prothetik
- Berufsgenossenschaftliche Kliniken Bergmannstrost
- Saale Klinik Halle

Pflegeeinrichtungen (Auswahl):

- Stiftung Hospital St. Cyriaci et Antonii
- Paul-Riebeck-Stiftung zu Halle an der Saale
- Hospiz am St. Elisabeth-Krankenhaus GmbH

Die Stadt Halle kann auf eine lange und erfolgreiche Bildungstradition zurückblicken und hat sich dabei einen exzellenten Ruf erarbeitet. Ausgehend von einem breiten Bildungsangebot erfolgt der Brückenschlag zur Forschung sowie zur konkreten Anwendung. Die Martin-Luther-Universität Halle ist nicht nur wichtiger Arbeitgeber, sondern ebenso regionaler „Umsatzgenerator“ und trägt maßgeblich zur demografischen Verjüngung und zur Stabilisierung der Einwohnerzahl in Halle bei.

Die Herausforderung für die Stadt Halle besteht darin, den vorhandenen Bildungsstandort zu stärken. Neben dem hochqualifizierten Bereich erfordert dies ebenso Bildungsangebote für geringe und mittlere Qualifikationen, um den regionalen Arbeitsmarkt und die angestrebten Entwicklungsbranchen (z.B. Logistik) mit Fachkräften zu versorgen.

Bildungseinrichtungen (Auswahl):

- Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Franckesche Stiftungen zu Halle
- BBI - Bildungs- und Beratungsinstitut GmbH
- DAA Deutsche Angestellten-Akademie GmbH
- Euro Akademie Halle
- WBS TRAINING SCHULEN gGmbH - Halle (Saale)

- mse Halle GmbH

Neue Gesundheits- und Bildungseinrichtungen fügen sich gut in bereits bestehende stadträumliche Zusammenhänge ein und unterstützen positive Stadtentwicklungstendenzen, z.B. in Halle-Glauchau und im Umfeld des Weinberg Campus. Als sekundärer Effekt trägt die hohe Besuchsfrequenz dieser Einrichtung ihrerseits zur Belebung von Handel-, Gastronomie und weiteren Dienstleistungen bei.

Die Bedeutung der wissenschaftlichen, technischen und informationstechnologischen Dienstleistungsbereiche wurde bereits in den vorangegangenen Abschnitten 3.1.1 bis 3.1.4. beleuchtet. Der Dienstleistungsbereich Handel wird unter 3.1.10 dargestellt.

~~Der Bereich Kommunikations- und Finanzdienstleistungen lässt sich zu einem Bereich zusammenfassen und macht ca. 6% der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten aus. Ebenfalls zu den Schwerpunktbranchen gehört die Branche Kommunikations- und Verwaltungsdienstleistungen. Wie im Punkt 2.2.3 in der Abbildung 5: Übersicht sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftszweigen in der Stadt Halle (Saale) im Jahr 2013 ersichtlich ist, gehört diese Branche vor allem durch ihre hohe Anzahl an Mitarbeitern zu den Schwerpunktbranchen.~~

Hierzu zählen die folgenden Unternehmen:

- S Direkt-Marketing GmbH & Co. KG
- Finanz-Service Commerz Transaction Services Ost GmbH
- Buw customer care operations Halle GmbH
- 3wphone GmbH
- KVM Service Plus Kundenservice und Vertriebsmanagement GmbH

~~Die Branche hat zwar eine hohe Beschäftigungsanzahl, jedoch handelt es sich oftmals um Beschäftigungen mit eher geringer bzw. mittlerer Qualifikation. Die Tendenzen der letzten Jahre verdeutlichen jedoch eine Fortentwicklung der Dienstleistungen zu komplexen Verwaltungs-, Datenhaltungs- und Serviceangeboten mit deutlich steigenden Anforderungen und Qualifikationen.~~

### 3.1.6 Lebensmittelindustrie/Ernährungswirtschaft

Zu den Schwerpunktbranchen zählt auch die Lebensmittelindustrie/Ernährungswirtschaft. In dieser Branche werden Markenprodukte mit einem hohen Bekanntheitsgrad und einem

überregionalen Absatzgebiet produziert. Durch die Ansiedlung des Unternehmens Greatview aus China im Bereich Lebensmittelverpackung / Tetra pack im Star Park mit 50 Mio. € Investition und 130 Arbeitsplätzen ist hier eine innovative, internationale Komponente hinzugekommen. Im Folgenden sollen einige Branchenvertreter dargestellt werden:

- Coca Cola AG
- Halloren Schokoladenfabrik AG
- Kathi Rainer Thiele GmbH
- Rondo Food GmbH
- Greatview Aseptic Packaging Co. Ltd
- MLU Ernährungswissenschaften

Neben der Außenwirkung der Produkte und der wachsenden Arbeitsplatzzahlen ist für die Branche auch die Verbindung zum Lehrstuhl Ernährungswirtschaft der Universität und zur Entwicklungsbranche Biotechnologie und Life Science mit ihrer Forschung und Entwicklung von großer Bedeutung.

### 3.1.7 Logistik

Zu den Schwerpunktbranchen in Halle (Saale) zählt des weiteren die Branche Logistik. Die Branche zählt zu einer der dynamischsten in Deutschland. Durch die hervorragenden Infrastrukturbedingungen (Flughafen, Bahnkonten, Autobahn, zentrale Lage) besteht eine große Nachfrage an Logistikflächen. Erste Vermarktungserfolge im Star Park konnten erzielt werden. Die Logistikbranche entwickelt sich zunehmend zu einer Branche in der hochwertigere Kommissionierungs- und Verarbeitungsprozesse erfolgen und in der Folge auch hochwertigere Arbeitsplätze entstehen.

Strukturbestimmende Unternehmen der Branche in Halle (Saale) sind unter anderen:

- ebay Inc.
- Hellmann worldwide logistics
- Finsterwalder Transport und Logistik GmbH
- Versandapotheke zur Rose
- Simon Hegele Gesellschaft für Logistik GmbH
- GP Papenburg Logistik GmbH
- Container Terminal Halle



Der Star Park ist für weitere Ansiedlungen aus der Branche Logistik bestens geeignet und hat für diese Ansiedlungen ein Flächenangebot von insgesamt 75 ha zur Verfügung.

Um die bestehenden Strukturen auszubauen und die bestehenden Unternehmen zu fördern, ist die Stadt Halle (Saale) auch bereits Mitglied im Netzwerk Logistik Leipzig-Halle e.V. Das Logistik-Netzwerk besteht aus Verbänden, Kommunen, Dienstleistern und Logistikunternehmen aus der Region Halle/Leipzig.

### 3.1.8 Baugewerbe/Bauindustrie

In der Branche Baugewerbe/Bauindustrie sind ein Fünftel der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in Halle (Saale) angestellt, darunter sind einige Unternehmen, die einer überregionalen Betätigung nachgehen, so zum Beispiel:

- GP Papenburg Gruppe
- FRIEDRICH VORWERK KG
- Glasbau Gipser GmbH
- Tief- und Spezialbau Halle GmbH
- beton & rohrbau C.-F. Thymian GmbH & Co. KG
- Hyder Consulting

Das Potential dieser Bestandsunternehmen liegt in hohen Bautätigkeiten auch bei der öffentlichen Hand und damit verbundenen Arbeitsplatzzuwächsen.

### 3.1.9 Handwerk

Die Bedeutung des Handwerks für die Stadt Halle erwächst nicht nur daraus, dass Produkte und Dienstleistungen in einer Qualität entstehen, die durch andere Marktteilnehmer nicht zu erbringen ist, sondern das Wirken der Handwerksbetriebe das Erscheinungsbild der Stadt positiv beeinflusst und das Handwerk in erheblichen Umfang die Immobilien in der Stadt mietet und nutzt. Schließlich spricht für die Stabilität der Branche, dass in den zurückliegenden 20 Jahren die Zahl der Mitarbeiter und die Zahl der Unternehmen nahezu unverändert geblieben ist. Momentan beträgt die Zahl der Unternehmen im Stadtgebiet von Halle ca. 1.800 (davon 975 zulassungspflichtiges Handwerk). Die Auslastung der Unternehmen liegt bei deutlich über 80% bei Auftragsreichweiten von ca. 9 Wochen. Entwicklungshemmnisse sind nach Angabe der Unternehmer hohe Sozialabgaben und Steuern, Schwarzarbeit und fehlende Fachkräfte (qualitativ und quantitativ).

Die Bestandspflege für die Handwerksunternehmen nimmt im DLZWW einen bedeutenden Platz ein und wird von einem auf diese Unternehmen spezialisierten Mitarbeiter realisiert (s. dazu auch Kapitel 5.3.). Neben der Suche nach Räumlichkeiten und Kooperationsmöglichkeiten steht als Herausforderung die zunehmend schwierige Suche nach Lehrlingen, deren Misserfolg sich letztlich in zahlenmäßig sinkenden Gesellen- und Meisterabschlüssen fortsetzt. Neben Maßnahmen auf dem Bildungssektor geht es hier vor allen Dingen um die Hebung von Reserven im Sinne lebenslanger Qualifizierung und des Verbleibens von Älteren im Beruf.

Eine besondere Chance besteht in der Organisation eines qualitativ neuen Zusammenspiels von Handwerk und Kreativwirtschaft mit dem Ziel der Entwicklung neuer Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle. Das DLZWW sieht sich hier in der Rolle des Verantwortlichen für ein adäquates Kooperationsmanagement.

Kammer und Kreishandwerkerschaft sind als moderne Dienstleister und Interessenvertreter wichtige Partner für das DLZWW bei der Erfüllung der Bestandspflegeaufgaben für die Branche.

### 3.1.10 Handel

Die Stadt Halle (Saale) verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 386.000 m<sup>2</sup>, eine Verkaufsflächendichte von 1,65 m<sup>2</sup>/Einwohner, einem Kaufkraftniveau von 4.800 € (Deutschland 5.400 €) und einer Zentralität von 104,8. 40% der über 1.400 Einzelhandelsbetriebe sind in der Stadtmitte lokalisiert. Die Leerstandsquote beträgt derzeit im Gesamtstadtgebiet ca. 20%.

Der hohe Anteil individueller Angebote (inhabergeführte mittelständische Betrieb in historischer Bausubstanz mit kleinteiligen Flächenstrukturen), die Konzentration des Einzelhandels innerhalb von 80 ha und die gute Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr sind Stärken der Stadt. Probleme ergeben sich durch deutliche Attraktivitätsdefizite in den Angeboten, Fehlen qualitativ hochwertiger Einzelhandelbetriebe zur Attraktivitätssteigerung, den hohen Anteil von Filialbetrieben des Niedrig- bis Mittelpreissegments und vor allem durch das Fehlen moderner, großmaßstäbiger Flächenangebote. Problematisch ist der sichtbare Leerstand in Neben- und Haupteinkaufslagen sowie die Existenz von Billiganbietern sogar in 1A-Lagen, die u. a. der rasanten Steigerung des Vertriebs durch Onlinehandel und der Konkurrenz durch das Umfeld (Erreichbarkeit des Einzelhandelsstandortes Leipzig) geschuldet ist. In der Stadt Halle (Saale) ist es daher notwendig, Unterstützungsmaßnahmen für die Branche Einzelhandel zu institutionalisieren und durchzuführen, obwohl das eigentlich durch den

Markt geregelte Zusammenspiel von Eigentümern/Vermietern und Nutzern von Ladenlokalen nicht als klassische Aufgabe der Wirtschaftsförderung gilt.

Zielsetzung der Maßnahmen ist die Positionierung des Oberzentrums Halle mit dem Hauptzentrum City als regionale und überregionale Einkaufsstadt und die Erhöhung des Besucher- und Kundenpotentials durch gemeinsame Maßnahmen von Händlerschaft und Stadt.

Anstehende Aufgabenschwerpunkte sind vor allem das Leerstandsmanagement (Bestandsaufnahme, Profilbildung, Klärung von Rahmenbedingungen mit den Eigentümern, Vermarktung und Kommunikation), die Immobilienentwicklung (Erhöhung der Vermietbarkeit von Leerstandsflächen in denkmalgeschützten Objekten, Finden neuer Ansätze für tragfähige Konzepte zur Zusammenlegung von Flächen und Aufbrechen der Denkmalsituation durch die Eigentümer der Immobilien) und die Bildung von Interessengemeinschaften von Händler und Gewerbetreibenden in Schwerpunktgebieten der Stadt (bis hin zur Bildung von Business Improvement Districts nach Vorliegen entsprechender gesetzlicher Rahmenregelungen). Eine Spezialaufgabe im Rahmen der Bestandspflege stellt das Baustellenmanagement dar, deren Ziel darin besteht, Händlern und Gewerbetreibenden, die durch innerstädtische Baumaßnahmen betroffen sind, jegliche Unterstützung bei durch die Bausituation entstandenen Problemen zu gewähren. Auch dieses ist ausschließlich im Zusammenspiel von Vermietern, Versorgungsträgern und weiteren Partnern (z. B. Krankenkassen, Agentur für Arbeit, Jobcenter) erfolgreich umzusetzen.

Weitere Maßnahmen zur Förderung des Einzelhandels sind:

- Konsequente Fortschreibung und Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes; regelmäßige Aktualisierung des Analyseteils
- Intensive Zusammenarbeit mit Immobilieneigentümern im Innenstadtbereich zum Aufbau eines Leerstandsmanagements mit dem Ziel der Erfassung aller Leerstände, Förderung von Zwischennutzungen, Entwicklung von Vermarktungsinstrumenten und gemeinsamer Ansprache von potentiellen Nutzern.
- Unterstützung von Projektentwicklern und Immobilieneigentümern im Innenstadtbereich auf dem Gebiet der Immobilienentwicklung (z.B. zur Schaffung von Verkaufs- und Dienstleistungsflächen mit attraktiver Größe und Ausstattung).
- Erarbeitung von Nutzungskonzepten mit dem Ziel der Funktionsmischung und Umsetzung gemeinsam mit den Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden.

- Aktive Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung, City- und Händlergemeinschaft sowie dem Citymanager mit dem Ziel der Bildung von Interessengemeinschaften.
- Erarbeitung und Fortschreibung von konzeptionellen Grundlagen für das Vorgehen bei der Gewinnung von Investoren im Bereich Handel als Unterstützung für die Arbeit der EVG in Zusammenarbeit mit den Immobilieneigentümern.
- Einsatz eines Innenstadtmanagers als Unterstützer der im Innenstadtbereich ansässigen Immobilieneigentümer und Gewerbetreibenden sowie zur Initiierung und Koordination gemeinsamer Aktivitäten zur Erhöhung der urbanen Qualität und der Passantenströme (z.B. gemeinsame Veranstaltungen im öffentlichen Raum).
- Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit für den Einkaufsstandort Halle.

#### 3.1.10.1 Halle als Kongressstadt

Kongresse, Konferenzen und Veranstaltungen bringen regelmäßig interessierte Fachbesucher in die Stadt und stellen einen wesentlichen Wirtschafts- und Imagefaktor für die Stadt Halle dar. Im Zeitraum 2011 bis 2016 wurden durch die SMG insgesamt 65 Tagungen mit ca. 6.500 Teilnehmern betreut. Zur Verfügung stehen in Halle derzeit 5 Veranstaltungszentren (Franckesche Stiftungen, Leopoldina, Hotel Dormero - Rotes Ross, Georg-Friedrich-Händel Halle, Messe Halle), 20 Tagungshotels und 16 Spezial-Locations. 75% der Veranstaltungen in Halle haben weniger als 100 Teilnehmer, nur 1% mehr als 1.000. 30 % der Veranstalter kommen aus Halle, 34,4 % aus der Region, 33% kommen aus einem überregionalen Zusammenhang und 2,6 % sind international.

Den Veranstaltern und den Gästen wird ein umfangreicher Service durch die SMG (Vermittlung von Tagungshotels und -orten, Organisation von Begleitprogrammen u. ä.) und die Stadt (Kongressförderung, Kooperationsmanagement, Unterstützung in jeglichen Problemlagen) angeboten. Die SMG leistet umfangreiche Maßnahmen zur Akquisition durch das Angebot eines Online-Buchungssystems sowie gezielte Akquisitionsveranstaltungen und bedient sich dabei der Unterstützung des Dienstleistungszentrums Wirtschaft und Wissenschaft.

### 3.2 Branchenorientierung Wettbewerber und Metropolregion Mitteldeutschland

Im Folgenden sollen die Branchenorientierungen der Wettbewerber dargestellt werden. Die Metropolregion ist derzeit dabei ihre Clusterstrategie aus dem Jahr 2005 zu aktualisieren und fortzuschreiben.

| Magdeburg                                   | Leipzig                                    | Dresden                                                         | Chemnitz                   | Erfurt                                  | Jena                     | Metropol-region Mitteldeutschland |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| Maschinen- und Anlagenbau                   | Automobil- und Zulieferungs-industrie      | Mikro-elektronik/ Informations- und Kommuni-kations-technologie | Automotive                 | Maschinen- und Anlagenbau               | Optik & Photonik         | Automotive                        |
| Logistik                                    | Gesundheits-wirtschaft und Bio-technologie | Neue Werkstoffe/ Nano-technologie/ Photovoltaik                 | Maschinen- und Anlagen-bau | Medien- und Kreativ-wirtschaft          | Medizin-technik          | Biotech/Life Science              |
| Umwelt-technologie und Kreislauf-wirtschaft | Energie- und Umwelt-technik                | Life Sciences/ Bio-technologie                                  | Mikrosystem-technik        | Gartenbau und Nahrungs-güter-produktion | Software & E-Commerce    | Chemie/ Kunststoff                |
| Gesundheits-wirtschaft                      | Logistik                                   |                                                                 |                            | Mikrosystem-technik und Photovoltaik    | Analytik & Bioanalytik   | Informations-technologie          |
| Kreativ-wirtschaft                          | Medien- und Kreativ-wirtschaft             |                                                                 |                            | Logistik                                | Pharma & Bio-technologie | Solar-wirtschaft                  |
|                                             |                                            |                                                                 |                            |                                         | Präzisions-technik       | Logistik                          |
|                                             |                                            |                                                                 |                            |                                         | Green Tech               | Wasserstoff                       |

Tabelle 12: Übersicht Cluster/Schwerpunktbranchen der Wettbewerber<sup>24</sup>

In der bisherigen Entwicklung konnten die Wettbewerber bestehende Branchenschwerpunkte und industrielle Kerne in größerem Maß erhalten (Maschinenbau, Optik) bzw. durch Großansiedlungen neue Schwerpunkte setzen (Automotiv). Die Wirtschaftsförderungsstrategie wird hier häufig auf eine Entwicklung rund um diese bestehenden Kerne aufgebaut. Diese fehlen in Halle (Saale) bisher. Dies stellt jedoch auch eine Entwicklungschance dar. Durch die Schwerpunktsetzung auf Innovation in den beschriebenen Entwicklungsbranchen werden gezielt Zukunftsthemen besetzt. Durch die derzeit noch fehlenden Kerne und den breiten sowie stabilen Branchenmix der

<sup>24</sup> Quellen: [www.magdeburg.de/Start/Wirtschaft-Arbeit/](http://www.magdeburg.de/Start/Wirtschaft-Arbeit/);  
<http://www.leipzig.de/wirtschaft-und-wissenschaft/wirtschaftsprofil-und-cluster/>;  
<http://www.dresden.de/de/07/021/kompetenzfelder.php>;  
<http://www.cwe-chemnitz.de/wirtschaft/standort-wirtschaft/investitionsstandort/branchen/>;  
<http://www.erfurt.de/ef/de/wirtschaft/wirtschaftsstandort/index.html>;  
[http://www.jena.de/de/wirtschaft\\_technologie/technologie/221773](http://www.jena.de/de/wirtschaft_technologie/technologie/221773)

beschriebenen Schwerpunktbranchen in Kombination mit dem großen Potential und Flächenangebot im Star Park, ist Raum für vielfältige Unternehmensentwicklungen und Ansiedlungen gegeben. Hierzu ist eine offensive und selbstbewusste Marktdansprache an innovative Unternehmen und Innovationsträger auch in Abgrenzung zu den Wettbewerbern erforderlich.

### 3.3 Ableitung von Entwicklungschancen und –risiken anhand der Potentiale der Stadt Halle (Saale)

| <u>Chancen bis 2025</u>                                                                                                                                                                                         | <u>Risiken bis 2025</u>                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Etablierung als Ansiedlungs- und Innovationszentrum in Abgrenzung zum Umland</li> </ul>                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Wahrnehmung als Randbereich bei Leipzig ohne eigene wirtschaftliche Entwicklung</li> </ul>      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Etablierung als Entwicklungsbranche Medientechnologie, IT, Life Science, Materialtechnologie</li> </ul>                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>weiterer Rückfall gegenüber Wettbewerbern in Mitteldeutschland</li> </ul>                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Ansiedlungspotential von Industrie und Logistik im Star Park</li> </ul>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ausbleiben von Ansiedlungen im Bereich Industrie und Hochwertlogistik</li> </ul>                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>stärkere Nutzung der Innovations-, Technologietransfer- und Gründungspotenziale aus der Wissenschaft (MLU und Forschungseinrichtungen) durch TGZ/ Bio-Zentrum</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>weiteres Ausdünnen von Industrie und verarbeitendem Gewerbe</li> </ul>                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>weitere Entwicklung Potential Medientechnologie und IT</li> </ul>                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>zu geringe Ausgründungen / Innovation TGZ / Bio-Zentrum / MMZ</li> </ul>                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Ansiedlung / Entwicklung aus Bestand in innerstädtischen Gebieten</li> </ul>                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verfestigung von lediglich geringwertigen Dienstleistungsbereichen</li> </ul>                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Zuzug und Sicherung hochqualifizierter Mitarbeiter in der Stadt</li> </ul>                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Verlust / Abwanderung der Hochqualifizierten und Leistungsträger</li> </ul>                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherung der finanziellen Entwicklungsfähigkeit der Stadt aus Steuern und Einnahmen</li> </ul>                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Abbau der Lebensqualität durch geringere verfügbare Finanzmasse insbesondere ab 2020</li> </ul> |

Tabelle 13: Chancen und Risiken bis 2025

#### **4 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für die Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale)**

Für die Fortentwicklung der Wirtschaftsförderung als zentrale Aufgabe in der Stadt Halle (Saale) wurden folgende Oberziele definiert:

- die Sicherung bestehender und Schaffung neuer Arbeitsplätze
- die Schaffung einer innovativen und zukunftsorientierten Branchenstruktur
- die Schaffung einer effektiven Organisationsstruktur und einer hohen Betreuungsqualität in der Wirtschaftsförderung
- die deutliche Erhöhung der kommunalen Finanzkraft und geringere Transferabhängigkeit

Im Folgenden sind die Ziele für die einzelnen Bereiche formuliert und mit Maßnahmen sowie mit Steuerungsgrößen untersetzt. Durch diese sollen die vier übergeordneten Ziele erreicht und mittels der beschriebenen Maßnahmen nachjustiert sowie bewertet werden.

Das Erreichen des Beschäftigungsziels wird an der Erhöhung des Bestandes an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnissen im Stadtgebiet nach dem Arbeitsortprinzip gemessen. Die Gesamtzahl der Arbeitsplätze im Stadtgebiet soll sich bis zum Jahr 2014 um mindestens 4.500 erhöhen. Es werden hierbei Arbeitsplätze mit einer angemessenen Vergütung über dem Mindestlohnbereich angestrebt. Basis hierzu ist die Ausgangslage Anfang des Jahres 2014. Diverse Maßnahmen wurden inzwischen bereits eingeleitet bzw. umgesetzt.

Über die mit dem Wirtschaftsförderungskonzept verfolgten Ziele (Messgrößen und angestrebte Entwicklungsziele) wird dem Stadtrat jeweils Mitte des Jahres für das Vorjahr - erstmals in 2017 - berichtet. In dem Bericht ist auch die Veränderung der Branchenstruktur und die Entwicklung Halles im Vergleich zu den Wettbewerbern Mitteldeutschlands aufzuzeigen. Auf Vorschlag des Ausschusses für Wissenschafts- und Wirtschaftsförderung sowie Beschäftigung sind hierzu Vertreter der heimischen Wirtschaft zu hören. Die Verwaltung wird zur Bewertung bei Bedarf externe Expertise einbeziehen.

## 4.1 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für Neuansiedlungen und Erweiterungen

### 4.1.1 Entwicklungsziele

Für Neuansiedlungen und Erweiterungen wurden die folgenden Ziele definiert:

- Sicherung einer hochwertigen und einheitlichen Investorenbetreuung
- Schaffung von 32.000 neuen Arbeitsplätzen durch Ansiedlungen im Star Park

### 4.1.2 Maßnahmen

Diese Ziele sollen durch den kompletten Neuaufbau der Investorenbetreuung in der EVG und der Entwicklung eines offensiven und innovativen Standortmarketings erreicht werden.

Für die einheitliche Investorenbetreuung bei gewerblichen Ansiedlungen im star park wurde die EVG als Prozessführer definiert. Dies gilt nicht für Neuansiedlungen in der Stadt Halle (Saale), und die im Technologiepark Weinberg Campus oder in den Gründerzentren MMZ, TGZ und Bio-Zentrum angesiedelt werden.

~~Für die einheitliche Investorenbetreuung wurde die EVG als Prozessführer definiert. Dies gilt für Neuansiedlungen in der Stadt Halle (Saale), die nicht in den Gründerzentren MMZ, TGZ und Bio-Zentrum gegründet werden.~~

Zur Investorenbetreuung gehört auch die Lotsenfunktion, welche die EVG für die Unternehmen einnimmt. Sie unterstützt die Unternehmen bei der Suche nach geeigneten Grundstücken oder Immobilien sowie beim Erwerb der Grundstücke. Sie unterstützt und vermittelt in Zusammenarbeit mit dem DLZWW Termine bei der Akquirierung von Fördermitteln oder Krediten/Darlehen, bei der Anfrage zur Ver- und Entsorgung mit den Stadtwerken, bei den Abstimmungen mit den Fachbereich Bauen im Baugenehmigungsverfahren sowie bei der Gewinnung von Arbeitskräften.

Es wird somit eine umfassende Dienstleistung und Betreuung für gewerbliche Neuansiedlungen im star park nach dem Prinzip „one face to the customer“ angeboten. Dies bedingt hochqualifiziertes Personal mit Kenntnis der betreffenden Märkte, um hier Akzeptanz bei den Investoren zu erreichen. ~~Um diese Aufgaben abzusichern, verfügt die EVG hierfür über sechs Stellen einschließlich Geschäftsführer und wird durch das DLZ WW als Backoffice unterstützt.~~



Für die Erreichung des Ziels zur Schaffung von **23.000** Arbeitsplätzen durch Ansiedlung im Star Park muss dieser offensiv vermarktet werden.

Hier liegt der Fokus vor allem auf Firmen aus den folgenden Branchen:

- Mobilität (Automobilzulieferer, Batterie und Werkstoff, eDrive)
- Lebensmittelindustrie und Ernährungswirtschaft
- Umwelttechnik und regenerative Energien
- Maschinen- und Anlagenbau
- Baustoffindustrie und Herstellung von Bautechnik
- Herstellung von Verpackungsmittel und Logistikbedarf

Für diese Unternehmen sind im Star Park rund 100 ha als Premiumfläche mit Gleisanschluss reserviert. Es wird nicht vorrangig nach Ländern definiert, aber ein besonderer Fokus auf Wachstumsländer und –gebiete gelegt. Des Weiteren werden vor allem Unternehmen aus dem festgelegten Branchenfokus angesprochen. Die internationale Marktansprache erfolgt über eigene Aktivitäten (Messen, Kontaktaufnahmen) und über eine umfassende Vernetzung mit Vermarktungspartnern und Projektentwicklern. Im Falle der Goodman Group konnte das bei den Ansiedlungen von ebay inc und Hellmann world wide logistics erfolgreich praktiziert werden.

Die restlichen Flächen (in Summe 75 ha) sind als Ansiedlungsfläche für Mehrwertlogistik vorgesehen. Durch den „ebay Effekt“ und die im Markt durchdringende Bekanntheit des Standortes sowie seiner Vorteile, besteht hier die Hoffnung auf eine erfolgreiche und zeitnahe Vermarktung. Die ersten Ergebnisse der offensiven Vermarktung mit ca. 450 neuen Arbeitsplätzen innerhalb eines Jahres liegen bereits vor.

Ziel ist weiterhin eine vergleichsweise hohe Beschäftigung und Wertschöpfung bzw. Orientierung auf produktionsnahe Logistik. Hierzu werden gezielte Vermarktungspartner gesucht und die Kooperation mit CTHS<sup>25</sup> bzw. der DB ausgebaut um die Vorteile der neuen Bahninfrastruktur nutzen zu können.

---

<sup>25</sup> Container Terminal Halle Saale

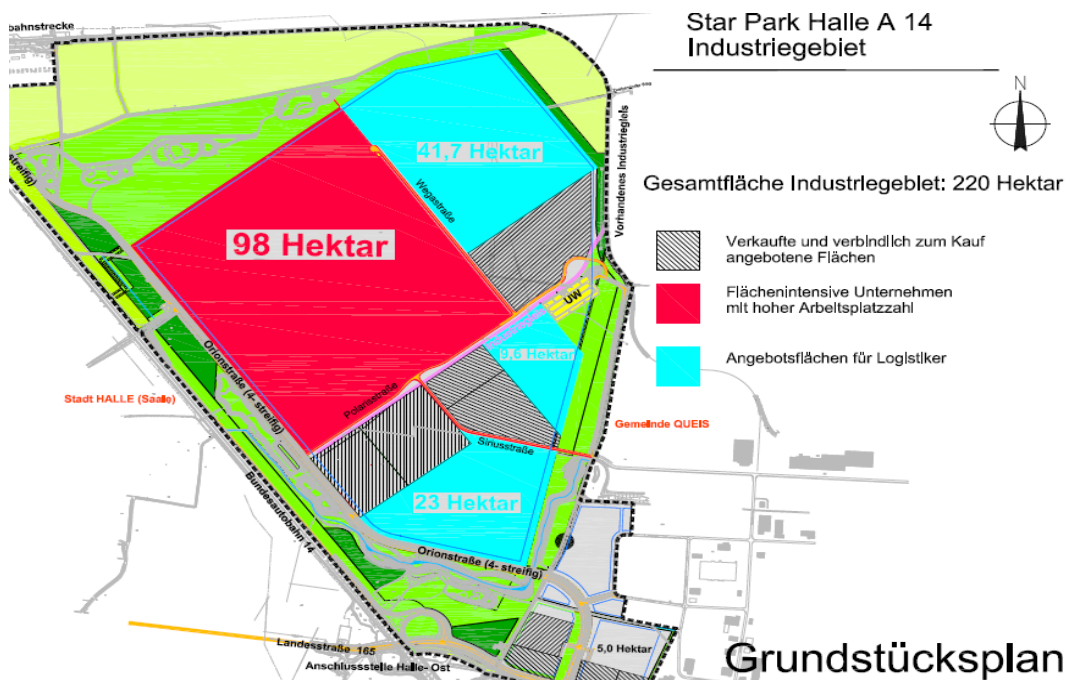


Abbildung 19: Grundstücksplan Star Park

Als wesentliches Handlungsfeld wurde im Rahmen der Bewertung der Ausgangslage der Neuaufbau des wirtschaftlichen Standortmarketing identifiziert. Für diesen Bereich wurde die EVG als Prozessführer definiert. Hier wurden durch den Wirtschaftsplan 2015 bereits personelle und finanzielle Ressourcen bereitgestellt.

Erste Schritte wurden mit der Überarbeitung der Gesamtbroschüre zur Wirtschaftsförderung in Halle (Saale), der Fortentwicklung der Messeauftritte (z.B. expo real) sowie mit dem neuen Imagefilm bereits in 2014 eingeleitet. Insgesamt wurde ein komplettes Maßnahmenbündel für die Überarbeitung des wirtschaftlichen Standortmarketings entwickelt und abgestimmt. Diese einzelnen Aktivitäten schließen das DLZ WW, das MMZ, das TGZ / Biozentrum und alle weiteren Unternehmen im Konzern Stadt ein. Koordinierungsstelle ist hierbei die EVG.

#### 4.1.3 Messgrößen

Als Messgrößen dienen hier die Anzahl der erfolgreichen Ansiedlungen und die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten. Weitere Messwerte sind die Anzahl der Investorenkontakte und deren Nachverfolgungsquote.

Hinzu kommen Zufriedenheitsbefragungen hinsichtlich der Ansiedlungsbetreuung.

Einzelheiten sind aus dem Detailkonzept der EVG zu entnehmen.

## **4.2 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für die Schaffung von hochqualifizierten Arbeitsplätzen und Ausgründungen im universitären und forschungsnahen Bereich (Uni/TGZ)**

### **4.2.1 Entwicklungsziele**

Für die Entwicklungsziele in diesem Bereich werden die folgenden Punkte benannt:

- Schaffung von ~~58~~00 hoch qualifizierten Arbeitsplätzen im Innovationskern Technologiepark Weinberg Campus
- Erhöhung der Anzahl an Unternehmensgründungen
- Verstärkung der Wachstumsförderung und Unterstützung bei der Expansion

### **4.2.2 Maßnahmen**

Notwendige Schritte zur Erreichung der Erhöhung der Unternehmensgründungen sind unter anderem der Aufbau von Inkubator-/Akzelerator-Strukturen im Technologie- und Gründerzentrum, die den Gründungsprozess „beschleunigen“. In der Stadt Halle (Saale) kommen die Neugründungen zum einen als „Spinoffs“<sup>26</sup> aus den universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen im Technologiepark Weinberg Campus bzw. aus dem Stadtgebiet Halle (Saale) und zum anderen als Neugründung aus Regionen außerhalb Halles.

Die TGZ Halle GmbH nimmt eine Lotsenfunktion für die Gründer ein und betreut diese aktiv auf ihrem Weg. Dies soll vor allem an den universitären und außeruniversitären Einrichtungen bekannt gemacht werden. Hierzu wird derzeit die Netzwerkarbeit / Außendarstellung bzw. das Standortmarketing verbessert.

Das Leistungsspektrum umfasst neben dem Bereitstellen einer gründungs- und wachstumsfreundlichen Infrastruktur das Ideen- und Technologiescouting, die Unterstützung bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen und Businessplänen, beim Business Development, beim Management von Verbundprojekten sowie bei der Akquisition von Fördermitteln und Finanzierungen. In diesem Zusammenhang ist eine enge Kooperation der städtischen Innovations- und Gründerzentren (TGZ, Bio-Zentrum, MMZ) untereinander ebenso notwendig, wie die enge Verzahnung mit den weiteren Akteuren der Innovations- und Gründungsförderung an der MLU, der Kunsthochschule Burg Giebichenstein, den

---

<sup>26</sup> Ableger

außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie den Kammern, Branchenorganisationen und Wirtschaftsverbänden.

Das Leistungsspektrum umfasst die Unterstützung bei der Erstellung eines Geschäftsmodells oder Businessplans bis hin zur Akquisition von Fördermittel oder Projektträgern und Finanzierungspartnern. Dazu müssen die städtischen Innovations- und Gründerzentren (MMZ, TGZ, Bio-Zentrum) untereinander und mit weiteren Akteuren, z. B. mit der Univations GmbH oder mit den Forschungseinrichtungen kooperieren und diese mit den Unternehmern verzahnen.

Neben der Ausgründung aus den oben benannten Forschungseinrichtungen innerhalb der Stadt werden auch Ansiedlungen aus anderen Regionen zur Erhöhung der Anzahl der Unternehmensgründungen forciert. Hierfür wird der Standort Halle (Saale) speziell der Technologiepark Weinberg Campus überregional beworben und vermarktet. Dazu sind folgende Maßnahmen notwendig:

- Schaffung einer klaren Kommunikation mit einem ansprechenden Layout und
- die Positionierung im überregionalen/ internationalen Wettbewerb.

Die Vermarktung wird zielgruppen- bzw. branchenbezogen aufgebaut und durchgeführt. Da die Aktualisierung des Standortmarketings und damit der Vermarktung als eine der wichtigsten Maßnahmen anzusehen ist, muss dies als erstes und auch kurzfristig durchgeführt werden. Dazu muss ebenfalls eine Grundlagenermittlung durchgeführt werden, so dass auf die Bedürfnisse der Unternehmen reagiert werden kann und die angebotene Infrastruktur mit den Büro- und Laborflächen angepasst wird. Es wird ein einheitliches Layout erstellt und für die Branchen angepasst. Der Auftritt bei Messen oder innerhalb von Clusternetzwerken gehört dazu und wird bereits praktiziert.

Ferner muss neben der Neugründung von Unternehmen im Technologiepark Weinberg Campus speziell im Gebiet der TGZ Halle GmbH/ Bio-Zentrum Halle GmbH auch der Expansionsprozess bereits bestehender Unternehmen aus dem TGZ/Bio-Zentrum Halle professionalisiert werden. Hierzu müssen Konzepte für die Flächenentwicklung erarbeitet werden. Die ersten Schritte werden durch eine geplante Kooperation der EVG mit der TGZ Halle GmbH bei der Flächenentwicklung und –vermarktung eingeleitet. Ein Teil dieser Flächen soll für die weitere Entwicklung für die TGZ Halle GmbH genutzt werden. Die TGZ Halle GmbH sowie die Bio-Zentrum Halle GmbH erarbeiten hierzu in Abstimmung mit der EVG eine Erweiterungs- und Ansiedlungsstrategie.

In der folgenden Übersicht wird dargestellt, welche Handlungsfelder zur weiteren Entwicklung des Technologiepark Weinberg Campus, insbesondere des Technologie- und Gründerzentrums und des Bio-Zentrums notwendig sind.

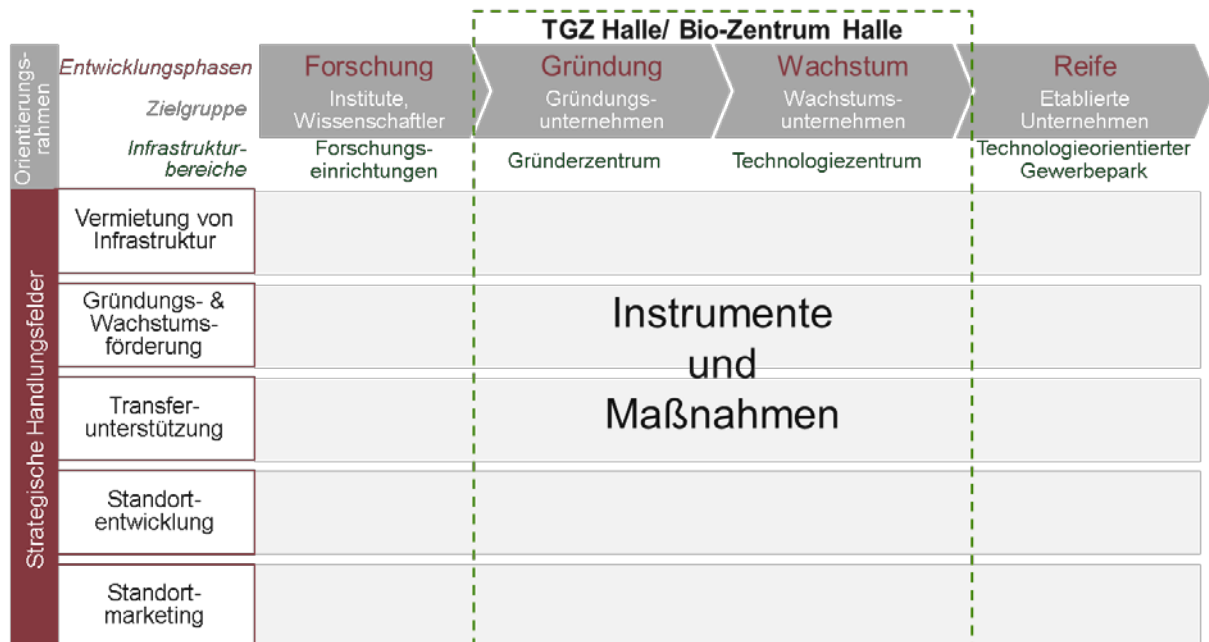


Abbildung 20: Instrumente und Maßnahmen TGZ Halle GmbH und Bio-Zentrum Halle GmbH<sup>27</sup>

Zielgruppen sind Forschungseinrichtungen, Unternehmensgründer und Technologieunternehmen mit naturwissenschaftlich oder technisch orientierten Geschäftsmodellen sowie Dienstleistungsunternehmen und Softwareentwickler mit Fokus auf diese Branchen bzw. Geschäftsmodelle.

#### 4.2.3 Messgrößen

Steuerungsgrößen bzw. Messgrößen sind die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten, die Anzahl der Neugründungen sowie Ansiedlungen aus dieser Branche. Hinzu kommt als messbare Größe die Anzahl der Mieter bzw. der vermieteten Flächen für die TGZ Halle GmbH und Bio-Zentrum Halle GmbH.

Auch hier sollen Kundenzufriedenheitsanalysen für die Gründer sowie für die Bestandsunternehmen durchgeführt werden.

Für weitere Details wird auf das Entwicklungskonzept des TGZ / Bio-Zentrum verwiesen.

<sup>27</sup> Quelle: Strategiekonzept der TGZ Halle GmbH, Stand 09/2015

### **4.3 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für Ansiedlungen/ Ausgründungen im Bereich Medientechnologie und IT**

#### **4.3.1 Entwicklungsziele**

Die Entwicklungsziele für die nächsten 10 Jahre im Bereich der Medientechnologie und IT lauten:

- Schaffung von ~~250~~375 hoch qualifizierten Arbeitsplätzen
- erfolgreiche Bestandspflege und Wachstumsförderung der angesiedelten Unternehmen im MMZ

#### **4.3.2 Maßnahmen**

Insgesamt sind Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen und Verantwortlichkeit beim MMZ (für Mieter des MMZ), für die Bestandspflege beim DLZ WW und für die mögliche Neuansiedlung / Standortmarketing bei der EVG vorgesehen.

Betrachtet man die kurzfristigen Ziele bezogen auf die MMZ GmbH, muss hier als Maßnahmen die Beseitigung der Flutschäden im MMZ benannt werden. Dies wurde bereits zu einem Teil umgesetzt. Im MMZ befindet sich seit September 2015 eine der ersten Dolby-Atmos-Premium-Anlage zur Kinton- und Bildbearbeitung in höchster Qualität in Europa. Die weiteren Schritte zur Wiederinstandsetzung werden bis 2019 durchgeführt, das MMZ wird teilweise umgebaut und bekommt einen Ergänzungsbau. Damit wird die bestehende Mietfläche erweitert und weitere Unternehmen können sich im MMZ ansiedeln.

Das Alleinstellungsmerkmal als modernster Postproduktionsstandort wird international vermarktet. Zusätzlich wird die Zusammenarbeit mit der MDM und medienpolitisch relevanten Akteuren intensiviert, um gezielt Regionaleffekte zu generieren und ein spezielles Postproduktionsförderprogramm auflegen zu können.

Junge Unternehmer und Investoren werden bei der Gründung unterstützt, die MMZ GmbH nimmt hier die Lotsenfunktion ein und bringt die Unternehmen mit geschäftsrelevanten Multiplikatoren und Partnern zusammen. Weitere Maßnahmen zur Unterstützung sind, dass Angebot von hohen Bandbreiten und Serverräumen, sowie „Schnupperbüros“. Es werden als kurzfristige Maßnahme neue Serviceangebote entwickelt. (z.B. projektbezogen höhere Bandbreiten). Die Mieterakquise erfolgt über Netzwerkaktivitäten, Weiterempfehlungen durch Mieter, das DLZ WW, die Arbeitsagentur, Partner wie Univations, BVMW, Onlineportale und

gezielte Werbemaßnahmen. Dies wird bereits durchgeführt und gehört zu den anhaltenden Maßnahmen die im Zuge der Vermarktung durchgeführt werden. Im Zuge des Wiederaufbaus werden zudem Probenräume und Coworkingbereiche geschaffen.

Die MMZ GmbH wird sich auch speziell auf die IT-Branche und die Medientechnologie ausrichten, vor allem auf die Software-Entwickler. Die Entwicklungen im Bereich Datenhaltung / Digitalisierung, weborientierte Software werden in der branchenorientierten Neuausrichtung berücksichtigt.

Die Entwicklung des MDR am Standort als Fernsehproduktionsstandort bietet zusätzliche Möglichkeiten auf Ansiedlungen / Ausgliederungen im hochwertigen Dienstleistungs- und Softwaresegment. Kooperationsgespräche wurden bereits begonnen.

#### 4.3.3 Messgrößen

Als Messgrößen und Steuerungsgrößen sind auch hier die Anzahl der Gründungen und der Arbeitsplätze zu messen, aber auch die Anzahl der Mieter bzw. Mietverträge für das MMZ sind als Steuerungsgrößen zu nutzen. Auch hier sollen und müssen Kundenzufriedenheits- bzw. Mieterzufriedenheitsbefragungen durchgeführt werden. Ferner ist aus Sicht der Stadt als Messgröße auch die künftige Zuschussfreiheit der MMZ GmbH eine entscheidende Größe, die in den mittelfristigen Unternehmensplänen der Gesellschaft inhaltlich untersetzt wird.

Für Einzelheiten wird auf des Unternehmens- und Entwicklungskonzept des MMZ verwiesen.

#### **4.4 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für den Bereich Gewerbegebietsentwicklung und Verbesserung der Standortbedingungen in Halle (Saale)**

##### **4.4.1 Entwicklungsziele**

Ziel für die Gewerbegebietsentwicklung ist das Bereithalten und Schaffen von Standortbedingungen, die eine nachhaltige und zukunftsorientierte Entwicklung des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes Halle (Saale) zulassen und sicherstellen.

Hieraus leiten sich für den Bereich der Gewerbegebietsentwicklung folgende Entwicklungsziele ab:

- Schaffung marktgerechter Standortangebote für unterschiedliche Projekttypen
- zielgerichtete Erschließung und Entwicklung von Potenzialflächen
- Verbesserung der Fachkräftesituation

Das Angebot von Fachkräften ist für Unternehmen ein wichtiger Standortfaktor. Nach wie vor besteht in Halle (Saale) teilweise eine erhebliche Diskrepanz zwischen Ausbildungsprofil und Arbeitsplatzangebot, was zwangsläufig zu einer Abwanderung von Fachkräften bzw. Fachkräftemangel führt. Einen besonderen Schwerpunkt bildet die Verbesserung der Fachkräftesituation. Die betrifft nicht nur hochqualifizierte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, sondern ebenso Arbeitskräfte für den gewerblichen Bereich oder die Logistikbranche.

##### **4.4.2 Maßnahmen**

Die Entwicklungsziele für die Bereiche Gewerbegebietsentwicklung und Verbesserung der Standortentwicklung betreffen sowohl die Bereiche Akquisition/Ansiedlungen als auch den Bereich der Bestandspflege. Dabei ist zum einen das vorhandene Potential in verschiedenen Gewerbegebieten und Branchen zu nutzen sowie auszubauen und zum anderen neues Potential zu entwickeln.

Die Ziele sollen durch die Vergrößerung des quantitativen Angebotsportfolios an Standorten und durch die Verbesserung des qualitativen Standortangebotes erreicht werden.

Dazu sollen Brachflächen revitalisiert werden. Perspektivisch sollen auch die Standortangebote an den Bedarf angepasst und optimiert werden. Hierzu wird eine



Grundlagenermittlung durchgeführt. Diese Ermittlung erfolgt als erster Schritt. Die Entwicklung und Ausrichtung der Flächen anhand des ermittelten Bedarfs wird sich daran anschließen. Bei dieser Maßnahme handelt es sich um einen mittel- bis langfristigen Schritt. Auf Grund der dazu notwendigen Erschließungsmaßnahmen und durchzuführender B-Plan-Verfahren wird hier mit 3 bis 5 Jahren gerechnet. Des Weiteren wird die IT-Infrastruktur (Breitbandinternet) verbessert, in Form von fachlicher Begleitung im Rahmen der Landesinitiative Breitband und des dazugehörigen Förderprogrammes. Dies wird ebenfalls durch die Beteiligung anderen Institutionen als mittelfristige Maßnahme angesehen und das Ziel sollte dann in 1,5-2 Jahren erreicht werden. Zur Erreichung der Ziele wird auch die Entwicklung eines Gewerbeflächenmonitorings nötig sein.

Ferner müssen Potenzialflächen für gewerbliche Nutzungen identifiziert werden sowie Maßnahmen zur Ertüchtigung dieser Flächen unternommen werden, wobei diese Maßnahmen jedoch zuvor definiert werden müssen. Darüber hinaus müssen Konzepte und Machbarkeitsstudien für Entwicklungsflächen erstellt werden sowie Planungsrecht und Bauleitplanung geschaffen werden. Hierbei ist die Kooperation mit dem Geschäftsbereich Planen und Bauen der Stadt notwendig. Wenn diese Flächen identifiziert sind, müssen sie erschlossen und ertüchtigt sowie auch bewirtschaftet werden. Dann müssen diese Flächen vermarktet werden, unter anderem über Immobiliendatenbanken, Messen, Internetauftritt. Dieser Vorgang muss bereits jetzt initiiert werden und erstreckt sich dann über mehrere Jahre bzw. es handelt sich um einen kontinuierlichen Vorgang.

Zur Umsetzung der Ziele und der Konzepte arbeitet das DLZ WW aktiv bei der Erarbeitung und Umsetzung des integrierten Standortentwicklungskonzeptes zur Sicherstellung einer nachhaltigen und langfristig wettbewerbsfähigen Wirtschaftsentwicklung der Stadt Halle (Saale) mit. Dies wird bereits umgesetzt und ist durch seinen langfristigen Prozess auch eine langfristige Maßnahme.

Das DLZ WW übernimmt ferner die Aufgabe der Fachkräftesicherung. Um diese Aufgabe leisten zu können, muss als erster Schritt dieser Bereich im DLZ WW aufgebaut werden. Dann soll durch Kooperationen mit Uni's, Firmen sowie Instituten, wie z.B. die Bundesagentur für Arbeit, die Aufgabe geleistet werden. Dieser Schritt gehört ebenfalls zu den kurzfristigen Maßnahmen. Hinzu kommt eine proaktive Ansprache an die Unternehmen.

Der Aufgabenkomplex Bestandspflege umfasst u.a. auch die Unterstützung von Unternehmen bei der Fachkräftesicherung. Das DLZWW arbeitet dabei mit dem Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit erfolgreich zusammen und sichert im

Zusammenspiel mit diesem die bestmögliche Versorgung der Unternehmen mit Fachkräften im Falle von Ansiedlungen und Unternehmenserweiterungen.

Die Rolle des DLZWW besteht hierbei vor allem darin, den Bedarf an Arbeitskräften in den Ansiedlungsverfahren und bei den Bestandsunternehmen zu erfassen und dessen Deckung umfassend durch Nutzung der Netzwerkstrukturen möglichst zeitnah und qualitätsgerecht zu unterstützen. Es agiert dabei als zentraler Ansprechpartner für die Unternehmen.

Eine Sonderstellung nimmt die Unterstützung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, deren Zusammenarbeit mit der Stadt durch eine Kooperationsvereinbarung geregelt ist, ein.

Die Analyse von Ausbildungsprofilen und Fachkräftebedarfen nach Wirtschaftszweigen in der Stadt Halle und die Ableitung daraus notwendiger Maßnahmen (z.B. hinsichtlich der Struktur berufsbildender Schulen in Halle) bildet den Gegenstand des momentan in der Entwicklung befindlichen Bildungskonzeptes der Stadt Halle. Dieses wird künftig u.a. auch dazu beitragen, die Fachkräftesicherung mit Hilfe vorhandener Netzwerke noch gezielter unterstützen zu können.

#### 4.4.3 Messgrößen

Als Messgrößen dient der Zeitraum in dem die oben genannten Maßnahmen durchgeführt und abgeschlossen werden. Für das Ziel einer zielgerichteten Erschließung und Entwicklung von Potenzialflächen müssen als Messgrößen der Prozess der Identifizierung von mindestens zwei ausgewählten Potentialflächen als Pilotprojekte und Festlegung der Entwicklungsstrategie für diese Flächen bis Dezember 2015 geregelt werden. Diese Pilotprojekte sollen dann innerhalb von zwei Jahren entwickelt und bereitgestellt werden.

Die Zusammenarbeit und Abstimmung im Konzern Stadt zur abgestimmten Methodik für das Gewerbeflächenmonitoring soll bis Januar 2016 abgeschlossen sein.

Die Analyse zur Breitbandversorgung in Halle (Saale) mit dem Schwerpunkt Gewerbegebiete soll bis September 2016 abgeschlossen werden. Zusätzlich soll bis Dezember 2016 ein flächendeckendes Konzept für die Entwicklungsflächen erstellt werden. Die identifizierten Potentialflächen werden dann anhand eines Pilotprojektes entwickelt, dieser Zeitraum muss bis Dezember 2017 beendet werden. Als Messgröße kann auch der Zeitraum zwischen der Auswahl eines Grundstücks durch ein Unternehmen und der tatsächlichen Baureife gemessen werden. Dieser sollte deutlich kürzer durch die Entwicklung dieser Flächen sein.

Als messbare Größen für die Sicherung der Fachkräftesituation dienen die Anzahl der Arbeitsplätze ebenso wie die Anzahl der vermittelten Fachkräfte. Als weitere Messgröße dient die Anzahl der vermittelten Universitäts- oder Hochschulabsolventen aus der Stadt Halle (Saale). Neben den quantitativen Messgrößen wird die Kundenzufriedenheit ebenfalls als eine Messgröße angesehen und sollte abgefragt werden.

#### **4.5 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für die Bereiche Bestandspflege und Potentialentwicklung der Unternehmen nach Branchen**

##### **4.5.1 Entwicklungsziele**

Die Entwicklungsziele für den Bereich der Bestandspflege sind:

- Sicherung einer hochwertigen branchenspezifischen Bestandspflege und-entwicklung,
- Schaffung von ~~253250~~ Arbeitsplätzen durch Entwicklungen und Erweiterungen im Bestand und
- Sicherung einer effektiven Lotsen- und Betreuungsfunktion.

##### **4.5.2 Maßnahmen**

Der Focus liegt hier auf den Unternehmen vor Ort. Die Bestandsunternehmen erhalten einen konkreten Ansprechpartner aus dem DLZ WW je nach Branchenzugehörigkeit. Die Kategorisierung der Bestandsunternehmen erfolgt anhand definierter Bedeutungsgewichtungen (inkl. der Zuordnung zu Entwicklungs- und Schwerpunktbranchen) und bildet die Basis der Bestandspflege. Diese Maßnahmen gehören zu den kurzfristigen Maßnahmen und werden innerhalb eines Jahres umgesetzt. Die Ansprechpartner müssen die aktive Betreuung für die Unternehmen einnehmen und diese mit den entsprechenden Wirtschaftsakteuren vernetzen. Diese Maßnahmen müssen kurzfristig initiiert und dann über die gesamte Zeit immer wieder durchgeführt sowie über die benannten Zufriedenheitsbefragungen auf ihren Erfolg gemessen werden.

Die Hilfeleistung bzw. das Leistungsspektrum der Ansprechpartner muss aktiv an die Unternehmen kommuniziert werden. Hierzu müssen Betriebskontakte hergestellt und eventuell auch Unternehmensbesuche durch die Ansprechpartner durchgeführt werden. Es sollte jedoch nicht nur an die Betriebsstätte die sich im Stadtgebiet Halle (Saale) befindet mit dem Leistungsspektrum herantreten werden, sondern es sollte auch die Firmenzentrale

vom DLZ WW kontaktiert werden. Diese Kontaktherstellung erfolgen kurzfristig und müssen weiter durchgeführt werden.

Ein wichtiger Punkt bei der Bestandspflege ist das Thema der Unternehmensnachfolgen. Diese müssen vom DLZ WW mit Kooperationspartnern (z.B. IHK) aktiv begleitet werden, um keine Arbeitsplätze oder Unternehmen zu verlieren.

Weitere Maßnahmen sind die Verbesserung der Infrastruktur, vor allem im Hinblick auf die Breitbandversorgung sowie die kontinuierliche EU Evaluierung zur Sicherstellung künftiger Fördermittel. Zur Erreichung der Ziele sollte auch die Zusammenarbeit mit den Netzwerken forciert werden. Zum einen um in den Kontakt mit den in Halle (Saale) angesiedelten Unternehmen zu kommen und zum anderen um Unternehmen aus den bereits bestehenden Branchen mit einander zu vernetzen.

Weitere Maßnahmen bei der Betreuung von Bestandsunternehmen sind:

- Umfassende Informations- und Lotsenfunktion
- Unterstützung bei der Suche nach Fachkräften (in Zusammenarbeit mit Arbeitsagentur und Jobcenter)
- Unterstützung bei Suche nach Erweiterungsflächen
- Baustellenmanagement
- Kongress- und Veranstaltungsservice
- Begleitung von Genehmigungsverfahren
- Unterstützung von Bestandsunternehmen bei Investitionen in Bildung und Forschung
- Unterstützung von Technologie- und Innovationstransfers (besonders in bestehende kleine und mittlere Unternehmen)
- Unterstützung bei der Anbahnung von internationalen Handelskontakten
- Erarbeitung von Angeboten speziell für Handwerksbetriebe und kleine Gewerbetreibende / Dienstleister (z.B. Schaffung von Gewerbefläche adäquat zum Handwerkerhof, Vermittlung von Kooperationen / gemeinsamen Projekten)

#### 4.5.3 Messgrößen

Messgrößen für die oben benannten Ziele sind die Anzahl der Arbeitsplätze, die Anzahl der Erweiterung aus den Bestandsunternehmen sowie zusätzlich auch die Anzahl der begleiteten erfolgreichen Unternehmensnachfolgen. Des Weiteren sollten zur Messung der Ziele Kundenzufriedenheitsanalysen durchgeführt werden.

## **4.6 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen für das wirtschaftliche Standortmarketing**

### **4.6.1 Ziele**

Für das wirtschaftliche Standortmarketing sind die folgenden Ziele zu nennen:

- ein einheitlicher und innovativer Gesamtauftritt
- nationale und internationale Wahrnehmung als innovativer Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort

### **4.6.2 Maßnahmen**

Mittelfristig sollen alle Maßnahmen den Standort Halle (Saale) im Dreiklang „Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur“ herausstellen, somit ein klares Image als überzeugendes internationales Wirtschaftszentrum, entsprechend der Positionierung und dem Branchenfokus lt. Wirtschaftskonzept, schärfen, national und folgend international transportieren und in Wahrnehmung und tatsächlicher Bedeutung festigen.

Um diese Ziele zu erreichen, müssen die folgenden Punkte und Maßnahmen kurzfristig umgesetzt werden:

- einheitlicher Gesamtauftritt
- Mehrsprachigkeit in allen Kommunikationsmitteln
- kommunikative Straffung der Strukturen
- Verständnis als zentralisierter „Investor-Service“
- aktive Ansprache von Investoren und Multiplikatoren
- Teilnahme und Auftritt auf Messen
- starke Online-Präsenz
- Verknüpfung zum Marketing Metropolregion Mitteldeutschland

Dies wird durch die Erstellung eines Marketingkonzeptes und durch die Überarbeitung aller Marketinginstrumente erreicht. Hierfür wurden Agenturen beauftragt, für ein neues Label, unter dem die EVG agieren kann, Vorschläge zu unterbreiten. Diese Maßnahme wurde bereits umgesetzt und soll innerhalb eines Jahres abgeschlossen sein. Es wird ein einheitliches Layout mit den Beteiligten abgestimmt, was dann genutzt wird. Die alten Unterlagen sowie die überholten Internetseiten wurden stillgelegt bzw. nicht mehr verwendet.

Weitere kurz- und mittelfristige Maßnahmen für das Standortmarketing sind die folgenden Punkte:

- Image-Schärfung
- Herausstellung des Standortes
- starke (multimediale) Präsenz in Deutschland
- klare internationale (auch mediale) Wahrnehmung
- starke Präsenz im internationalen Markt
- Nutzung von Ansiedlungserfolgen

Die Inhalte und das Layout müssen immer wieder aktualisiert werden, dadurch handelt es sich bei diesen Maßnahmen auch zum Teil um langfristige Schritte, die immer wieder zu wiederholen sind.

#### 4.6.3 Messgrößen

Steuerungsgrößen und Bemessungsgrößen sind der Bekanntheitsgrad und die Außenwahrnehmung. Diese können durch Befragungen ermittelt werden. Weitere Messgrößen sind die Ansiedlungen und die Anzahl der Erweiterungen sowie die Anzahl von qualifizierten Anfragen.

Aber auch die Kundenzufriedenheit dient als Messgröße und muss anhand von Befragungen ermittelt werden.

### 4.7 Ableitung von Entwicklungszielen und Maßnahmen zur Zusammenarbeit in der Metropolregion Mitteldeutschland und mit dem Saalekreis

#### 4.7.1 Ziele

Die Metropolregion Mitteldeutschland ist die wichtigste Kooperationsstruktur im Bereich der Wirtschaftsförderung und Standortentwicklung für die Stadt Halle. Mit dieser länderübergreifenden wirtschaftlichen Verflechtung erhöhen sich für die Stadt die Möglichkeiten der regionalen, wirtschaftlichen Zusammenarbeit und die Chance der verstärkten internationalen Wahrnehmung. Die Stadt Halle setzt sich zum Ziel, die Aktivitäten der Metropolregion durch ein besonderes Engagement zum Erfolg zu führen. Sie strebt die Prozessführerschaft bei wichtigen Projekten an und orientiert auf eine nachhaltige Zusammenarbeit besonders mit der Stadt Leipzig und dem Saalekreis als Nachbarn bzw. Kernakteuren der Metropolregion.

#### 4.7.2 Maßnahmen

Die Maßnahmen zu Entwicklungszielen in Hinblick auf die Metropolregion Mitteldeutschland ergeben sich im Wesentlichen aus der Struktur der bestehenden Arbeitsgruppen und Projekte in der Metropolregion.

Die aktive Beteiligung der Stadt findet u.a. in den für die Stadt wichtigen Projekten wie der Entwicklung einer Gewerbeflächenstrategie, der gemeinsamen Vermarktung der Region national und international sowie der Aktivierung und Unterstützung von Kooperationen, Innovationen und gemeinsamen Ansiedlungs- und Entwicklungsprojekten.

Maßnahmen zur Zusammenarbeit mit dem Saalekreis sind:

- Verstärkte Zusammenarbeit der Verwaltungen und wirtschaftspolitischen Gremien
- Planung und Ausweisung gemeinsamer Gewerbeflächen
- Abstimmung bei der Gewinnung und Ausbildung von Fachkräften für die Region
- Erhaltung / Ausbau regionaler Versorgungskreisläufe in Landwirtschaft, Produktion, Dienstleistung

#### 4.7.3 Messgrößen

Als Messgrößen für die erfolgreiche Zusammenarbeit in der Metropolregion und mit dem Saalekreis sollen gemeinsam mit den Partnern qualitative Kriterien definiert werden. Hierzu kann ein Bezug zu gemeinsamen Projekten bzw. erfolgreichen Kooperationen hergestellt werden. Die Bewertung soll jährlich erfolgen und in die Evaluierung des Wirtschaftsförderungskonzepts aufgenommen werden.

### 4.7.4.8 Ableitung von **Entwicklungszielen und Maßnahmen für eine effektive Organisationsstruktur**

#### 4.7.14.8.1 Maßnahmen

Das Oberziel der Schaffung einer effektiven Organisationsstruktur wird durch die im Organisationskonzept beschriebenen Maßnahmen und bereits erfolgten Umstrukturierungen sowie erstellten klaren Unternehmenskonzepte erreicht. Dazu wurden die Aufgabenzuordnungen klar definiert und hinsichtlich der Prozesse und Maßnahmenverantwortlichkeit gezielt entwickelt und dokumentiert. Zur Abstimmung zwischen den Beteiligten wurden klare Jour fixe Termine, unter Leitung des Oberbürgermeisters und unter Einbeziehung aller Beteiligten im Konzern Stadt, implementiert.

#### 4.7.24.8.2 Messgrößen

Als Messgrößen dienen die Effektivität der Investorenbetreuung, die Bearbeitungszeiten sowie die Kundenzufriedenheit.

Für Details wird auf das Organisationskonzept der Wirtschaftsförderung verwiesen.

### **4.8.4.9 Ableitung von Maßnahmen und Ziele zur Erhöhung der kommunalen Finanzkraft**

#### 4.8.14.9.1 Ziele

Das Finanzziel wird durch eine Steigerung der Gewerbesteuer und des Gemeindeanteils der Einkommensteuer um jeweils mindestens 25 % in den nächsten 10 Jahren definiert. Die Erhöhung ist unter Beibehaltung der gegenwärtigen oder geringeren Hebesätze zu erzielen, wobei die Festsetzung von Hebesätzen dem Stadtrat obliegt.

Zur Erhöhung der kommunalen Finanzkraft sollen die Gewerbesteuereinnahmen und die Einkommensteuereinnahmen erhöht werden.

#### 4.8.24.9.2 Maßnahmen

Diese Ziele werden durch die Gesamtheit der vorher benannten Maßnahmen und Ziele erreicht.

#### 4.8.34.9.3 Messgrößen

Messgrößen hierzu sind die Höhe der Steuereinnahmen der Stadt Halle (Saale), die Höhe der Kaufkraft sowie die Höhe des Bruttoinlandsproduktes pro Einwohner der Stadt Halle (Saale).



## 5 Organisationskonzept der Wirtschaftsförderung

### 5.1 Überblick über das künftige Organisationskonzept der Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale)

Die folgende Übersicht zeigt das Organisationskonzept der Wirtschaftsförderung in der Stadt Halle (Saale) mit den verschiedenen Beteiligten.

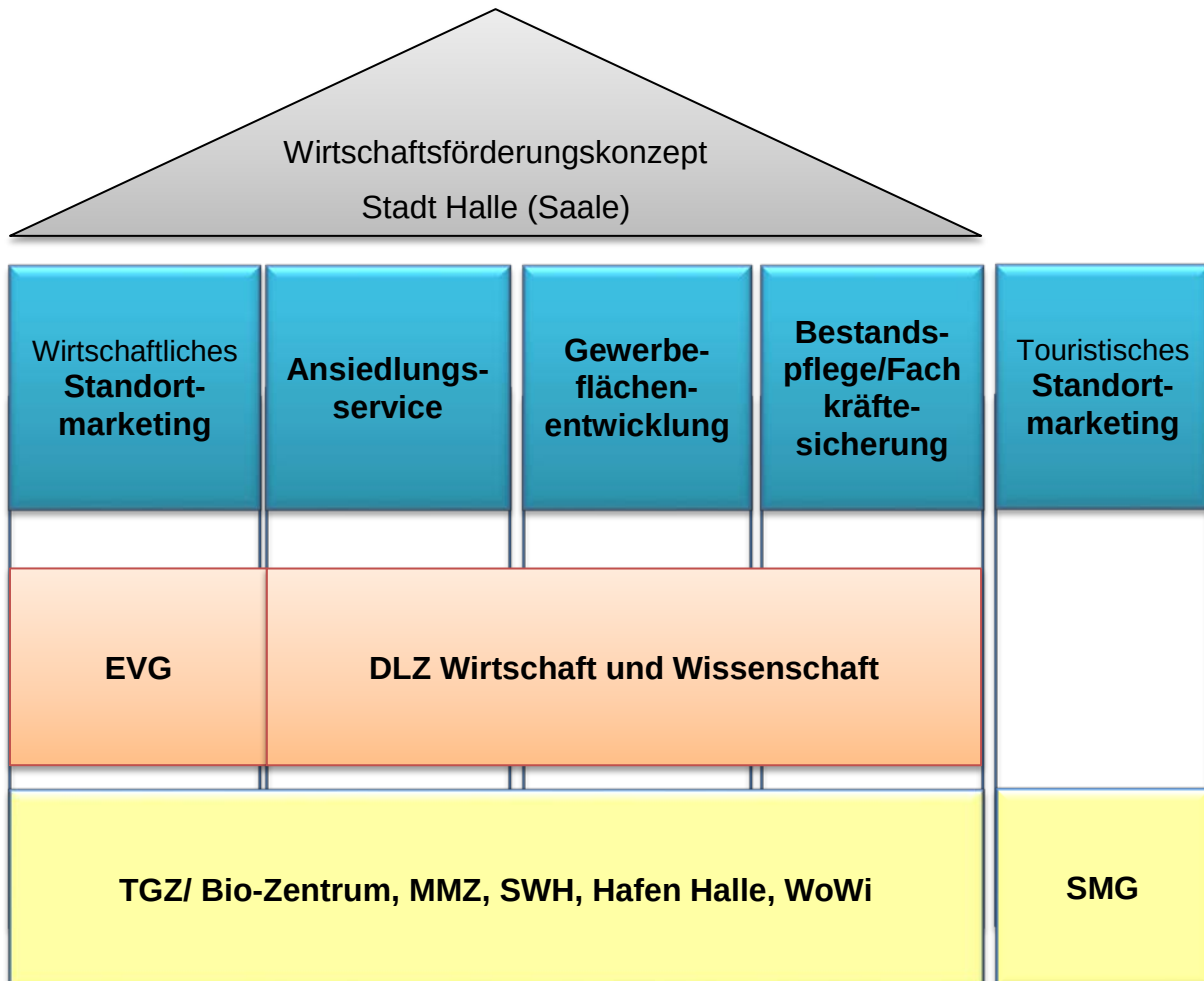


Abbildung 21: Überblick Organisationskonzept Wirtschaftsförderung in der Stadt Halle

Die erste Ebene (blau) stellt die Aufgaben dar, die zweite Ebene (orange) die Hauptakteure der Wirtschaftsförderung und die dritte Ebene (gelb) die beteiligten spezifischen Akteure im Konzern Stadt. Im nachfolgenden Punkt sind die Aufgabenverteilung und Schnittstellen näherer erläutert.

## 5.2 Darstellung der Aufgabenverteilung und Schnittstellendefinition

Für alle am Prozess Beteiligte (DLZ Wirtschaft und Wissenschaft, die EVG, das TGZ/Bio-Zentrum, das MMZ Halle und die SMG) wurde folgende Verfahrensweise und Aufgabenverteilung definiert.

Alle Aufgaben der Investorenansprache ~~und -betreuung bei gewerblichen Investoren~~ sowie das wirtschaftliche Standortmarketing sind komplett der EVG ~~als zentrale Ansiedlungsgesellschaft~~ zugeordnet. ~~Die einzige abgestimmte~~ Eine Ausnahme besteht bei Unternehmen, die in den Gründerzentren TGZ/Bio-Zentrum sowie MMZ direkt durch die dortigen spezialisierten Strukturen betreut werden. Bezüglich des Standortmarketings erfolgt durch den Prozessführer EVG eine Koordinierung der Marketingmaßnahmen, Layouts und Außenaktivitäten (z.B. Messebesuche) über alle Unternehmen und Beteiligten im Konzern Stadt. Die EVG wurde hierzu mit den notwendigen personellen und finanziellen Ressourcen ausgestattet.

Sämtliche ~~gewerblichen~~ Ansiedlungen ~~im star park und Erweiterungen im Stadtgebiet~~ liegen somit im Aufgabengebiet der EVG. ~~Nach einem Jahr des laufenden Betriebs wird das Unternehmen zu einem Bestandsunternehmen und wird dann vom DLZ WW in die Betreuung übernommen.~~

Für die Betreuung aller Bestandsunternehmen (Ausnahme Unternehmen im TGZ / Bio-Zentrum und MMZ) erfolgt eine bedarfsorientierte und nach Branchen spezialisierte Betreuung durch das DLZ WW. Hier werden die Unternehmen im Rahmen der Lotsenfunktion begleitet und in Kooperation mit Partnern (IHK, Gründernetzwerk u.a.) fachlich betreut. Erweiterungen am Standort, Unternehmensnachfolgen und Sanierungsfälle liegen somit im Aufgabenspektrum des DLZ WW. Der zunehmend wichtige Punkt der Fachkräftesicherung wird vom DLZ WW in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit und verschiedenen weiteren Netzwerkpartnern (Hochschulen, Bildungsträgern, Berufsförderungswerke, Personaldienstleister u.a.) derzeit ausgebaut und perspektivisch umfassend bearbeitet.

Der Bereich Gewerbegebietsentwicklung wird im DLZ WW neu aufgebaut. Wie zuvor beschrieben, liegen hier Defizite bei der bedarfsgerechten Entwicklung für Gewerbebestandorte vor. Die beschriebene Grundlagenarbeit und Projektentwicklung kann nur bei klarer Definition der Zuständigkeiten erfolgreich werden. Das DLZ WW ist für diesen Bereich als Prozessführer verantwortlich. Der GB II, weitere Bereiche der Stadtverwaltung sowie die betroffenen kommunalen Unternehmen werden eingebunden und vom DLZ WW

projektbezogen gesteuert. Dies kann auch zu sinnvollen projektbezogenen Zuordnungen von Spezialthemen auf einzelne Beteiligte unter Einbindung des DLZ WW führen (z.B. Heide Süd, Riebeckplatz).

In der folgenden Übersicht ist die Verteilung der Zuständigkeiten anhand der Aufgaben dargestellt.

| <b>Prozess</b><br><b>Unternehmen/<br/>Branchen</b>                          | <b>Aktive<br/>Ansprache</b> | <b>Ansiedlungs-<br/>verfahren/<br/>Investoren-<br/>service</b> | <b>Bestands-<br/>betreuung<br/>1-Jahr<br/>nach<br/>Betriebs-<br/>aufnahme</b> | <b>Erweiterung<br/>am Standort</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| Industrie/<br>produzierendes<br>Gewerbe/ Logistik<br>(im Star Park)         | EVG                         | EVG                                                            | DLZ WW                                                                        | EVG                                |
| Industrie/<br>produzierendes<br>Gewerbe/ Logistik<br>(in anderen GE/GI)     | EVG                         | <u>DLZ WW</u> EVG                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |
| Handwerk                                                                    | EVG                         | <u>EVG</u> DLZ WW                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |
| Dienstleistungen                                                            | EVG                         | <u>EVG</u> DLZ WW                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |
| Handel                                                                      | EVG                         | <u>DLZ WW</u> EVG                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |
| Medientechnologie<br>und IT<br>(Mieter MMZ)                                 | MMZ                         | MMZ                                                            | MMZ                                                                           | MMZ (bei<br>Auszug DLZ<br>WW)      |
| Medientechnologie<br>und IT (außerhalb<br>MMZ)                              | EVG                         | <u>DLZ WW</u> EVG                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |
| Technologie-<br>orientierte<br>Wirtschaft (Mieter<br>TGZ/Bio-Zentrum)       | TGZ                         | TGZ                                                            | TGZ                                                                           | TGZ (bei<br>Auszug DLZ<br>WW)      |
| Technologie-<br>orientierte<br>Wirtschaft<br>(außerhalb<br>TGZ/Bio-Zentrum) | EVG                         | <u>DLZ WW</u> EVG                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |
| Forschungs-<br>einrichtungen                                                | EVG                         | <u>DLZ WW</u> EVG                                              | DLZ WW                                                                        | DLZ WW                             |

Tabelle 14: Übersicht Schnittstellen

Zur Veranschaulichung werden in den folgenden Punkten Beispiele für die Abgrenzung der Beteiligten vorgestellt.

#### 1. Beispiel: Investor sucht Grundstück für produzierendes Gewerbe

Die Anfrage kommt über die Internetseite der Stadt über den Investorenservice und damit zur EVG. Diese bearbeitet die Anfrage und klärt den Bedarf ab. Sollte der Flächenbedarf zu gering für die Flächen im Star Park sein, werden Flächen im weiteren Stadtgebiet durch das DLZ WW vorgestellt. In diesem Fall übernimmt das DLZ WW die weitere Betreuung des Investors. Die passende Fläche wird über die Datenbank, die durch das DLZ WW geführt wird, gesucht. Für die Ansiedlung, ggf. dem Bau einer Produktionshalle mit Bürogebäude und die dafür notwendigen Anträge und Genehmigungen, wird bei einem Projekt im star park die EVG die Lotsenfunktion für den Investor übernehmen. Die EVG wird hierbei von dem DLZ WW unterstützt. ~~Ein Jahr nach dem Betriebsbeginn wird das angesiedelte Unternehmen zu einem Bestandsunternehmen und die Betreuung wird durch das DLZ WW übernommen, auch wenn das Unternehmen sich im Star Park angesiedelt hat. Im Falle einer Erweiterung im Star Park ist die EVG zuständig, bei einer Erweiterung außerhalb des Star Parks ist das DLZ WW zuständig.~~

#### 2. Beispiel: Ansiedlungsanfrage beim MMZ aus der Medientechnologie

Die Anfrage geht per E-Mail über die Internetseite der MMZ GmbH ein. Hier wird das Team von der MMZ GmbH den Bedarf ermitteln, ob sich die Anfrage auf eine Mietfläche oder auf eine Grundstücksfläche bezieht. Handelt es sich um eine Mietfläche muss geprüft werden, ob die geforderte Fläche im MMZ verfügbar ist und das Unternehmen die Förderauflagen erfüllt. Wenn im MMZ keine Kapazität vorhanden ist oder wenn eine Grundstücksfläche gesucht wird, werden die Anfrage und die bisher ermittelten/erfragten Anforderungen an dieas EVG DLZ WW weitergegeben. Wenn es sich um eine Mietfläche handelt und die MMZ GmbH diese zur Verfügung hat, kommt es zur Ansiedlung im MMZ. Das MMZ begleitet und lotst das Unternehmen durch die zu stellenden Anträge. Das Unternehmen wird dann ein Bestandsunternehmen des MMZ.

Bei Weitergabe an dieas EVG DLZ WW sucht diese gemeinsam mit dem Unternehmen einen Standort und lotst das Unternehmen durch das komplette Ansiedlungsverfahren. Im Falle von Ausgründungen aus Bestandunternehmen wird das DLZ WW diese begleiten und die Aufgabe der Betreuung übernehmen.

### 3. Beispiel: Ausgründung/Entwicklung aus dem Bestand des TGZ/ Bio-Zentrum

Ein Unternehmen welches in den Räumlichkeiten des TGZ angesiedelt ist, möchte sich erweitern, weitere Räume stehen jedoch im TGZ nicht mehr zur Verfügung. Daher sucht das Unternehmen nach einem Standort der die Flächenanforderungen erfüllt. Das TGZ gibt diese Information an das DLZ WW weiter und dieses bietet seine Hilfe für die Suche nach einem Standort an. Das DLZ WW lotst nun das Unternehmen durch den Prozess der Erweiterung aus dem TGZ in das weitere Stadtgebiet von Halle (Saale).

Diese Aufgaben, Abgrenzungen und Schnittstellen untereinander, sind in den Konzepten der beteiligten Strukturen klar definiert. Wöchentlich findet eine Koordinierung und Erfolgskontrolle im Jour fix zur Wirtschaftsförderung beim Oberbürgermeister statt. Monatlich erfolgt eine übergreifende Abstimmung mit allen relevanten Geschäftsführern im „Arbeitskreis Wirtschaft“ unter Leitung des Oberbürgermeisters.

## **5.3 Kurzdarstellung Konzept des „Dienstleistungszentrums für Wirtschaft und Wissenschaft“**

### 5.3.1 Zielsetzung

Gegenstand der Arbeit des neuformierten Dienstleistungszentrums Wirtschaft und Wissenschaft (DLZ WW) sind Maßnahmen zur Optimierung des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes Halle (Saale) im Sinne der Schaffung zukunftsfähiger Strukturen in Kooperation mit Akteuren innerhalb und außerhalb der Verwaltung. Das DLZ WW fungiert als ~~einheitlicher-zentraler~~ Ansprechpartner für die am Standort ansässigen Unternehmen, Institutionen und deren Netzwerke, schafft für diese ein wirksames Serviceangebot und trägt zur Schaffung einer hohen Qualität des Zusammenwirkens von Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Politik in Projektstrukturen zum Wohle der Entwicklung des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes bei. Besondere Bedeutung kommt der Zusammenarbeit mit der EVG, die als ~~einheitlicher—zentraler~~ Ansprechpartner in allen Fragen der Ansiedlungsakquisition und des Standortmarketings wirkt, zu sowie der Kooperation mit den städtischen Töchtern TGZ und Bio-Zentrum GmbH sowie MMZ GmbH.

### 5.3.2 Aufgabengebiete

Aus der oben formulierten Zielsetzung leiten sich im Einzelnen die folgenden Aufgaben ab:

#### Bestandspflege

Die Aufgabe umfasst die Gesamtheit der Maßnahmen zur partnerschaftlichen Begleitung der ansässigen (privatwirtschaftlichen) Unternehmen und Institutionen in jeglichen Entwicklungsphasen, Lebenslagen und bei jeder Art von Problemen mit dem Ziel der Erhöhung der Standortzufriedenheit und –bindung für eine nachhaltige Standortentwicklung. Sie dient darüber hinaus der Stärkung von lokalen und regionalen Kooperationen sowie Netzwerkstrukturen. Die Mitarbeiter des DLZ WW agieren als „Einheitlicher Zentraler Ansprechpartner“ für die jeweiligen Vertreter der Branchen und Einzelunternehmen.

#### Unterstützung EVG bei gewerblichen Ansiedlungsservice

Die Aufgabe beinhaltet die Unterstützung der mit der Ansiedlungsakquisition für den star park betrauten EVG im Sinne der Koordination sowie Leistungsbereitstellung innerhalb der Verwaltung (Backoffice). ~~Die notwendige schnelle und individuelle Übermittlung von passfähigen Standortangeboten für Anfragen aus jeglichen Quellen erfordert die Bereitstellung eines hocheffizienten Immobilienservices und einer umfassenden und aktuellen Immobiliendatenbank. In die Datenbank werden die kommunalen Flächen (bebaute sowie unbebaute) aufgenommen aber auch die Flächen von Dritten/Privaten. Hier werden ebenfalls die bebauten und unbebauten Flächen sowie auch Büroflächen aufgenommen.~~

#### StandortGewerbeflächenentwicklung

Die weitgefächerte Aufgabe dient der Verbesserung der Standortbedingungen im Sinne der Optimierung des Angebotes an Verkaufs- und Mietflächen für Unternehmensansiedlungen und Erweiterungsvorhaben von Bestandsunternehmen sowie der Schaffung eines bedarfsgerechten Umfeldes. Die nachhaltige Standortentwicklung tangiert die Bereiche Ansiedlungsservice und Bestandspflege gleichermaßen und zielt auf ein ausreichendes, flexibles und differenziertes Immobilienangebot sowie auf dessen adäquate und attraktive Kommunikation gegenüber den Zielgruppen (Standortmarketing und –kommunikation) ab. Basis einer erfolgreichen Standortentwicklung ist eine enge Kooperation insbesondere mit der EVG und dem Geschäftsbereich Stadtentwicklung und Umwelt (II) zur permanenten Erfassung des Bedarfs der Kunden und zur Schließung von Lücken im Standortangebot.

Die inhaltliche Ausgestaltung und Wahrnehmung der Aufgaben im DLZ WW trägt dem Umstand Rechnung, dass die Art und Weise des Herangehens an die Aufgabenerfüllung für die beiden Zielgruppen Wirtschaft und Wissenschaft entsprechend deren differenzierten Charakters hinreichend unterschiedlich sein muss.

#### 5.3.2.1 Umsetzung der Aufgaben

Das DLZ WW ist ~~einheitlicher-zentraler~~ Ansprechpartner im Rahmen der Bestandspflege.

Aufgaben für die Gesamtheit der Unternehmen und Institutionen bzw. Branchen:

- Aufbau und Pflege einer Bestandsdatei, Entwicklung und Fortschreibung eines Bestandspflegekonzeptes (inkl. Generierung von Branchenwissen)
- Beiträge zur Verbesserung der Standortbedingungen im Sinne der bedarfsgerechten Ergänzung der Standortangebote, der zur Verfügung stehenden Dienstleistungen und der sozialen Infrastruktur zur Schließung von Lücken im Angebot
- Networking mit allen auf Branchen bezogenen und generalistisch arbeitenden Netzwerken und Organisationen sowie das Initiieren von neuen Netzwerken und die Begleitung von Unternehmen und Institutionen, die Zutritt zu den Netzwerken suchen
- Projektarbeit im Rahmen der Bestandspflege mit unterschiedlichster Zielstellung
- Systematische Öffentlichkeitsarbeit zum Wissenschafts- und Medienstandort Halle (Saale) mit den betroffenen Akteuren in den Branchen mit Koordinierung durch die EVG

Aufgaben für einzelne Unternehmen und Institutionen

- Aktive Bestandspflege im Sinne der Umsetzung des Bestandspflegekonzeptes auf der Basis der Klassifizierung der betreuten Unternehmen und Zuordnung zu Branchenspezialisten
- Reaktive Bestandspflege (auch „Fallmanagement“), die durch jegliche Anfragen von Unternehmen und Institutionen ausgelöst wird und minimierte Reaktionszeiten erfordert
- Wahrnehmung der Lotsenfunktion durch die Verwaltung und kooperierende Bereiche außerhalb der Stadtverwaltung mit dem Ziel, die Prozesse bei Anfragen der Unternehmen und Institutionen zeit- und aufwandsparend sowie konfliktfrei zu gestalten (Zentraler Ansprechpartner)
- Existenzgründungsbegleitung, Fördermittel- und Finanzierungsberatung ~~auch—in Abstimmung mit der EVG~~ im Falle von Ansiedlungsprozessen und für Gründer aus allen Bereichen, unabhängig von Kammerzugehörigkeit und Status (Leistungsbezug durch Jobcenter und Agentur für Arbeit). Die weiteren Partner im Gründernetzwerk, auch das

TGZ in Kooperation mit Univations, beraten spezielle Zielgruppen. Die Stadt Halle (Saale) (DLZ WW) hat den Vorsitz im regionalen Gründernetzwerk.

- Betriebsberatung mit dem Ziel der Erarbeitung von Handlungsempfehlungen in speziellen Lebenslagen (Schnittstelle zu professionellen Beratern)
- Kooperationsmanagement zum Zweck der Herstellung von Kontakten zu potentiellen Kooperanden, Geschäftspartnern und/oder Kunden mit dem Effekt einer hohen Bindungswirkung und eines Vertrauenszuwachses gegenüber der Verwaltung (gleichzeitig wichtige Schnittstelle zwischen Bestandspflege und Ansiedlungsbegleitung)
- Baustellenmanagement für gewerbliche Anlieger in Baustellenbereichen

Das DLZ WW dient als Dienstleister für die Aufgabengebiete Ansiedlungsakquisition und Ansiedlungsbegleitung (Backoffice).

Die EVG fungiert als einheitlicher Ansprechpartner für gewerbliche Investoren/Ansiedlungsprojekte im star park und die gewerblichen Flächen in der Stadt Halle (Saale). In diesem Sinne übernimmt sie die alleinige Verantwortung für die Ansiedlungsakquisition und das Standortmarketing.

Das DLZ WW übernimmt nach Maßgabe der o.g. Klassifizierung folgende Teilaufgaben als Dienstleistung für die EVG für Ansiedlungen:

- ~~Bereitstellung von Standortangeboten über das Datenbanksystem IIS~~
- ~~Recherche zu ausgewählten Standorten/Immobilieeigentümern~~
- Individuelle projektbezogene Finanzierungs- und Fördermittelberatung
- Hilfestellung/Ansprechpartner/Lotsenfunktion innerhalb der Stadtverwaltung
- Bereitstellung von Kontakten und Zugang zu Netzwerken
- Relocationservice

Eine besondere Bedeutung im Rahmen der Aufgabe Ansiedlungsservice kommt der Fachkräftesicherung zu, die neben der Bereitstellung eines passfähigen Standortes für Investitionen essentiell ist. Die benötigten Fachkräfte werden in Kooperation mit der Arbeitsagentur (gezielte Suche im Auftrag des Investors und geeignete, auch individuelle Qualifizierungsmaßnahmen) gesichert. Zusätzliche Leistungen erbringen die im Netzwerk des DLZ WW vorhandenen Personaldienstleister. Die Aufgabe der Fachkräftesicherung reicht bis hin zur Gestaltung eines attraktiven Lebensumfeldes für die Fachkräfte und beinhaltet ein Paket von Maßnahmen (z.B. Relocationservice, Suche nach Kinderbetreuungsplätzen, Suche nach Arbeitsplätzen für Partner und ähnliches). Ein



Vertreter des DLZ WW arbeitet bedarfsweise in Fachgremien mit (z.B. regionaler Arbeitskreis RAK). Der Fachkräftesicherung kommt eine adäquat große Rolle auch in Fällen der Erweiterung von Bestandsunternehmen zu.

Das DLZ WW leistet selbständig einen qualifizierten und umfassenden Ansiedlungsservice für die Zielgruppe, die nicht durch die EVG betreut wird (Projekte aus den Branchen Technologie, Medientechnologie oder IT in Abstimmung mit der TGZ und Bio-Zentrum GmbH sowie der MMZ GmbH). Das DLZ WW begleitet eben diese Ansiedlungsverfahren und neuangesiedelten Unternehmen, stellt eine einheitliche Servicequalität sicher und übernimmt die Dokumentation.

Das DLZ WW bietet die schnelle Vermittlung von Gewerbeflächen~~Standort~~angeboten durch Aufbau und Pflege einer Immobiliendatenbank (Immobilien-service).

Das DLZ WW dient als zentraler Ansprechpartner für die Gewerbeflächen~~Standort~~entwicklung.

Ziel ist die Schaffung von bedarfs- und anforderungsgerechten Gewerbeflächen als Bestandteil eines wettbewerbsfähigen Standortangebotes zur Gewinnung ortsfremder Unternehmen einerseits und als qualifizierter Standortfaktor mit besten Bedingungen für ortsansässige Unternehmen andererseits.

Die Basis der komplexen Aufgabe (Definition siehe oben) ist eine Bestandserfassung (Flächenkataster und –monitoring) und Bedarfsanalyse, um die Entwicklungsaktivitäten anforderungsgerecht im Sinne der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Halle (Saale) zu gewährleisten. Die Fokussierung der Arbeit erfolgt auf mögliche Expansionsflächen ansässiger Unternehmen und Flächen zur Neuansiedlung (Flächenbedarfe der Kunden der EVG), ergänzt durch Hinweise externer Partner.

Das Gewerbeflächenmonitoring umfasst im Einzelnen:

- die Identifizierung von bisher nicht genutzten Flächen und Teilflächen
- die vertiefende Analyse der festgestellten Potentialflächen
- die Klärung von Eigentümerkontakten, Infrastruktur, Baurecht u.a.
- die Festlegung von Kriterien zur Datenerfassung der einzelnen Standorte
- die Erfassung von Entwicklungen auf den identifizierten Flächen
- die Definition von Maßnahmen zur Ertüchtigung der Flächen

Das Monitoring und die Erstellung von Konzepten für die Flächenentwicklung erfolgen in enger Kooperation mit der EVG (Input für Gewerbeflächen~~Standort~~entwicklungsplanung) sowie den Geschäftsbereichen II und III (Flächenerfassung sowie Umsetzung der geplanten Standortentwicklung inkl. der Einwerbung und Bewirtschaftung der Fördermittel, der Bebauungsplanungen und bedarfsgerechten Ertüchtigung der Standorte) sowie einer Vielzahl von Arbeitsgruppen, die sich dem Thema Gewerbeflächenentwicklung widmen (z.B. Regionalforum Halle, Arbeitskreis Bahnflächen, Metropolregion und deren Arbeitsgruppen) und deren Aktivitäten gebündelt werden müssen. Die Erfüllung der Aufgabe bedarf der personellen Unterstützung (inkl. des Aufbaus von Planungs- und Ingenieurkompetenzen).

Das DLZ WW ist Dienstleister für die Querschnittsaufgaben Standortmarketing und-kommunikation.

Die zielgruppenorientierte Kommunikation des Standortangebotes erfolgt unter Federführung der EVG und gemäß der von der EVG entwickelten Kommunikationsstrategie (Standortmarketing).

Die EVG gibt an das DLZ WW Aufgaben im Rahmen der

- Produktentwicklung
- Messebesuche und Teilnahme an internationalen Veranstaltungen
- offensive Bewerbung des Standortes
- Kommunikation für (Bestands-)Kunden

fallweise und im Sinne der oben erläuterten Branchenschwerpunktsetzung weiter.

Die Organisation von wirtschaftsrelevanten Veranstaltungen in Halle (Saale), die schwerpunktmäßig die Bestandspflege unterstützen (z.B. Wirtschaftsgespräch des OB, Branchen- und Gewerbegebietsveranstaltungen), die Unterstützung von Veranstaltungen Dritter, die der Präsentation des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandortes Halle (Saale) dienen (z.B. Fachkonferenzen der Hochschul- und Forschungseinrichtungen) sowie die Kommunikation zu dem Thema Wissenschaft und wissensbasierte Wirtschaft und die Medientechnologie als Dienstleistung gegenüber den Zielgruppen obliegen dem DLZ WW.

### 5.3.3 Schnittstellen/Abgrenzungen zu weiteren Akteuren der Wirtschaftsförderung im Konzern Stadt

- EVG: Das DLZ WW ist als Dienstleister und Kooperationspartner für die Aufgabengebiete Ansiedlungsservice und Standortmarketing tätig. Die EVG wiederum ist Impuls- und Inputgeber für das Thema Standortentwicklung.
- TGZ und Bio-Zentrum GmbH/MMZ GmbH: Bei der Bestandspflege und Standortbetreuung für die zugeordneten Branchen entstehen Schnittstellen, die mit dem Ziel der bestmöglichen Betreuung der Bestandsunternehmen und gezielten Entwicklung von Branchenkompetenzen zugeschnitten werden. Im Bedarfsfall unterstützt das DLZ WW die Ansiedlung von Unternehmen in den von den städtischen Töchtern verantworteten und für spezielle Zielgruppen zugeschnittenen Gründer- und Technologiezentren. Die Formierung, Unterstützung und Pflege der branchenbezogenen Netzwerke erfolgt kooperativ.
- Stadtmarketing GmbH: Schnittstellen entstehen insbesondere bei der Betreuung von Veranstaltungen, aus Anlass derer die SMG GmbH Dienstleistungen (z.B. Vermittlung von Hotelbetten, Begleitprogramm) anbietet. In der Zusammenarbeit mit der Universität und den Hochschuleinrichtungen leistet die SMG die Aufgabe des Hochschulmarketings im Sinne der Studentenwerbung und das DLZ WW die Wissenschaftskommunikation.
- Schnittstellen innerhalb der Stadtverwaltung: Die Zusammenarbeit mit dem GB II erfolgt im oben beschriebenen Sinne der Standortentwicklung und Betreuung von privatwirtschaftlichen, auf die Schaffung von Arbeitsplätzen gerichteten Investitionsvorhaben. Weitere wichtige Schnittstellen bestehen mit den übrigen DLZ, dem Bereich Immobilien (GB III) und dem OB-Büro (Team Repräsentation, Team Presse).

### 5.3.4 Steuerungsgrößen und Zielvorgaben

Bestandspflege: Die Branchenverantwortlichen des DLZ WW planen die aktive Bestandspflege (Anzahl von Bestandspflegebesuchen in Abhängigkeit der Unternehmensklassifizierung), die Durchführung von Branchen- und Gewerbegebietsveranstaltungen und andere auf Branchen- und Gewerbegebiete bezogene Projekte (z.B. Befragungen) in konkreter Höhe. Zielvorgaben bei der reaktiven Bestandspflege betreffen die Reaktionszeiten und die Qualität der Betreuung der an die Verwaltung herangetragenen Problemfälle.

Wichtigste Steuergröße ist die Anzahl der erfolgten Unternehmenssicherungen / -erweiterungen und die hierbei gesicherten bzw. neu geschaffenen Arbeitsplätze.

Der Umfang der aktiven Bestandspflege und die Qualitätskriterien der reaktiven Bestandspflege sind somit durch das DLZ WW selbst planbar, nicht jedoch die Fallkennzahlen der reaktiven Bestandspflege, die eine entscheidende Größe zu Lasten der aktiven Bestandspflege sein kann.

Ansiedlungsservice für EVG (Backoffice): Der Umfang richtet sich nach der Menge der an das DLZ WW abgegebenen Teilaufgaben. Die Quantität ist vom Umfang der eingehenden Aufträge abhängig; die Qualitätskriterien hinsichtlich Schnelligkeit und Tiefe der Bearbeitung und zwischen DLZ WW und EVG abzustimmen. Im Zusammenhang mit dem vom DLZ WW selbstständig geleisteten Ansiedlungsservice wird das Qualitätsmanagement auf die Faktoren Kundenorientierung, Wettbewerbsfähigkeit (im Hinblick auf Zeit, Inhalt und Zuverlässigkeit sowie Ergebnis- und Erfolgsorientierung) ausgerichtet.

Standortentwicklung: Der Bereich ist neu aufzubauen, sodass die Zielvorgabe zunächst die Entwicklung eines Monitoringdesigns sein wird. In einer ersten Phase werden auf Basis der Bewertenden GE-/GI-Flächenanalyse (in Erarbeitung vom isw und FB 61) Flächen ausgewählt und die Informationsbasis darüber qualifiziert (Flächenkataster). Ziel ist die Verbesserung des Standortangebotsportfolios zur Gewinnung neuer Unternehmen (Flankierung der Vermarktungsaktivitäten der EVG), aber auch die Standortverbesserung für ortsansässige Unternehmen. Zur Angebotsverbesserung gehört z. B. die Breitband-Internetversorgung. Hierzu soll 2015 eine Machbarkeitsstudie erstellt werden.

## **5.4 Kurzdarstellung des Konzeptes der Entwicklungsgesellschaft EVG als Ansiedlungsgesellschaft**

### **5.4.1 Zielsetzung und Entwicklungsziele**

Mit der Neustrukturierung und Übertragung von Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung auf die EVG soll zukünftig eine zentrale Stelle geschaffen werden, die ein aktives und international orientiertes Standortmarketing ~~gewerblicher Flächen~~ verfolgt und eine direkte Markt- und Unternehmensansprache sowie gewerbliche Ansiedlungsakquise für die Stadt Halle (Saale) übernimmt. Sie soll als einheitlicher Ansprechpartner für Investoren in allen Fragen zur gewerblichen Ansiedlung im stark park fungieren. Im Fokus der Gesellschaft stehen zukünftig Aktivitäten zum wirtschaftlichen Standortmarketing und der Ansiedlungsakquise bzgl. der gewerblichen Flächen der Stadt Halle (Saale) unter Einbindung der strategischen Partner im Konzern Stadt sowie der Region

Mitteldeutschland. Der Zusammenarbeit mit dem Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Halle (Saale) kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu.

#### 5.4.2 Künftige Konzeption

##### 5.4.2.1 Aufgabengebiete

Die zukünftigen Kernaufgaben der EVG im Rahmen der neustrukturierten kommunalen Wirtschaftsförderung der Stadt Halle (Saale) sind die federführende Rolle zur Entwicklung des Standortmarketings für wirtschaftliche und gewerbliche Flächen sowie deren Vermarktung im Wege einer abgestimmten Ansiedlungsakquise mit Ansprechpartner- und Lotsenfunktion, insbesondere für die gewerblichen Flächen im Gewerbegebiet Star Park. Die zukünftig wesentlichen Einzelaufgaben der EVG und deren Umsetzung sind im folgenden Punkt benannt.

##### 5.4.2.2 Umsetzung der Aufgaben

###### EVG als verantwortlicher Prozessführer für das Aufgabengebiet Standortmarketing

- Aktive und internationale Markt- und Unternehmensansprache
- Marketing für gewerbliche Flächen durch:
  - Marktanalyse und Konzeptentwicklung zum Standortmarketing in Abstimmung mit den Partnern der kommunalen Wirtschaftsförderung
  - Produktentwicklung für gewerbliche Flächen, insbesondere den Star Park
  - Messebesuche und Teilnahme an internationalen Veranstaltungen
  - Offensive Bewerbung des Standortes
  - Einbindung regionaler und überregionaler Partner, insbesondere German Trade & Invest sowie IMG
- Direkte Unterstützung des DLZ Wirtschaft und Wissenschaft bei der gewerblichen Standortentwicklung durch marktorientierten Input und Abstimmung

EVG als verantwortlicher Prozessführer für das Aufgabengebiet Ansiedlungsakquisition

- Zentraler Ansprechpartner für gewerbliche Investoren/Ansiedlungsprojekte [im stark park](#)
- Direkte Betreuung von Ansiedlungsprojekten [im star park](#): Unterstützung im Projektmanagement, Projektsteuerung, Bauüberwachung, Bau- und Finanzierungsabwicklung von eigenen Projekten/Objekten oder für Dritte
- Lotsenfunktion und Steuerungsfunktion gegenüber der Stadtverwaltung bei der Unterstützung von Investoren in allen Fragen der Ansiedlung [im star park](#), insbesondere bauplanerischen und baurechtlichen Verfahren, Personalfragen in Abstimmung mit dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Halle (Saale)
- Projektmanagement im Rahmen von Ansiedlungsprozessen zur Unterstützung potentieller Investoren
- Finanzierungs- und Fördermittelberatung im Rahmen der jeweiligen Projekte unter direkter Einbeziehung des DLZ Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Halle (Saale)
- Kooperationsmanagement durch den Aufbau und die Entwicklung von Netzwerken zwischen und im Sinne von Unternehmen mit den regionalen Akteuren (z. B. IMG, GTal, MLU, TGZ, MMZ, IHK)
- Kurzfristige Beteiligung an Projekt- und Objektgesellschaften sofern es der Erfüllung der Kernaufgaben zweckdienlich ist

Im Detail gehören hierzu insbesondere folgende Aktivitäten, die in enger Abstimmung mit dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft durch die EVG zu betreiben sind:

— Produkte entwickeln

- Offensive Bewerbung des Standortes Stadt Halle (Saale), insbesondere der gewerblichen Flächen des Star Parks am regionalen und internationalen Markt
- Präsenz auf regionalen und überregionalen Veranstaltungen
- Kooperative Marktansprache in Zusammenarbeit mit Stadt/Metropolregion/externen Partnern sowie Recherche und Akquisition von Gewerbeflächen in enger Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung Halle (Saale)
- Erstellen von Exposés und Objektbeschreibungen
- Kooperationsmanagement und Einbindung internationaler Partner wie German Trade & Invest sowie IMG
- Bedarfsweise Durchführung eines flächenbezogenen Chancen- und Risikomanagements nach Beauftragung und unter Abstimmung mit dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft

Im Ergebnis soll konsequent das **Ein-Ansprechpartner-Prinzip** für gewerbliche Investoren am Markt wahrgenommen werden. Dies bedeutet, dass jegliche Ansiedlungsinteressenten für den star park in allen Fragen zur Ansiedlung (bauliche Fragen, Fördermittel, Arbeitskräfte, Genehmigungen, regionale Partner, etc.) durch einen Mitarbeiter der EVG betreut werden. Dieser Mitarbeiter stellt die Verbindungen zu den notwendigen Behörden und Partnern auf direktem Wege her und unterstützt die Investoren bei der Ansiedlung.

Zur Umsetzung der Ziele und Aufgaben ist die EVG neben der finanziellen Ausstattung für Sachkosten und Marketingaufwendungen insbesondere personell weiter zu entwickeln. ~~Hierzu soll das Team neben der Geschäftsführung und dem Sekretariat drei Mitarbeiter für das Aufgabengebiet Ansiedlungsbetreuung und einen Mitarbeiter für das Aufgabengebiet Marketing umfassen.~~

#### EVG als Entwicklungsträger für Heide Süd

Die EVG wird ab 1. Januar 2016 die Entwicklungsträgerschaft für das Gebiet Heide Süd mittels Beauftragung durch die Stadt Halle (Saale) übernehmen. Hierzu werden 2 bis 3 neue Stellen geschaffen und im Wirtschaftsplan abgebildet. Die Vermarktung der gewerblichen Flächen erfolgt in enger Kooperation mit dem TGZ / Bio-Zentrum.

##### 5.4.2.3 Schnittstellen/Abgrenzungen zu weiteren Akteuren der Wirtschaftsförderung

Durch die genannten Kernaufgaben der EVG bestehen Schnittstellen, insbesondere mit dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft der Stadt Halle (Saale). Für den Bereich der Ansiedlungsakquisition im star park soll das DLZ Wirtschaft und Wissenschaft als Backoffice der EVG agieren, um die verwaltungsspezifischen Belange der Ansiedlungsvorhaben zielgerichtet und kurzfristig unterstützen zu können.

Für die Standortentwicklung, insbesondere den Aufbau und die Verwaltung der Angebots- und Flächendatenbank und des Immobilieninformationssystems, ist das DLZ Wirtschaft und Wissenschaft verantwortlich, um die bisherigen Informationen und Unterlagen unter Berücksichtigung der Aufgabenstellung der EVG vereinheitlicht zu dokumentieren und weiterzuentwickeln. Für diesen Themenbereich besteht die Notwendigkeit zur vielseitigen Abstimmung mit verschiedensten Fachbereichen der Stadtverwaltung, insbesondere mit dem GB II der Stadt Halle (Saale), um eine qualitative und marktorientierte Standortentwicklung für die Stadt Halle (Saale) zu gewährleisten.

Durch die im Rahmen der Neuausrichtung der EVG entstehenden Erfahrungen und Kompetenzen aus dem Standortmarketing und der Ansiedlungsakquisition wird die EVG das DLZ Wirtschaft und Wissenschaft bei der Erarbeitung einer marktorientierten Flächen- und Angebotsdatenbank, die die Interessen potentieller Investoren beinhaltet, direkt unterstützen. Auf dieser Basis und in gemeinsamer Abstimmung mit dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft und den eingebundenen Fachbereichen der Stadtverwaltung soll ein Immobilieninformationssystem entwickelt werden, welches nachfrage- und marktorientiert auf gewerbliche Investoren zugeschnitten ist. Hierzu gehört ebenso die konzeptionelle Entwicklung der Gewerbeflächen und die Marktvorbereitung dieser Areale in enger Kooperation zwischen dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft und der EVG.

#### 5.4.2.4 Steuerungsgrößen und Zielvorgaben

Da das Hauptaugenmerk der EVG in der Ansiedlungsakquisition und –betreuung von gewerblichen Unternehmen liegt, ist als Steuerungsgröße im Wesentlichen die Vermarktung gewerblicher Flächen, insbesondere im Gewerbegebiet Star Park, festgelegt. Hierfür ist als Zielvorgabe für die nächsten Jahre die Ansiedlung von Unternehmen auf einer Fläche von durchschnittlich ca. 25 ha pro Jahr vorgesehen. Hierbei soll sich zielgerichtet auf hochwertige wirtschaftliche Betätigung mit hoher Arbeitsplatzquote konzentriert werden. Hier werden die Anzahl der Ansiedlungen und die geschaffenen Arbeitsplätze zentrale Steuergröße.

### 5.5 Kurzdarstellung des Konzeptes des Technologie und Gründerzentrums und des Bio-Zentrum

#### 5.5.1 Zielsetzung und Entwicklungsziele

##### 5.5.1.1 Ziele

Die Ziele der TGZ Halle GmbH und der Bio-Zentrum Halle GmbH bilden ein Zielsystem. Bestandteile dieses Systems sind eigenwirtschaftliche, kundengerichtete, infrastrukturbezogene und wirtschaftspolitische Zielstellungen. Zu unterscheiden sind ökonomische und nicht ökonomische Ziele.

Kernziel ist die wirtschaftlich tragfähige Unterstützung der potenziellen, aktuellen und ehemaligen Mieter bei der Schaffung und Sicherung von hochqualifizierten Arbeitsplätzen in der Region Halle (Saale). Zu diesem Zweck wurden strategische Handlungsfelder definiert und mit zielführenden Instrumenten untersetzt. Deren Einsatz erfolgt jeweils operativ im Rahmen einer detaillierten Maßnahmenplanung und -umsetzung.



Grundphilosophie ist die ganzheitliche Unterstützung der Mieter im Gründungs- und Wachstumsprozess, einschließlich der Sicherung des Unternehmensbestandes und der Unterstützung ehemaliger Mieter bei der Ansiedlung in der Stadt Halle (Saale), insbesondere im Technologiepark Weinberg Campus. Dieser Philosophie entsprechend, wird der Einsatz aller Instrumente und Maßnahmen in den strategischen Handlungsfeldern auf die situativen Bedürfnisse junger Technologieunternehmen in den Gründungs- und Wachstumsphasen ausgerichtet.

#### 5.5.1.2 Zielgruppen

Die Definition der Zielgruppen ergibt sich aus dem satzungsgemäßen Unternehmenszweck. Demzufolge stehen junge, kleine und mittelständische Technologieunternehmen (KMU) mit wissensbasierten Geschäftsmodellen im Kernfokus der Geschäftstätigkeit des TGZ. Hierbei wird zwischen Unternehmensgründungen (Unternehmensalter 0 bis 3 Jahre) und jungen Wachstumsunternehmen (Unternehmensalter 4 bis 8 Jahre) unterschieden. Darüber hinaus gehören technologieorientierte Forschungseinrichtungen zur Kernzielgruppe. Letztlich werden bereits etablierte Technologieunternehmen bei der Expansion aus dem TGZ und der Niederlassung im Stadtgebiet unterstützt. Ebenfalls zu den Zielgruppen gehören Dienstleistungsunternehmen, die zur partnerschaftlichen Aufgabenerfüllung in den Bereichen Gründung und Wachstum sowie zur Entwicklung, Nutzung und zum Transfer von Technologien beitragen.

#### 5.5.1.3 Branchenfokus

Der wissenschaftlich-technologischen Ausrichtung der im Technologiepark Weinberg Campus ansässigen Institute der Martin-Luther-Universität, der außeruniversitären Forschungseinrichtungen<sup>28</sup>, der Bestandsunternehmen, der identifizierten zukünftigen Marktpotenziale, der überregionalen Wettbewerbssituation sowie der bereits vorhandenen baulichen und technischen Infrastruktur entsprechend, ist auch zukünftig eine Ausrichtung der Tätigkeiten in den Bereichen Ansiedlung, Gründungsförderung und Technologietransfer auf Unternehmen mit naturwissenschaftlich und technisch orientierten Geschäftsmodellen vorgesehen. Dies schließt ausdrücklich auf diese Ausrichtung fokussierte Unternehmen aus dem Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie und der Softwareentwicklung ein.

---

<sup>28</sup> Institute und Zentren der Fraunhofer Gesellschaft, der Max-Planck-Gesellschaft, der Leibnitz- und der Helmholtz-Gemeinschaft

## 5.5.2 Strategische Handlungsfelder (Aufgabengebiete)

### 5.5.2.1 Struktur

Aus den zuvor genannten Zielen leiten sich folgende strategische Handlungsfelder (Aufgabengebiete) ab, in denen konkrete Instrumente und Einzelmaßnahmen (Aufgaben) geplant und umgesetzt werden.

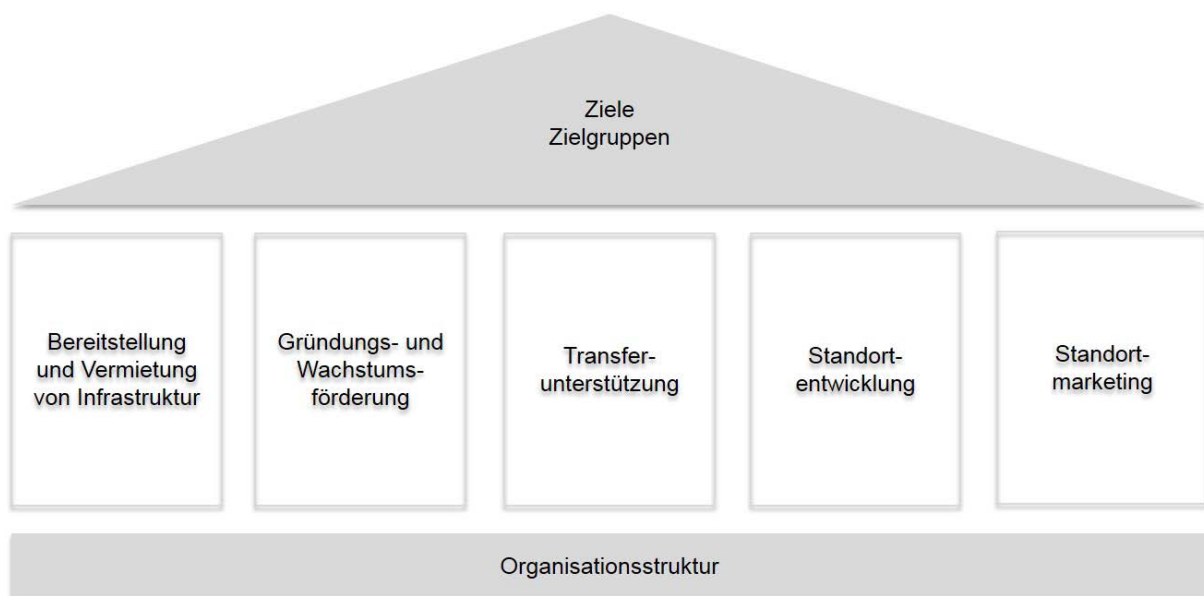


Abbildung 22: Handlungsfelder des TGZ/Bio-Zentrum<sup>29</sup>

### 5.5.2.2 Prozesse

Die Ausrichtung der kundenbezogenen Angebote orientiert sich innerhalb der strategischen Handlungsfelder situativ an den Phasen des Gründungs- und Wachstumsprozesses junger Technologieunternehmen sowie am Prozess des Technologietransfers aus der Wissenschaft. Darüber hinaus werden aus interner Unternehmenssicht stets die Prozessschritte Ansiedlung (Akquisition) und Bestandspflege (Bindung) betrachtet. Der wirtschaftspolitischen Aufgabenstellung entsprechend, wird zudem der Prozessschritt der Expansion (Auszug) von Unternehmen aus dem TGZ betrachtet. Hierbei liegt der Fokus auf der Beförderung der Standortentscheidung dieser Unternehmen für den Technologiepark Weinberg Campus oder für andere geeignete Flächen in der Stadt Halle (Saale).

<sup>29</sup> Quelle: Strategiekonzept der TGZ Halle GmbH, Stand 09/2015

### 5.5.3 Instrumente und Maßnahmen (Umsetzung der Aufgaben)

#### 5.5.3.1 Handlungsfeld: Bereitstellung und Vermietung von Infrastruktur

Den Kern des Geschäftsmodells des TGZ bilden die Bereitstellung und die Vermietung moderner und auf die Bedürfnisse der Zielgruppen zugeschnittener Infrastrukturen. Dies betrifft bauliche und technische Belange sowie infrastrukturbezogene Dienstleistungen. Ziel ist es, den Mietern eine Konzentration auf die Entwicklung des eigenen Kerngeschäfts zu ermöglichen. Die vermietbaren Flächen umfassen Büroräume, Laborräume (S1, S2), Reinräume, Technikumsräume, Lager und Parkplätze (Freiflächen, Tiefgarage) sowie Veranstaltungsräume (Seminar-, Konferenz-, Sozialräume) und gemeinschaftlich nutzbare Flächen (Foyer, Sanitäranlagen etc.). Ergänzt wird dieses Angebot in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern um bedarfsorientierte Infrastruktur-Dienstleistungen. Der Aufbau und die Erneuerung der Infrastruktur orientieren sich einerseits an den Bedürfnissen der Mieter und andererseits an den technologischen Entwicklungen im Marktumfeld. Dies ermöglicht aktuellen und zukünftigen Mietern nicht zuletzt die Ausgestaltung moderner Arbeitswelten für deren Mitarbeiter. Die räumlichen und medientechnischen Infrastrukturangebote sind auf den situativen Bedarf in der Gründungs- und Wachstumsphase junger Unternehmen zugeschnitten. So werden zukünftig beispielsweise insbesondere Gründern kleine Flächen und Coworking-Space sowie die Nutzung von ausgestatteten Inkubatoren (Büros, Labore) oder auch Möglichkeiten zur gemeinschaftlichen Gerätenutzung in Wissenschaftseinrichtungen und Unternehmen angeboten. Auch hinsichtlich des Preises für die Nutzung von Infrastruktur gibt es Nachlässe oder ggf. mit den Lieferanten auszuhandelnde Sonderkonditionen für Unternehmensgründungen. Mieter erhalten zudem Nachlässe bei der Anmietung von Gemeinschaftsflächen. Im Bereich der Wachstumsunternehmen sind Möglichkeiten für (temporäre) Flächenerweiterungen und kundenindividuelle Lösungen zu schaffen.

Eine wesentliche Herausforderung stellt die nachhaltige Absicherung von Energiestabilität und -effizienz dar, insbesondere weil diese einerseits eine Grundvoraussetzung für die Arbeit von Hochtechnologieunternehmen und von Forschungseinrichtungen darstellt, andererseits weil niedrige Betriebskosten einen wesentlichen Erfolgsfaktor im Wettbewerb darstellen.

### 5.5.3.2 Handlungsfeld: Gründungs- und Wachstumsförderung

Das Aufgabengebiet der Gründungs- und Wachstumsförderung umfasst satzungsgemäß das Angebot sämtlicher Unterstützungsleistungen, die junge Technologieunternehmen in den Phasen der Gründung und des Wachstums benötigen, um sich erfolgreich am Markt zu positionieren. Es hat eine unterstützende Funktion zur Sicherung der wirtschaftlichen (Ertrag), kundengerichteten (Stabilität bei Gründung und Wachstum) und wirtschaftspolitischen (Arbeitsplätze, Gewerbesteuer) Ziele.

Das Leistungsportfolio umfasst u.a. die Beratung bei der Geschäftsmodellentwicklung, der Erarbeitung von Businessplänen, der Entwicklung von Schutzrechts- und Patentstrategien, bei der Personal- und Organisationsentwicklung und beim Markteintritt. Von großer Bedeutung ist die Unterstützung bei der Akquisition von Fördermitteln und Finanzierungen. Zu diesem Zweck kooperiert das TGZ mit einem bewährten Partnernetzwerk aus Experten, Interimsmanagern und Investoren, wie beispielsweise Business Angel, dem High-Tech-Gründerfonds, Venture Capital Gesellschaften und Kreditinstituten. Zudem besteht eine enge Kooperation zur Investitionsbank des Landes Sachsen-Anhalt und eine direkte Einbindung in das ganzheitliche Konzept der Innovations- und Gründungsförderung an der Martin-Luther-Universität (Univations Gründerservice, Gründerhochschule). Der Ausrichtung auf naturwissenschaftliche und technische Unternehmen entsprechend, ergänzen wissenschaftlich-technische Beratungs- und Weiterbildungsangebote das Leistungsspektrum.

### 5.5.3.3 Handlungsfeld: Transferunterstützung

Die Hilfestellungen für die im TGZ bzw. im Technologiepark ansässigen universitären und außeruniversitären Institute und Unternehmen beim Technologietransfer hat ebenfalls eine unterstützende Funktion zum Erreichen der satzungsgemäßen Ziele. In diesem Zusammenhang steht die Stärkung der Innovationskraft der Unternehmen durch das Initiieren und Begleiten von Forschungs-, Entwicklungs- und Transferprojekten über Projektträger in Land, Bund und EU ebenso, wie die Organisation von Qualifizierungsmaßnahmen zur Befähigung von Mitarbeitern der Unternehmen bei der Umsetzung von Transferaktivitäten. Weitere Instrumente sind die Umsetzung von Netzwerkveranstaltungen zur Förderung des Informationsaustausches und der Kooperation zwischen den Mietern und weiteren Akteuren aus Wissenschaft und Wirtschaft.

#### 5.5.3.4 Handlungsfeld: Standortentwicklung

Eine wesentliche Stärke des Technologieparks Weinberg Campus besteht in der hohen Anzahl und der räumlichen Nähe an universitären und außeruniversitären Instituten mit naturwissenschaftlicher Ausrichtung. Die grundlagen- und anwendungsorientierte Forschung in diesen Einrichtungen ist zugleich inhaltlicher Ankerpunkt und Impulsgeber für die Wertschöpfung im Technologiepark und darüber hinaus. Das TGZ bietet mit seinen Angeboten als Inkubator für Unternehmensgründungen (Gründerzentrum) und für den Technologietransfer und das Wachstum von jungen Technologieunternehmen (Technologiezentrum) den direkten Anschluss für die Verwertung wissenschaftlicher Erkenntnisse.

In direktem Zusammenhang mit der Positionierung des TGZ als Standort für Innovation und Technologieentwicklung (Standortmarketing), steht die Initiierung von innovativen Modellprojekten in Bezug auf die zeitgemäße Ausgestaltung eines naturwissenschaftlichen Gründungsinkubators sowie die kommunikative Vernetzung in den Gebäuden und im Technologiepark insgesamt (z.B. durch interaktive, mobile Leitsysteme). Für die zukunftsfähige Entwicklung des Standorts ist es neben dem Ausbau der Inkubatorenfunktion des TGZ notwendig, zugleich den direkten Übergang etablierter Unternehmen auf geeignete Flächen außerhalb des TGZ (technologieorientiertes Gewerbegebiet) zu erleichtern. Für die Expansion aus dem TGZ stehen ausreichend Flächen im Technologiepark zur Verfügung. Ein wesentliches Entwicklungsziel für den Technologiepark sollte darin bestehen, diesen Übergang kundenorientiert zu gestalten. Dies bedarf eines professionellen Managements des Übergangsprozesses bestehender Mieter in käuflich erwerbbarer Grundstücke für eigene Gebäude und ggf. in technologieorientierte Gewerbemietflächen. Gleiches gilt für Ansiedlungsvorhaben bereits etablierter Technologieunternehmen von außen.

Die weitere Entwicklung des Technologieparks ist zudem abhängig von der Gestaltung der harten (z.B. technische Medien, ÖPNV/Wege, Leitsysteme) und weichen (z.B. Schule, Kita, Gastronomie, Freizeit) Standortfaktoren. Hier ist insbesondere zu ermitteln, welche infrastrukturellen Angebote aber auch welche übergreifenden Dienstleistungen zwingend notwendig bzw. nachgelagert wünschenswert sind.

#### 5.5.3.5 Handlungsfeld: Standortmarketing

Übergeordnetes Ziel der Marketingaktivitäten des TGZ ist dessen kommunikative Positionierung als Standort für Forschungseinrichtungen sowie für technologieorientierte und wissensbasierte Gründungs- und junge Wachstumsunternehmen, insbesondere in den naturwissenschaftlich und technisch geprägten Wertschöpfungsketten bzw. Wirtschaftsbranchen und deren Schnittbereichen. Im Fokus stehen Effektivität und Effizienz der eingesetzten Mittel. Wesentlich ist das weitere Herausarbeiten der auf die Zielgruppen bezogenen Alleinstellungsmerkmale und deren Kommunikation. Die Philosophie besteht darin, keine reinen Flächen oder Anlagen zu vermarkten sondern deren Passfähigkeit für die Zielgruppen zu kommunizieren. Aus diesem Grunde erfolgt die Marketingkommunikation über die Darstellung von Innovationen, Persönlichkeiten und Markterfolgen der aktuellen und ehemaligen Mieter. Dies schafft eine erhöhte Glaubwürdigkeit der eigenen Kommunikation im Bereich der Ansiedlungsbemühungen, dient der Stärkung von Identität und Bindung aktueller Mieter und unterstützt zugleich deren eigene Aktivitäten am Markt und in Bezug auf die Fachkräftegewinnung. Um sich vom überregionalen Wettbewerb abzugrenzen, ist die Kommunikation von weichen Standortfaktoren unerlässlich. Die marktgerichteten Instrumente sind branchenorientierte Messen und Kongresse (Gemeinschaftsstände mit Mietern und Partnern) sowie die Kommunikation über Print (Anzeigen, redaktionelle Beiträge), Internet (eigene Präsenz [tgz-halle.de](http://tgz-halle.de), Einbindung in die Präsenzen des Weinberg Campus e.V. und der Stadt Halle) und Social Media. Letzteres soll zukünftig ausgebaut werden, ebenso wie die Einbindung in die Internetpräsenzen von Branchenverbänden und Clusterorganisationen. Ergänzt werden die marktgerichteten Aktivitäten durch eigene Veranstaltungen, die der Information, dem Networking und der Lobbyarbeit für die Standortunternehmen dienen. Eng damit verbunden ist die Mitarbeit in technologie- und gründungsorientierten Verbänden, Gremien, Netzwerken und wirtschaftspolitischen Organisationen.

Mit den genannten Aktivitäten im Bereich des Standortmarketing bildet das TGZ einen Kristallisationspunkt und eine wesentliche Triebkraft für die Positionierung des Technologieparks Weinberg Campus insgesamt. Aus diesem Grunde erfolgt die aktuelle Kommunikation stets unter der Dachmarke Technologiepark Weinberg Campus. Um dessen Bekanntheit und Positionierung (Identität, Image) zu steigern, bedarf es der Umsetzung einer partnerschaftlichen Marketingstrategie für den gesamten Technologiepark. Aufbauend auf der Entwicklungsstrategie für den Technologiepark insgesamt, sollte sie die kommunikativen Schwerpunkte der Akteure aufgreifen und zugleich eine kommunikative Klammer für das Standortmarketing bilden. Letztlich trägt dies wesentlich zur Positionierung und Profilbildung der Stadt Halle (Saale) als innovative und sich dynamisch entwickelnde Stadt bei.

#### 5.5.4 Schnittstellen zu weiteren Akteuren der Wirtschaftsförderung Halle (Saale)

##### 5.5.4.1 Entwicklungs- und Vermarktungsgesellschaft (EVG)

Die Schnittstelle zwischen der TGZ Halle GmbH und der EVG besteht im Bereich der Ansiedlung von jungen Technologieunternehmen und ggf. von etablierten Wachstumsunternehmen, die außerhalb der Region Halle akquiriert werden. Zukünftig ist für die Ansiedlung von Technologieunternehmen auf den Flächen des Technologieparks die EVG als Entwicklungsträger in enger Kooperation mit dem TGZ insgesamt zuständig. Darauf aufbauend sind die diesbezüglichen marktgerichteten Aktivitäten und Prozesse zu etablieren, zu organisieren und zu steuern. Zwingend ist ein ganzheitliches Konzept für den weiteren Ausbau des Technologieparks Weinberg Campus auf den städtischen Flächen. Dies sollte ein ganzheitliches und prozessorientiertes Angebot für Gründungs- und Wachstumsunternehmen (vgl. Abschnitt 2.3.) vom Gründungsinkubator über das Technologiezentrum bis zum technologieorientierten Gewerbegebiet umfassen. Eine weitere Schnittstelle bildet die Vermarktung der städtischen Angebote im Bereich der Ansiedlungsbemühungen. Diesbezügliche Kommunikationsmittel, mediale Präsentationen (Internet, Social Media) sowie Akquisitionsbemühungen im naturwissenschaftlichen und technologieorientierten Bereich auf Messen und Kongressen sollten mit Bezug auf die Verantwortung für die Ansiedlungen im Technologiepark im Sinne eines integrierten Marketing inhaltlich, grafisch und personell abgestimmt oder deutlich im Aufgabenprofil voneinander abgegrenzt werden.

##### 5.5.4.2 Dienstleistungszentrum Wirtschaft und Wissenschaft (DLZ WW)

Die Schnittstellen zum DLZ WW bestehen vor allem in den Bereichen Standortentwicklung, Bestandspflege und in der Verbindung zu den relevanten Akteuren in der Stadtverwaltung. Mit Blick auf die bereits beschriebenen Bestandteile einer ganzheitlichen Strategie zur Entwicklung von Technologieparks ist eine abgestimmte Strategie zwischen der TGZ Halle GmbH und dem Management des Technologieparks Weinberg Campus im Hinblick auf die inhaltliche Ausrichtung und die infrastrukturellen Entwicklungen maßgeblich für deren zukünftige Entwicklung. In diesem Zusammenhang steht auch eine abgestimmte Strategie für das Standortmarketing, insbesondere im Hinblick auf die Positionierung als zentraler Standort für Gründung und Wachstum von Technologieunternehmen im Portfolio der städtischen Gewerbegebiete. Im Bereich der Bestandspflege (Gründungs- und Wachstumsunternehmen, Wissenschaftseinrichtungen) bestehen Schnittstellen in der Nutzung des Relocation-Services und der Lotsenfunktion des DLZ WW durch das TGZ. Beibehalten werden soll die jahrelange gute Zusammenarbeit bei der integrierten Information

und Betreuung von Anliegern im Technologiepark (Anliegertreffen, Informationsveranstaltungen).

#### 5.5.4.3 Mitteldeutsches Multimediazentrum (MMZ)

Schnittstellen zwischen MMZ und TGZ bestehen insbesondere durch die Ausrichtung beider Unternehmen auf die Bedürfnisse junger Gründungs- und Wachstumsunternehmen, den Innovationsgrad der Geschäftsmodelle dieser Unternehmen und die bereitgestellte Infrastruktur. Beide Unternehmen stellen mit ihren Gebäuden die zentralen Orte für Innovation, Technologieentwicklung und Gründungskultur in der Stadt Halle dar. Um zukünftig stärkere Impulse für die Innovationskraft und den Gründergeist sowie für die Wahrnehmung von Halle (Saale) als innovative und dynamische Stadt geben zu können, ist eine Kooperation beider Zentren sinnvoll. Ansätze hierfür liegen insbesondere im Bereich der Marketingkommunikation bei den übergreifenden Themen Innovation, Gründung, Unternehmergeist und Technologieentwicklung. Dies sollte in einem ganzheitlichen Konzept verankert und umgesetzt werden. Ziel sollte die Bündelung der kommunikativen Kraft auf die oben genannten Themen sein. In diesem Zusammenhang ist eine Zusammenarbeit mit der Martin-Luther-Universität (Univations) anzustreben. Unabhängig davon ist eine klare Positionierung der Angebote beider Gesellschaften bei den jeweiligen Zielgruppen zu schaffen und einzuhalten. Das MMZ ist der zentrale Akteur im Bereich Medientechnologie und Kreativwirtschaft. Das TGZ ist der zentrale Akteur im Bereich der naturwissenschaftlich-technisch basierten Branchen. Potentiale für weitere Synergien entstehen zusätzlich durch eine engere Zusammenarbeit im Bereich Förderung und Finanzierung junger Unternehmen, im Projektmanagement und in der Lobbyarbeit.

#### 5.5.5 Zielvorgaben und Steuerungsgrößen

Die Umsetzung aller Maßnahmen in den strategischen Handlungsfeldern erfolgt unter der Maßgabe einer nachhaltig wirtschaftlichen Tragfähigkeit der TGZ Halle GmbH und der Erfüllung der satzungsgemäßen Aufgaben. Zentral ist hierbei die Entwicklung zukunftsfähiger Organisations- und Infrastrukturen und eine strikte Orientierung an den Bedürfnissen der Kunden (Zielgruppen).

Zentrale Steuergröße ist hier die Anzahl der Ansiedlungen / Ausgründungen sowie die Anzahl neuer Arbeitsplätze.



Neben dem Kriterium der Wirtschaftlichkeit und dem Grad der Flächenauslastung stellen demzufolge kundengerichtete Kennzahlen wie die Kundenzufriedenheit und der Qualitätsgrad der angebotenen Leistungen die zentralen und direkt beeinflussbaren Steuerungsgrößen der TGZ Halle GmbH dar. Durch die Tätigkeit der TGZ Halle GmbH indirekt beeinflussbare wirtschaftspolitische Effekte, wie die Schaffung und Sicherung von qualitativ hochwertigen Arbeitsplätzen, sind Teil des Zielsystems, gehören jedoch nicht zu den einzelbetrieblich mess- und abrechenbaren Steuerungsgrößen.

## **5.6 Kurzdarstellung des Konzeptes des Mitteldeutschen Multimediazentrums MMZ**

### **5.6.1 Zielsetzung und Entwicklungsziele**

Das Mitteldeutsche Multimediazentrum (MMZ) wird auch in Zukunft Halles erster Anlaufpunkt für Existenzgründer und ansiedlungswillige Unternehmen in den Bereichen der Medientechnologie und IT sein. Seit Eröffnung des MMZ im Juni 2007 wurden 120 Mietverträge (ohne Universität) mit kleinen und mittelständischen Unternehmen geschlossen. Von diesen Mietern haben sich ca. 70% dauerhaft am Standort angesiedelt. Diese positive Entwicklung soll auch in den nächsten Jahren fortgesetzt werden.

Ziele sind, die momentan eingemieteten Unternehmen am Standort zu halten und bis 2025 weitere 50 Ansiedlungen/Gründungen zu ermöglichen bzw. zu begleiten. Dabei sollen mindestens 250375 neue Arbeitsplätze entstehen. Die Gesellschaft wird in diesem Zusammenhang weiterhin ihre Funktion als Impulsgeber, Multiplikator, Symbol und „Sprachrohr“ der lokalen Medien- und IT-Wirtschaft wahrnehmen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt darin, den Standort Halle (Saale) und das MMZ als serviceorientiertes und leistungsfähiges Postproduktionszentrum in Mitteldeutschland zu etablieren. Dem Standortmarketing und der spezifischen Netzwerkarbeit in der Filmbranche kommen in diesem Zusammenhang besondere Funktionen zu. Die zentralen Elemente der Postproduktionsstrategie werden die MMZ-Kinomischung und die angrenzenden Studios sein, welche mit Fluthilfemitteln nach dem neuesten Stand der Technik wiederaufgebaut wurden. Perspektivisch ist zudem geplant den Bereich der Aus- und Weiterbildung zu vergrößern, um den Bedarf an geeignetem Fachpersonal bedienen zu können.

Neben den Kernaufgaben erfüllt die Gesellschaft auch Querschnittsfunktionen, welcher der spezifischen Medienwirtschaftsförderung dienen. Zu diesem Zweck wird sich die MMZ-Halle GmbH weiterhin in folgenden branchenspezifischen Vereinen und Netzwerken engagieren: Kreativwirtschaftsverein Sachsen-Anhalt e.V., Sachsen-Anhalt Medien e.V., International Academy of Media and Arts e.V., Verband der IT- und Multimediaindustrie Sachsen-Anhalt e.V., Bundesverband mittelständische Wirtschaft Halle e.V., Wirtschaftsjuvenen Halle (Saale) e.V., Medienstammtisch der Staatskanzlei Sachsen-Anhalt, Runder Tisch Musikwirtschaft, Web-Montag. Darüber hinaus führt die Gesellschaft regelmäßig eigene Netzwerkevents, für die lokale Medienbranche, zur Steigerung der Standortzufriedenheit durch.

## 5.6.2 Künftige Konzeption

### 5.6.2.1 Aufgabengebiete

Die Aufgabengebiete und Tätigkeitsfelder der Gesellschaft leiten sich im Wesentlichen aus den Ergebnissen der aktuellen Medienstudie und dem Konzept zur Fortführung des MMZ vom 22.10.2014 ab. In der nachfolgenden Grafik sind diese überblickshaft dargestellt:

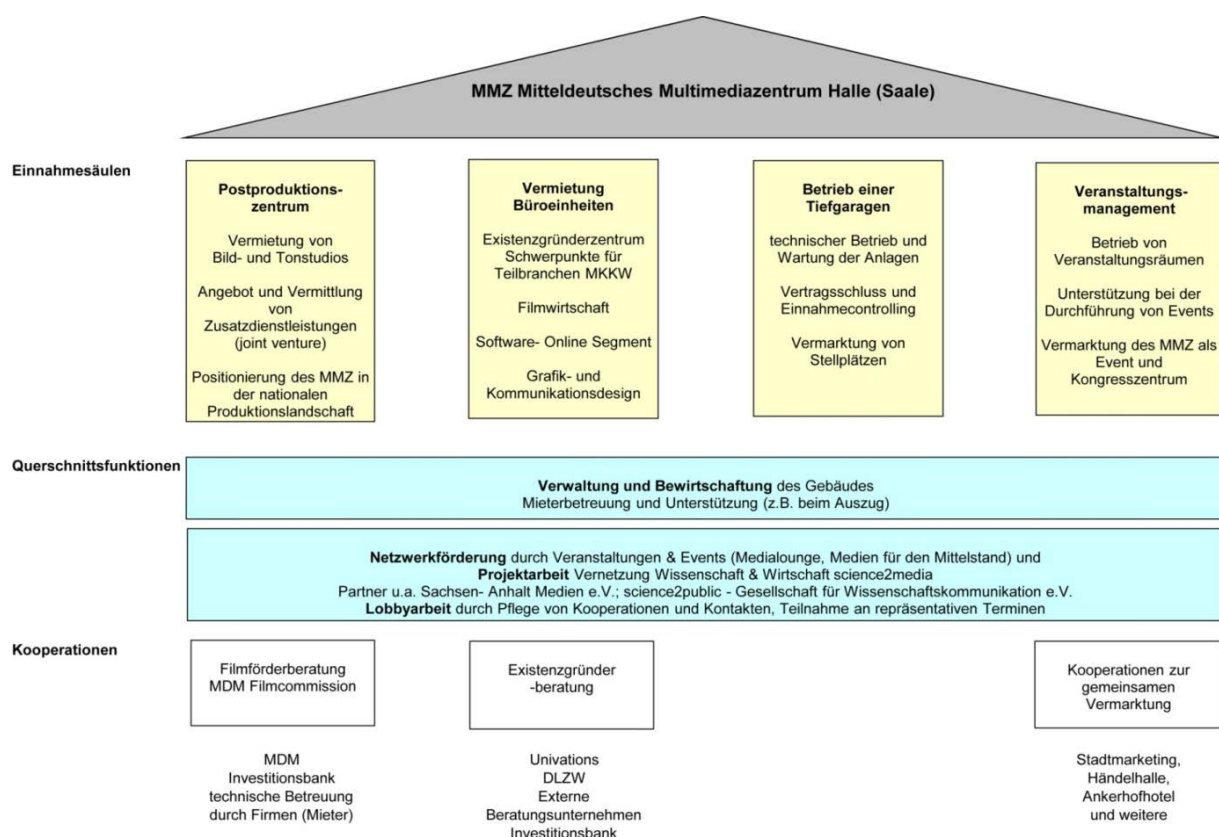


Abbildung 23: Übersicht Aufgabengebiete und Tätigkeitsfelder des MMZ<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Quelle: Konzept zur Fortführung des MMZ, Stand 10/2014

### 5.6.2.2 Umsetzung der Aufgaben

#### Bereich Postproduktion

- o Wiederherstellung der Postproduktionsstudios mit Fluthilfemitteln
- o Neue Kinomischung wird erste Dolby-Atmos-Premium-Mischung in Deutschland sein
- o Konzentration der kompletten Postproduktionskette bis zur Abnahme am Standort
- o Die Qualität der technischen Dienstleistungen wird durch erfahrene Partner am Standort sichergestellt
- o Vorteile/Alleinstellungsmerkmale für Produzenten und Herstellungsleiter werden im Zentrum der Vermarktungsstrategie stehen
- o Die Vermarktung der Studiobereiche erfolgt in Kooperation mit Partnern und Nutzern
- o Die Zusammenarbeit mit der MDM und medienpolitisch relevanten Akteuren (z.B. Staatskanzlei Sachsen-Anhalt, Investitionsbank) wird intensiviert, um gezielt Regionaleffekte zu generieren und ein spezielles Postproduktionsförderprogramm aufzulegen

#### Bereich Vermietung/Ansiedlung

- o Laut aktueller Medienstudie sind für Existenzgründer im Medienbereich vor allem folgende Faktoren wichtig: eine gute Infrastruktur, niedrige Miet-/Objektkosten, die Nähe zu potentiellen Kunden sowie die Nähe zur Universität & Forschungseinrichtungen
- o Am häufigsten werden kleine Büroeinheiten zwischen 15 und 25 m<sup>2</sup> nachgefragt
- o Kernfunktion der MMZ-Halle GmbH wird weiterhin sein, diesen Bedarf abzudecken und jungen Unternehmen der Medientechnologie und IT-Wirtschaft ein gründungsfreundliches Umfeld zu bieten sowie Kontakte zu geschäftsrelevanten Multiplikatoren herzustellen
- o Dies erfolgt durch:
  - das Angebot von hohen Bandbreiten (technisch bis 1 Gbit/Sek.) und Serverräumen im MMZ
  - das Anbieten von „Schnupperbüros“
  - die Entwicklung neuer Serviceangebote (z.B. projektbezogen höhere Bandbreiten, Pauschalen)
  - die Fokussierung auf Firmen der „Software- und Games- Industrie/ITK –Branche“ beim Abschluss von Neuverträgen
  - die Vernetzung mit städtischen Partnern wie der ITC oder der EVH

- o die Mieterakquise erfolgt über Netzwerkaktivitäten, Weiterempfehlungen durch Mieter, das DLZ WW, die Arbeitsagentur, Partner (Univations, BVMW), Onlineportale und gezielte Werbemaßnahmen
- o im Zuge des Wiederaufbaus werden zudem Probenräume und Coworkingbereiche geschaffen

### Bereich Tiefgarage

Die MMZ-Tiefgarage verfügt über 218 Stellplätze und hat sich als stabile und mit wenig Aufwand zu betreibende Einnahmesäule etabliert. Die Tiefgarage erfüllt zudem Querschnittsaufgaben, da sie ein wichtiger Bestandteil des Veranstaltungskonzeptes ist. Künftig soll die Zahl der Stellplätze auf ca. 230 erweitert werden, indem freiwerdende Flächen in den Untergeschossen umfunktioniert werden. Darüber hinaus wird es künftig spezielle Motorradstellplätze auf Flächen geben, die für PKW's zu klein sind.

### Bereich Veranstaltungen

Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass innenstadtnahe Tagungsräume mit einer Kapazität von 150-300 Personen besonders häufig nachgefragt werden. Daher werden die Veranstaltungsflächen im MMZ umgebaut. Künftig wird es nur noch eine zentrale und variabel teilbare Veranstaltungsgroßfläche im ersten Untergeschoss geben. Kongresse mit bis zu 300 Personen können dann problemlos im MMZ durchgeführt werden.

Laut aktuellen Evaluationen des Stadtmarketings Halle (Saale) fehlen in der Innenstadt Veranstaltungsflächen für Medizinerkongresse, Wissenschaftskonferenzen, Ingenieurs- oder Verbandstagungen mit einer Teilnehmerzahl von 500-800 Personen. In Zukunft wird daher die Zusammenarbeit mit der benachbarten Händelhalle intensiviert werden, um noch größere Konferenzen in Halle durchführen zu können. Durch die gemeinsame Vermarktung der Kongressräume in der Händelhalle und im MMZ wird ein bisher nicht bewirtschaftetes Marktsegment erschlossen, von dem beide Partner profitieren können. Positive Nebeneffekte dieser Kooperation sind, dass zahlende Gäste die Stadt besuchen und kennenlernen.

Weitere Verwertungsmöglichkeiten werden sich auch durch den geplanten Bootsanleger direkt am Ufer des MMZ ergeben. Rückvergütungsverträge mit Cateringfirmen sind in diesem Zusammenhang ebenso denkbar wie Kooperationen mit Eventfirmen, Bootsverleihern oder dem benachbarten Ankerhofhotel.

### Bereich Netzwerk- und Projektarbeit

Die MMZ-Halle GmbH ist in der Netzwerkförderung und in der Projektarbeit aktiv, um die zuvor aufgeführten Geschäftsfelder zu unterstützen und um den Gesellschaftszweck zu erfüllen. Durch die Wahrnehmung dieser Querschnittsfunktionen ist die Gesellschaft in der Lage, den Mietern des Gebäudes Kooperationspartner und potentielle Auftraggeber zu vermitteln. Wichtige Trends in der Medienbranche können schnell erkannt und Kommunikationskanäle zu relevanten Entscheidungsträgern (u.a. Universitäten, IHK, Landespolitik, Filmförderung) offen gehalten werden.

Umsetzung durch Organisation eigener und die Unterstützung „fremder“ Events:

- MMZ-Media-Lounge: Partner wechselnd (u. a. MDR Sputnik, 89.0 RTL), Themen wechselnd, Zielgruppe immer alle Mieter des MMZ + themenspezifische Gäste
- Medien für den Mittelstand: Kooperation mit Handwerkskammer und IHK
- Medienstammtisch Sachsen-Anhalt: Kooperation mit Staatskanzlei Sachsen-Anhalt
- Unterstützung des „Webmontag“, der regelmäßig im MMZ stattfindet

Weiterentwicklung der science2media Initiative (getragen durch den science2public e.V. und die MMZ-Halle GmbH), um das Geschäftsfeld Wissenschaftskommunikation zu erschließen. Pflege von Mitgliedschaften in diversen Medien-Vereinen und branchenrelevanten Netzwerken.

#### 5.6.2.3 Schnittstellen/Abgrenzungen zu weiteren Akteuren der Wirtschaftsförderung

Die Grafik unter Punkt 5.6.2.1 verdeutlicht welche Aufgaben in Kooperation mit externen Partnern erfüllt werden. Schnittstellen ergeben sich vor allem mit dem DLZ Wirtschaft und Wissenschaft, in den Bereichen der spezifischen Standortentwicklung, der Wissenschaftskommunikation und der Bestandspflege sowie mit dem Stadtmarketing und dem Fachbereich Kultur, im Bereich der Standortwerbung. Eine konkrete Zusammenarbeit wird vor allem dann erforderlich, wenn Unternehmen im MMZ die Höchstmietdauer erreicht haben. Das DLZ WW wird dann gemeinsam mit der Gesellschaft und dem betroffenen Unternehmen geeignete Flächen im Stadtgebiet suchen und den Umzug so problemlos wie möglich gestalten. Darüber hinaus wird die Gesellschaft bei Bedarf auf den sogenannten „Relocation-Service“ und die Lotsenfunktion (innerhalb des Konzerns Stadt) des DLZ WW hinweisen bzw. zurückgreifen.

Die Sektoren der spezifischen Fördermittel- und Existenzgründerberatung werden weiterhin durch qualifizierte Partner wie die Univations GmbH, die Investitionsbank Sachsen-Anhalt,

die Industrie- und Handelskammer oder die Mitteldeutsche Medienförderung abgedeckt. Die Gesellschaft nimmt in diesem Zusammenhang eine Lotsen- und Vermittlungsfunktion ein. Zusätzliche Synergieeffekte entstehen zudem durch die Zusammenarbeit mit der TGZ Halle GmbH in den Bereichen der Fördermittelakquise, der Lobbyarbeit, der Standortkommunikation und dem Flächenmanagement.

Synergieeffekte können zudem durch einen einheitlichen und abgestimmten Auftritt auf Fachmessen oder Kongressen generiert werden. Künftig wird je nach Thema und Zielgruppe nur noch ein städtischer Akteur den Kreativ- und Medienstandort Halle (Saale) nach außen vertreten. Überschneidungen oder unnötige Doppelungen werden dadurch vermieden.

Schnittstellen zur EVG ergeben sich in den Bereichen der Ansiedlungsakquise und der Lobbyarbeit.

#### 5.6.2.4 Steuerungsgrößen und Zielvorgaben

Die Umsetzung der geplanten Maßnahmen erfolgt vor dem Ziel, dass die MMZ-Halle GmbH ab 2015 ohne Zuschüsse aus dem städtischen Haushalt auskommt und das Gründerzentrum aus eigener finanzieller Kraft bewirtschaftet werden kann. Daher wird es auch künftig erforderlich sein, dass die Gesellschaft Geschäftsfelder betreibt (Tiefgarage und Veranstaltungsmanagement), die nicht primär der Wirtschaftsförderung dienen.

Wichtigste Steuergröße ist die Anzahl der Ansiedlungen/Ausgründungen sowie die dabei geschaffenen Arbeitsplätze.

Wesentlichste Steuerungsgröße bei den „hard-skills“ bleibt weiterhin die Leerstandsquote der Mietflächen. In der Vergangenheit lag diese zwischen fünf und einem Prozent. Spätestens im Jahr 2018 werden alle vermietbaren Flächen im MMZ wiederhergestellt sein. Diese gilt es dann zu vermieten. Ziel ist es, die Leerstandsquote auch perspektivisch konstant unter fünf Prozent zu halten.

Im Bereich der „soft-skills“ ist der Zufriedenheitsgrad der eingemieteten Firmen die maßgebliche Steuerungsgröße. Ermittelt wird dieser Wert durch Mieterbefragungen in regelmäßigen Abständen. Ziel ist es, den Wert auch in Zukunft über 80 Prozent zu halten. Denn laut aktueller Medienstudie besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Standortzufriedenheit und einer dauerhaften Ansiedlungsbereitschaft.

## Anlagen

|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------|
| Oberziele                 | Sicherung bestehender und Schaffung neuer Arbeitsplätze <sup>1</sup>                                                     |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           | Schaffung einer innovativen und zukunftsorientierten Branchenstruktur                                                    |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           | Schaffung einer hohen Betreuungsqualität und effektiven Organisationsstruktur in der Wirtschaftsförderung                |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           | deutliche Erhöhung der kommunalen Finanzkraft und geringere Transferabhängigkeit                                         |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
| Ziele                     | Sicherung einer hochwertigen und einheitlichen Investorenbetreuung                                                       | Schaffung von 3.000 neuen Arbeitsplätzen durch Ansiedlungen im Star Park                                           | Schaffung von 800 hoch qualifizierten Arbeitsplätzen im Innovationskern Technologiepark Weinberg Campus | Erhöhung der Anzahl an Unternehmensgründungen | Verstärken der Wachstumsförderung und Unterstützung bei Expansion | Schaffung von 375 hoch qualifizierten Arbeitsplätzen in der Medientechnologie, Software und IT | Bestandspflege und Wachstumsförderung der Unternehmen im MMZ | Schaffung marktgerechter Standortangebote für unterschiedliche Projekttypen     | Zielgerichtete Erschließung und Entwicklung von Potentialflächen | Sicherung der Fachkrätesituation                               | Sicherung einer hochwertigen branchenspezifischen Bestandspflege   | Schaffung von 325 Arbeitsplätzen durch Entwicklung und Erweiterung Bestand | Sicherung einer effektiven Lotsen- und Betreuungsfunktion | einheitlicher innovativer Außenauftritt                   | Wahrnehmung als innovativer Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort | effektive Organisationsstruktur      | Erhöhung der Gewerbesteuer und des Gemeindeanteils der Einkommensteuer um jeweils min. 25 % |                              |              |
| Maßnahmen/Handlungspunkte | einheitlicher Ansprechpartner                                                                                            | Kooperation zur Vermarktung                                                                                        | Aufbau Inkubator-/ Akzeleratorstrukturen                                                                |                                               |                                                                   | aktive Betreuung                                                                               |                                                              | Grundlagenermittlung                                                            |                                                                  | Aufbau des Bereiches im DLZ WW                                 | aktive Betreuung                                                   |                                                                            |                                                           | einheitlicher Gesamtauftritt                              |                                                                    | klare Definition Prozessführerschaft | Gesamtheit des Maßnahmenkataloges                                                           |                              |              |
|                           | Marktkennntnis                                                                                                           | Verbesserung Standortmarketing                                                                                     | aktive Betreuung                                                                                        |                                               |                                                                   | Verbesserung Standortmarketing                                                                 |                                                              | Initiierung Pilotprojekte, z.B. Halle Ost                                       |                                                                  | Kooperationen mit der Bundesagentur für Arbeit/ Uni/FHs/Land   | Kontaktherstellung und Kontaktpflege mit Bestandsunternehmen       |                                                                            |                                                           | Entwicklung eines Labels für die EVG/Wirtschaftsförderung |                                                                    | klare Aufgabenzuordnung              |                                                                                             |                              |              |
|                           | Lotsenfunktion                                                                                                           |                                                                                                                    | Verbesserung Standortmarketing                                                                          |                                               |                                                                   | Entwicklung von neuen Serviceangeboten                                                         |                                                              | Schaffung IT-Infrastruktur                                                      |                                                                  |                                                                | Kategorisierung der Bestandsunternehmen nach Branchenzugehörigkeit |                                                                            |                                                           | Anpassung Marketinginstrumente z.B. Internetseite         |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           | Branchenfokus                                                                                                            |                                                                                                                    | Grundlagenermittlung zur Bedarfsanpassung                                                               |                                               |                                                                   | Kooperation/Netzwerkförderung                                                                  |                                                              | Revitalisierung Brachflächen                                                    |                                                                  |                                                                | Kooperation/Netzwerkförderung                                      |                                                                            |                                                           | Teilnahme und Auftritt Messen                             |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           | Immobilien Datenbank                                                                                                     |                                                                                                                    | Branchenfokus life science und Materialtechnologie basierte Geschäftsmodelle sowie Softwareentwicklung  |                                               |                                                                   | Branchenfokus Medientechnologie und IT                                                         |                                                              | Integration in den ISEK Prozess                                                 |                                                                  | proaktive Unternehmensbetreuung                                | Verbesserung der Breitbandversorgung                               |                                                                            |                                                           | Koordinierung sämtlicher Marketinginstrumente             |                                                                    |                                      |                                                                                             | gezielte Personalentwicklung |              |
|                           | Zusammenarbeit mit dem Saalekreis und übergeordneten Ansiedlungsstrukturen (IMG, GTal, Metropolregion Mitteldeutschland) |                                                                                                                    | Kooperation/Netzwerkförderung                                                                           |                                               |                                                                   | Umbau MMZ inkl. Erweiterungsbau                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                | klare Aufgabenzuordnung                                            |                                                                            |                                                           | Verknüpfung zum Marketing Metropolregion                  |                                                                    | Jour fix Termine zur Abstimmung      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    | Flächenerweiterung/Konzepte zur Flächenentwicklung                                                      |                                               |                                                                   | Ausbau Postproduktionsstandort                                                                 |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                | klare Benennung Ansprechpartner                                    |                                                                            |                                                           | Mehrsprachigkeit in allen Kommunikationsmitteln           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    | Begleitung Unternehmensnachfolge                                           |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           | Umsetzung                                                                                                                | Umsetzung der Maßnahmen ab 2015 bis 2025 mit einer jährliche Überprüfung und Erstellung eines Wirtschaftsberichtes |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
| Messgrößen                | Anzahl der Ansiedlungen                                                                                                  | Anzahl der Arbeitsplätze                                                                                           | Anzahl der Arbeitsplätze                                                                                |                                               |                                                                   | Anzahl der Arbeitsplätze                                                                       |                                                              | Identifizierung von zwei Potenzialflächen als Pilotprojekt bis 12/2015          |                                                                  | Anzahl der Arbeitsplätze                                       | Erhöhung und Sicherung der Anzahl der Arbeitsplätze                |                                                                            |                                                           | Anzahl der Ansiedlungen                                   |                                                                    | Bearbeitungszeiten                   | Höhe der Einnahmen                                                                          |                              |              |
|                           | Anzahl der Investorenkontakte                                                                                            | Anzahl der Ansiedlungen                                                                                            | Anzahl der Ansiedlungen                                                                                 |                                               |                                                                   | Anzahl der Ansiedlungen                                                                        |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                | Anzahl der Erweiterungen                                           |                                                                            |                                                           | Anzahl der Erweiterungen                                  |                                                                    | Dauer bis Erteilung Baugenehmigung   | Höhe der Kaufkraft                                                                          |                              |              |
|                           | Kundenzufriedenheit                                                                                                      |                                                                                                                    | Anzahl der Unternehmensgründungen                                                                       |                                               |                                                                   | Anzahl der Unternehmensgründungen                                                              |                                                              | Abschluss der Abstimmungen zum Gewerbe-Monitoring bis 01/2016                   |                                                                  | Anzahl der vermittelten Fachkräfte/ Arbeitsplätze              | Kundenzufriedenheit                                                |                                                                            |                                                           | Anzahl der qualifizierten Anfragen                        |                                                                    |                                      |                                                                                             | Kundenzufriedenheit          | Höhe des BIP |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    | Anzahl der Mieter/Mietverträge im TGZ/Bio-Zentrum                                                       |                                               |                                                                   | Anzahl der Mieter/Mietverträge im MMZ                                                          |                                                              | Abschluss einer umfassenden Analyse zur Breitbandversorgung bis 09/2016         |                                                                  |                                                                | erfolgreiche Unternehmensnachfolge                                 |                                                                            |                                                           | Kundenbefragungen/ Umfragen zum Bekanntheitsgrad          |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    | Kundenzufriedenheit                                                                                     |                                               |                                                                   | Kundenzufriedenheit                                                                            |                                                              | Abschluss einer umfassenden Analyse zur Breitbandversorgung bis 09/2016         |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   | Zuschussfreier Betrieb des MMZ                                                                 |                                                              | Erstellung eines flächendeckenden Konzeptes für Entwicklungsflächen bis 12/2016 |                                                                  | Anzahl der vermittelten Uni-FH-Absolventen aus der Stadt Halle |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              | Entwicklung und Bereitstellung dieser Pilotprojekte bis 12/2017                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              | Bearbeitungszeit                                                                |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |
|                           |                                                                                                                          |                                                                                                                    |                                                                                                         |                                               |                                                                   |                                                                                                |                                                              |                                                                                 |                                                                  |                                                                |                                                                    |                                                                            |                                                           |                                                           |                                                                    |                                      |                                                                                             |                              |              |

<sup>1</sup> bezieht sich auf sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse im Stadtgebiet nach dem Arbeitsortprinzip



| <b><u>Stärken</u></b>                                                                                  | <b><u>Schwächen</u></b>                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| • positive Bevölkerungsprognose                                                                        | • höhere Arbeitslosen- und Empfängerquote als Wettbewerber                                     |
| • Lage und verkehrliche Anbindung (Bahnknoten, DHL, Autobahn)                                          | • zu geringe und keine ausgewogene industrielle Basis im Vergleich zu Wettbewerbern            |
| • verfügbare Premiumfläche Star Park bei Flächenknappheit Region                                       | • kleinteilige Wirtschaftsstruktur mit geringer Exportquote                                    |
| • großes Innovationspotential Uni/TGZ/ Bio-Zentrum/Institute                                           | • Dienstleistungssektor mit geringer Wertschöpfung und niedrigen Qualifikationen (call center) |
| • großes Innovationspotential Medientechnologie (MDR, MMZ) und Software                                | • geringe Anbindung an Produktionskerne Industrie und Zulieferer                               |
| • positive Entwicklung Internationalität und Vernetzung                                                | • geringes F&E Potential bei Bestandsunternehmen                                               |
| • große Vielfalt von etablierten und starken Unternehmen, KMU und Handwerkern                          | • unzureichendes Standortmarketing und problematische Außenwahrnehmung                         |
| • gute Voraussetzungen in Lebensqualität, Kultur, Sport und Wohnen                                     | • keine Ingenieurwissenschaften am Standort und fehlendes Ausgründungspotential                |
| • hohe Wertschöpfung, Innovation und Sicherheit im Konzern Stadt (z.B. Stadtwerke, Wohnungswirtschaft) | • fehlende klare Ansiedlungsstrategie, keine Branchen- bzw. Clusterorientierung                |
| • wesentliche Unternehmenssitze Biotechnologie, Lebensmittel- und Bauindustrie                         | • unzureichende Gewebegebietsentwicklung, keine Erweiterungspotentiale TGZ                     |
| • offensive Neuausrichtung mit Ansiedlungserfolgen (z.B. ebay)                                         | • punktuelle Schwächen im Umfeld, z.B. Kita/internationale Schule                              |

| <b><u>Chancen bis 2025</u></b>                                                                                                                                    | <b><u>Risiken bis 2025</u></b>                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| • Etablierung als Ansiedlungs- und Innovationszentrum in Abgrenzung zum Umland                                                                                    | • Wahrnehmung als Randbereich bei Leipzig ohne eigene wirtschaftliche Entwicklung      |
| • Etablierung als Entwicklungsbranche Medientechnologie, IT, Life Science, Materialtechnologie                                                                    | • weiterer Rückfall gegenüber Wettbewerbern in Mitteldeutschland                       |
| • Ansiedlungspotential von Industrie und Logistik im Star Park                                                                                                    | • ausbleiben von Ansiedlungen im Bereich Industrie und Hochwertlogistik                |
| • stärkere Nutzung der Innovations-, Technologietransfers- und Gründungspotentiale aus der Wissenschaft (MLU und Forschungseinrichtungen) durch TGZ / Bio-Zentrum | • weiteres Ausdünnen von Industrie und verarbeitendem Gewerbe                          |
| • weitere Entwicklung Potential Medientechnologie und IT                                                                                                          | • zu geringe Ausgründungen / Innovation TGZ / Bio-Zentrum / MMZ                        |
| • Ansiedlung / Entwicklung aus Bestand in innerstädtischen Gebieten                                                                                               | • Verfestigung von lediglich geringwertigen Dienstleistungsbereichen                   |
| • Zuzug und Sicherung hochqualifizierter Mitarbeiter in der Stadt                                                                                                 | • Verlust / Abwanderung der Hochqualifizierten und Leistungsträger                     |
| • Sicherung der finanziellen Entwicklungsfähigkeit der Stadt aus Steuern und Einnahmen                                                                            | • Abbau der Lebensqualität durch geringere verfügbare Finanzmasse insbesondere ab 2020 |