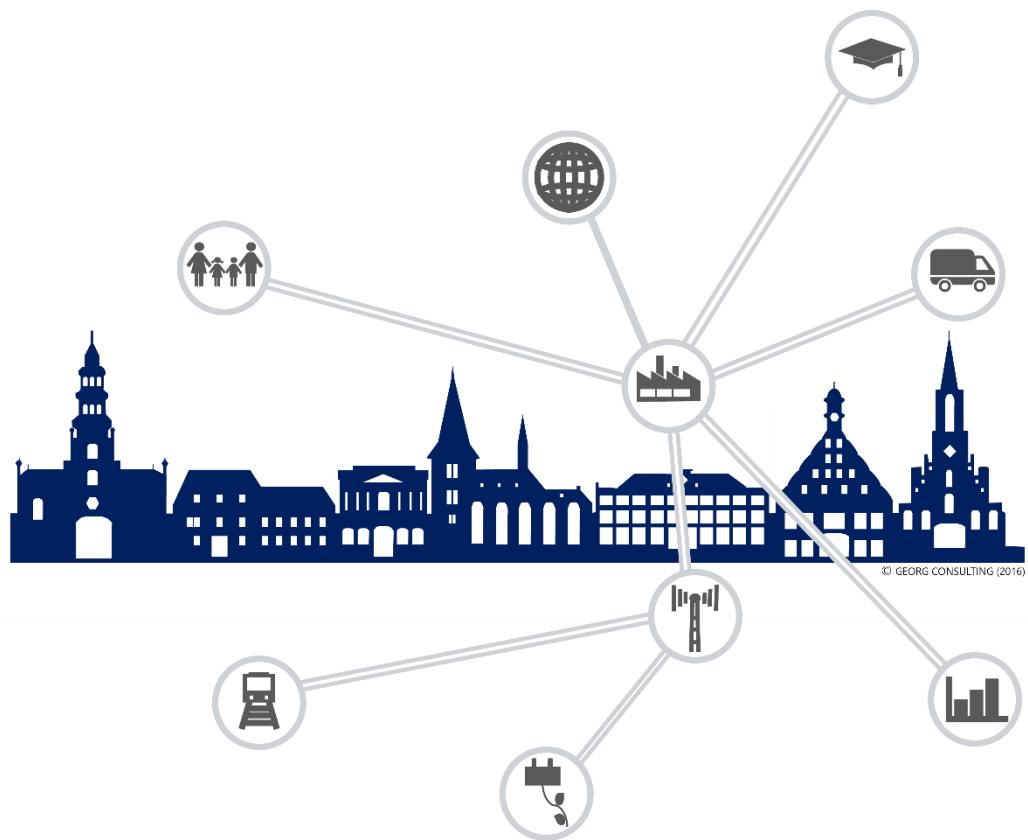


HANDLUNGSKONZEPT WIRTSCHAFT ZWICKAU 2025



AUFTAGGEBER:

Stadt Zwickau
Büro für Wirtschaftsförderung
Katharinenstraße 11
08056 Zwickau
Tel. 0375 838000
Fax 0375 838080
www.zwickau.de

AUFTAGNEHMER:

Georg Consulting
Immobilienwirtschaft | Regionalökonomie
Bei den Mühren 70
20457 Hamburg
Tel. 040 300 68 37 0
Fax 040 300 68 37 20
www.georg-ic.de

ANSPRECHPARTNER:

Achim Georg

VERFASSER:

Ulrike Biermann
Achim Georg

11. Juli 2017

INHALTSVERZEICHNIS

1.	EINLEITUNG	4
2.	ÜBERGEORDNETE TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN	6
2.1	DEMOGRAFISCHER WANDEL UND URBANISIERUNG	7
2.2	DIGITALISIERUNG UND INDUSTRIE 4.0.....	10
2.3	GLOBALISIERUNG 2.0	12
2.4	WANDEL DER ARBEITSWELT	13
2.5	NEUE MOBILITÄT.....	14
2.6	UMBRÜCHE BEI ENERGIE UND RESSOURCEN.....	15
3.	LOKALE THEMEN UND HANDLUNGSBEDARFE.....	16
3.1	FACHKRÄFTE UND BILDUNG.....	17
3.2	WIRTSCHAFTSSTRUKTUR UND BRANCHEN	21
3.3	STADTMARKETING.....	23
3.4	TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG UND INNOVATION	24
3.5	INFRASTRUKTUR UND GEWERBEFLÄCHEN.....	27
3.6	STANDORTMARKETING UND ANSIEDLUNG.....	28
4.	WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE 2025.....	29
5.	ZUKÜNFTIGE AUFGABENFELDER DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG	35
5.1	ZUR DEFINITION DER AUFGABENFELDER.....	35
5.2	ERGEBNISSE DES STRATEGIE-WORKSHOPS.....	35
5.3	ERGEBNISSE DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG ZWICKAU	37
5.4	ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG ZUM AUFGABENWANDEL IN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGEN	40
5.5	DEFINITION DER AUFGABENFELDER DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ZWICKAU.....	45
6.	ORGANISATIONFORM DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG	51
6.1	VORTEILE DER PRIVATWIRTSCHAFTLICH ORGANISIERTEN BZW. DER IN DIE VERWALTUNG INTEGRIEREN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG	51
6.2	EXKURS: WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG IM LANDKREIS ZWICKAU	54
6.3	EMPFEHLUNGEN ZUR ORGANISATIONSFORM.....	55
7.	PROJEKTSTECKBRIEFE	56
	QUELLENVERZEICHNIS	81

1. EINLEITUNG

Die Stadt Zwickau möchte sich im Standortwettbewerb um Arbeitsplätze, Unternehmen und Investitionen besser positionieren und die Attraktivität für ihre Bürger und Unternehmen erhöhen. Mit Hilfe eines Handlungskonzeptes Wirtschaft 2025 und der Fortentwicklung der Wirtschaftsförderung sollen diese Ziele erreicht werden.

Durch die anhaltenden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen ergeben sich übergeordnete Trends, die die Entwicklung Zwickaus und damit auch die Aufgaben der Wirtschaftsförderung deutlich beeinflussen. Gleichzeitig stellen die endogenen Entwicklungen und Herausforderungen spezifische Handlungserfordernisse an die lokalen Akteure und Entscheidungsträger.

Das vorliegende Handlungskonzept beginnt mit der Skizzierung der übergeordneten Trends und lokalen Herausforderungen, aus denen anschließend die wirtschaftsstrategischen Ziele für die zukünftige Arbeit der Wirtschaftsförderung Zwickau formuliert werden. Aus diesen leiten sich wiederum die relevanten Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung ab. Abschließend wird ein Blick auf die Vor- und Nachteile möglicher Organisationsformen von Wirtschaftsförderungen geworfen und eine Empfehlung für die Wirtschaftsförderung Zwickau ausgesprochen.

Die Erarbeitung des Handlungskonzeptes basiert auf fünf grundlegenden Arbeitsbausteinen:

- Stärken-Schwächen-/Chancen-Risiken-Analyse (SWOT-Analyse), ergänzt um die Skizzierung der übergeordneten Trends
- Persönliche Fach- und Gruppengespräche (u. a. IHK, Handwerkskammer, Business and Innovation Center (BIC) Zwickau, Westsächsische Hochschule Zwickau)
- Unternehmensrunde und großvolumige Unternehmensbefragung
- Strategie-Workshop zu Leitlinien und Eckpunkten der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung Zwickaus und den Aufgaben der Wirtschaftsförderung
- Bundesweite Befragung zum Aufgabenwandel von Wirtschaftsförderung und beispielhafte Auswertung der Mitarbeiterstruktur von Wirtschaftsförderungen

Die umfassende SWOT-Analyse und die Gespräche vor Ort waren grundlegend für die Identifizierung der sozioökonomischen Rahmenbedingungen und die daraus abgeleiteten Herausforderungen und Handlungsbedarfe.

Die Informationserhebung wurde des Weiteren durch eine Unternehmensbefragung in Zwickau gestützt, deren Ergebnisse für den gesamten Prozess wegweisend waren. Zentrale Ergebnisse werden in Kapitel 5 im Zusammenhang mit den Aufgabenfeldern der Wirtschaftsförderung aufgeführt.

In einem Strategie-Workshop mit ausgewählten Akteuren aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Verbänden wurden die relevanten wirtschaftlichen Leitlinien und Eckpunkte für Zwickau mit Zielhorizont 2025 entwickelt und abgestimmt. Die Ergebnisse dieses Workshops flossen ebenfalls in die Definition der lokalen Herausforderungen ein und führen außerdem die Erwartungen der Akteure hinsichtlich der Aufgaben von Stadt und Wirtschaftsförderung auf. Sie stellen daher einen wichtigen Input für die Ableitung der zentralen Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung Zwickau dar.

Eine weitere Befragung richtete sich bundesweit an rund 300 Wirtschaftsförderungen, welche von Georg Consulting regelmäßig zur Gewerbeträchenvermarktung befragt werden. Im Rahmen dieser turnusmäßigen Abfrage wurde eine Sonderbefragung zum Aufgabenwandel von Wirtschaftsförderung durchgeführt. Die Auswertung dieser Befragung wird in Kapitel 5 und 6 aufgegriffen und liefert wertvolle Erkenntnisse zur Fortentwicklung der Wirtschaftsförderung Zwickau.

Die Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung beziehen sich konkret auf die in Kapitel 3 skizzierten Herausforderungen und Handlungsbedarfe bzw. auf die daraus abgeleiteten wirtschaftsstrategischen Ziele und Leitlinien (vgl. Kapitel 4).

ABBILDUNG 1: VORGEHEN ZUR ABLEITUNG DER ZUKÜNTIGEN AUFGABEN DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ZWICKAU



QUELLE: GEORG CONSULTING (2016).

2. ÜBERGEORDNETE TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

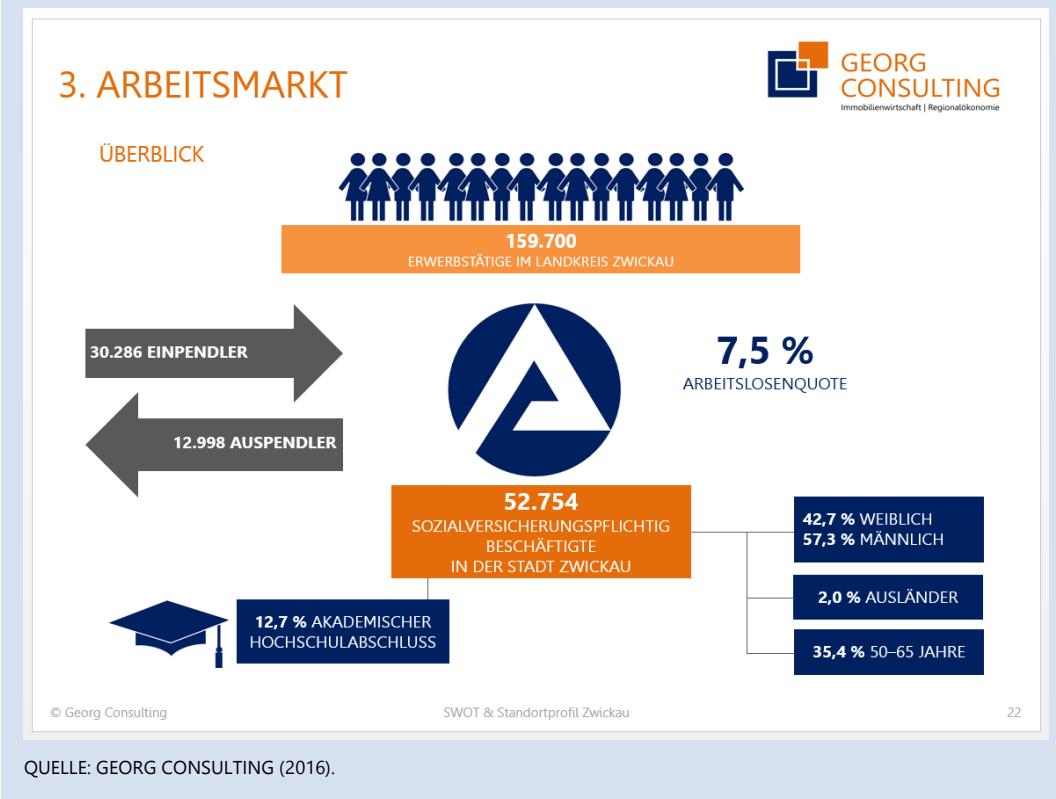
SWOT-ANALYSE ZWICKAU

Im Rahmen der Informationserhebung wurden die regionalökonomischen Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT) erarbeitet und ein Standortprofil erstellt. Dies umfasst eine grundlegende statistische Analyse, insbesondere die Verortung von Branchenkompetenzfeldern, sowie den Blick auf übergeordnete Herausforderungen.

Die SWOT (Standortprofil) ist als erste Informationserhebung innerhalb des Prozesses der Erstellung des Handlungskonzeptes Wirtschaft Zwickau 2025 eine wichtige Grundlage der folgenden Ausarbeitungen und ist gesondert als Dokument über die Wirtschaftsförderung zu erhalten. Die folgenden Themenfelder werden darin statistisch beleuchtet:

- Makrolage und Erreichbarkeit
- Demografie
- Arbeitsmarkt
- Wirtschaftsstruktur
- Gründungen, Wissen, Forschung und Entwicklung

ABBILDUNG 2: AUSZUG AUS DER SWOT (STANDORTPROFIL)



Im Folgenden sollen wichtige übergeordnete deutschlandweite bzw. globale Trends und daraus resultierende Anknüpfungspunkte und Herausforderungen für die Stadt Zwickau dargestellt werden. Sie werden durch Datenmaterial aus der SWOT beispielhaft unterlegt. Folgende Trends werden nachfolgend beschrieben und ihre Bedeutung für Zwickau eingeschätzt:

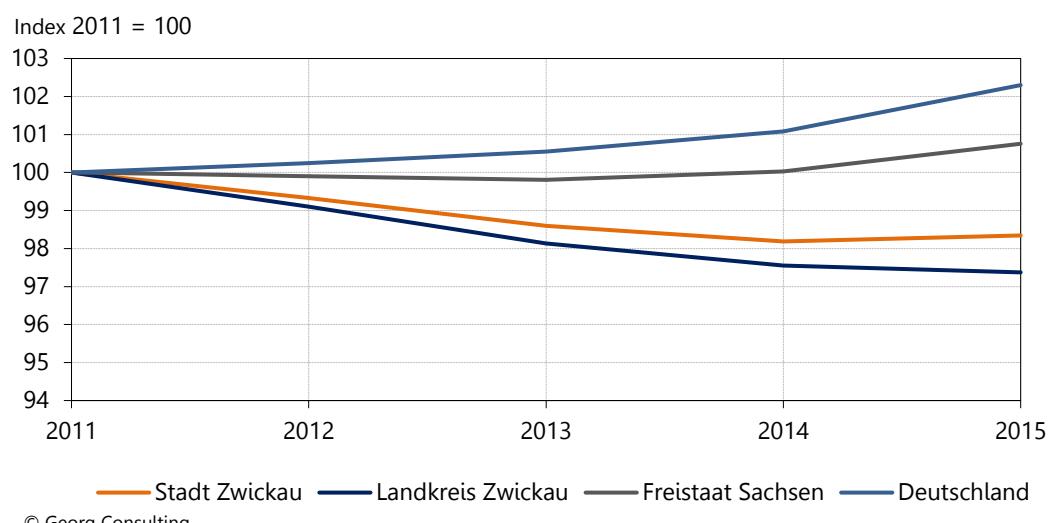
- Demografischer Wandel und Urbanisierung
- Digitalisierung und Industrie 4.0
- Globalisierung 2.0
- Wandel der Arbeitswelt
- Neue Mobilität
- Umbrüche bei Energie und Ressourcen

2.1 DEMOGRAFISCHER WANDEL UND URBANISIERUNG

Seit Jahren zeichnet sich im Rahmen des demografischen Wandels eine Binnenwanderung ab. Geografisch verläuft die Wanderung zumeist von Ost nach West, von Nord nach Süd und vom Land in die Stadt. Dieses Wanderungsverhalten hat die regionalen Disparitäten im Zeitverlauf verschärft.

Seit dem Zensus im Jahr 2011 ist die Bevölkerung Zwickaus um 1,7 Prozent zurückgegangen (vgl. Abbildung 3) und lag Ende 2015 bei 91.384 Personen. Im Jahr 2015 wurden erstmals wieder leichte Bevölkerungszuwächse verzeichnet. Im Landkreis Zwickau lag der Rückgang seit 2011 bei 2,6 Prozent. Die Bevölkerung Sachsens wuchs dagegen leicht um 0,8 Prozent, angetrieben durch die Entwicklung Leipzigs und Dresdens. In Deutschland insgesamt wurde von 2011 bis 2015 ein Bevölkerungsanstieg von 2,3 Prozent verzeichnet.

ABBILDUNG 3: INDEXIERTE BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG 2011–2015, STICHTAG 31. DEZEMBER

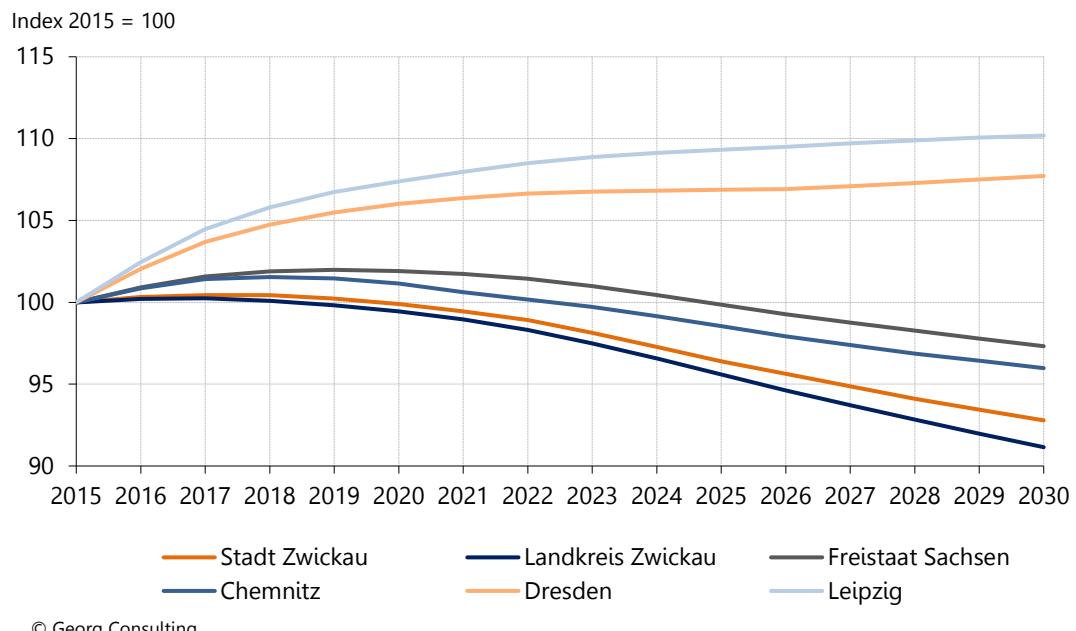


STADT ZWICKAU: EINWOHNER MIT HAUPTWOHNSITZ IN ZWICKAU - KOMMUNALE STATISTIKSTELLE ZWICKAU (STADTVERWALTUNG ZWICKAU), GGF. LEICHTE ABWEICHUNGEN ZUR AMTLICHEN STATISTIK.

QUELLEN: STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (2016); STADTVERWALTUNG ZWICKAU (2016); STATISTISCHES BUNDESAMT (2016); STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Laut Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen wird Zwickau in den kommenden Jahren nicht zu den Städten gehören, die in Sachsen aufgrund von Urbanisierungsprozessen Einwohnerzuwächse verzeichnen werden (vgl. Abbildung 4).

ABBILDUNG 4: INDEXIERTE BEVÖLKERUNGSPROGNOSE 2015–2030, OBERE VARIANTE (VARIANTE 1)



IN DER OBEREN VARIANTE (VARIANTE 1) DER 6. REGIONALISIERTEN BEVÖLKERUNGSPROGNOSERECHNUNG WIRD DIE VORAUS-SICHTLICHE BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG UNTER BESONDERER BERÜCKSICHTIGUNG DER ZUWANDERUNG AUS JÜNGSTER ZEIT MODELLHAFT QUANTIFIZIERT. AUSGANGSPUNKT DER BERECHNUNGEN DER 6. REGIONALISIERTEN BEVÖLKERUNGSPROGNOSERECHNUNG FÜR DEN FREISTAAT SACHSEN IST DER BEVÖLKERUNGSBESTAND AM 31. DEZEMBER 2014.

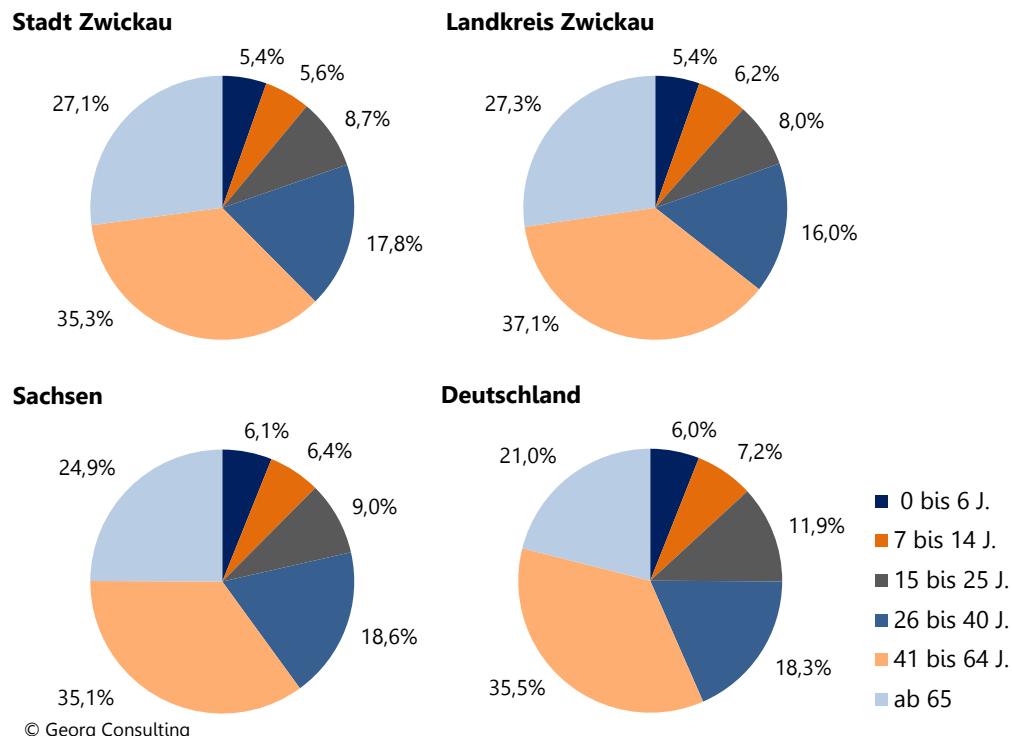
QUELLEN: STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Durch die seit Jahrzehnten niedrige Geburtenrate in Deutschland altert die Gesellschaft deutlich. Der Anteil der jungen Bevölkerung ist rückläufig, während die ältere Bevölkerung prozentual und nummerisch wächst.

Der Anteil der Personen ab 65 Jahren ist in Zwickau seit dem Jahr 2008 um 1,5 Prozentpunkte gestiegen und lag 2015 bei 27,4 Prozent. Absolut nahm die Bevölkerung in dieser Altersklasse um 537 Personen zu. Der Anteil der Personen zwischen 41 und 64 Jahren ging hingegen von 35,2 Prozent im Jahr 2008 auf 34,5 Prozent im Jahr 2015 zurück. Absolut gab es 1.836 Personen weniger in dieser Altersklasse. Deutlich ging auch die Bevölkerung der Altersgruppe 15 und 25 Jahre zurück (-3,3 Prozentpunkte; bzw. -3.391 Personen).

Der Anteil der Bevölkerung im Alter von 65 Jahren und mehr lag im Landkreis Zwickau sowie in der Stadt Zwickau 2014 bereits über dem Bundes- und Landesdurchschnitt (vgl. Abbildung 5).

ABBILDUNG 5: BEVÖLKERUNG NACH ALTERSGRUPPEN (%) 2014, STICHTAG 31. DEZEMBER



© Georg Consulting

STADT ZWICKAU: EINWOHNER MIT HAUPTWOHNSITZ IN ZWICKAU – KOMMUNALE STATISTIKSTELLE ZWICKAU (STADTVERWALTUNG ZWICKAU), GGF. LEICHTE ABWEICHUNGEN ZUR AMTLICHEN STATISTIK.

QUELLEN: STADTVERWALTUNG ZWICKAU (2016); STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Der Arbeitsmarkt ist aufgrund des Rückgangs der Personen im erwerbsfähigen Alter großen Herausforderungen ausgesetzt. Der drohende Fachkräftemangel zeigt sich bereits in einigen Branchen und Regionen und wird sich weiter verschärfen. Der Anteil der Arbeitskräfte mit Migrationshintergrund wächst hingegen, auch im Zuge der jüngsten Flüchtlingszuströme.

Viele ländliche Regionen verlieren an Bedeutung, während die Wirtschaftsmetropolen und Zentren zum Teil sogar wachsen. Die meisten Zentren bleiben Arbeits- und Gewerbestandorte – insbesondere für die wissensintensiven Dienstleistungen und Industrien, da sich hier die Hochqualifizierten konzentrieren.

ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ZWICKAU, U. A.:

- | Regionaler und überregionaler Wettbewerb um Fachkräfte wird sich zukünftig intensivieren
- | Oberzentrum Zwickau als regional bedeutenden und attraktiven Arbeits- und Lebensstandort profilieren

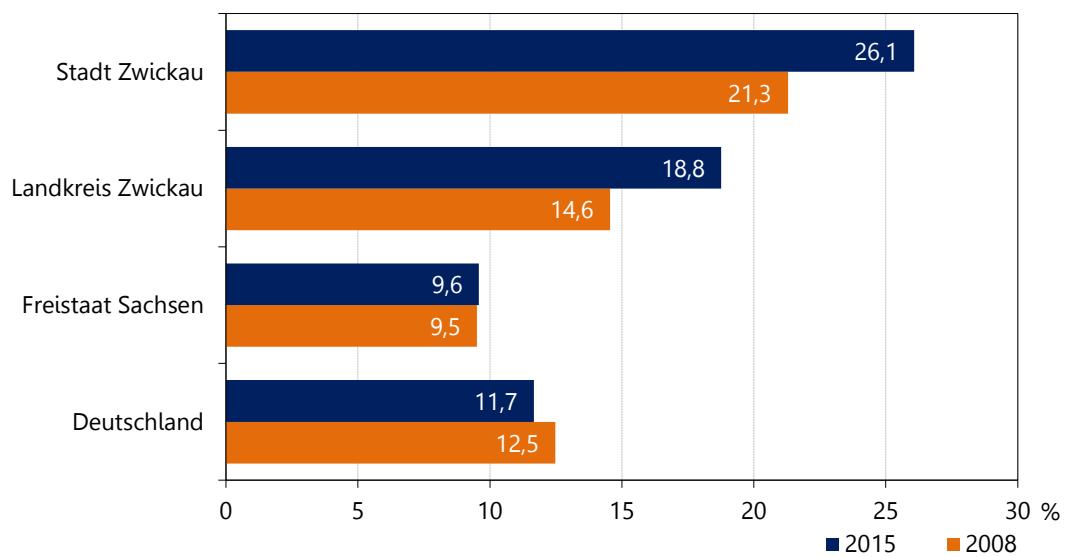
2.2 DIGITALISIERUNG UND INDUSTRIE 4.0

Die zunehmende Digitalisierung führt zu einer weitreichenden digitalen Vernetzung von Menschen mit Endgeräten, aber auch mit Alltagsgegenständen, Gebäuden und Wohnungen sowie Produkten, Produktionsstätten und Lieferketten. Hierdurch ergeben sich erhebliche Wertschöpfungspotenziale für die Industrie – insbesondere für die chemische Industrie, Automobilindustrie, den Maschinen- und Anlagenbau sowie die Elektronikindustrie. In diesem Zusammenhang wird oft der Begriff „Industrie 4.0“ verwendet, der aus einem Förderprojekt der Bundesregierung zur Stärkung der deutschen Industrie stammt.

Infolge der zunehmenden Digitalisierung kommt es zu neuen Berufsfeldern, Geschäftsmodellen und Produktionsprozessen, die etablierte Branchen nachhaltig beeinflussen und verändern. Es wird Gewinner- und Verliererbranchen geben. Unter Umständen verändern sich durch die zunehmende Vernetzung auch Raum- und Ansiedlungsmuster. Auf regionaler Ebene ist dieser Trend vor allem für Regionen mit einem hohen Besatz an Industrieunternehmen und technologieorientiertem Mittelstand von hoher Bedeutung.

In der Stadt Zwickau lag der Anteil der Beschäftigten in den wissensintensiven Industrien mit 26,1 Prozent im Jahr 2015 (vgl. Abbildung 6) über dem entsprechenden Anteil im Landkreis (18,8 %), in Sachsen (9,6 %) und in Deutschland (11,7 %). Der Anteil ist seit dem Jahr 2008 in Zwickau außerdem deutlich gewachsen. Er ist um 4,8 Prozentpunkte angestiegen. Absolut arbeiteten 2015 13.756 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Stadt Zwickau in wissensintensiven Industrien.

ABBILDUNG 6: ANTEILE WISSENSINTENSIVE INDUSTRIE* AN ALLEN SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTEN 2008 UND 2015, STICHTAG 30. JUNI



© Georg Consulting

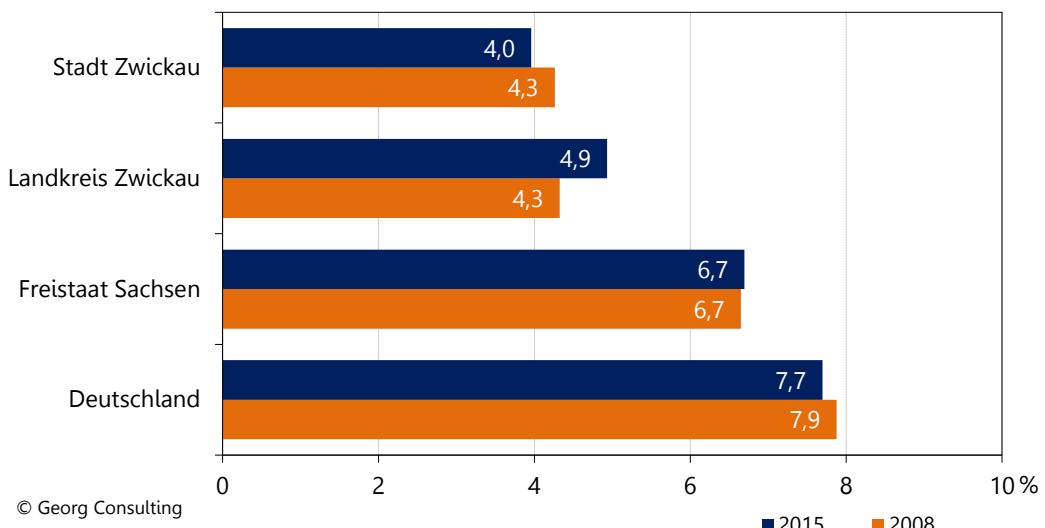
* NIW/ISI/ZEW (2010): LISTEN WISSENS- UND TECHNOLOGIEINTENSIVER WIRTSCHAFTSZEIGE

QUELLEN: STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); NIW/ISI/ZEW (2010); GEORG CONSULTING (2016).

In der Stadt Zwickau lag der Anteil der Beschäftigten in den sogenannten Kernbereichen der Anbieter von Industrie 4.0 mit 4,0 Prozent im Jahr 2015 (vgl. Abbildung

7) unter den Anteilen im Landkreis (4,9 %), in Sachsen (6,7 %) und in Deutschland (7,7 %). Der Anteil hat sich in Zwickau seit dem Jahr 2008 leicht verringert. Er ist um 0,3 Prozentpunkte zurückgegangen. Absolut arbeiteten 2015 2.088 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Stadt Zwickau in den Wirtschaftszweigen, die vom Fraunhofer IPA als Kernbereiche der Anbieter von Industrie 4.0 (Herstellung von Cyber-Physischen-Systemen und deren Komponenten) klassifiziert werden.

ABBILDUNG 7: ANTEILE DER WIRTSCHAFTSZWEIGE 26; 27; 28; 62 (KERNBEREICHE ANBIETER INDUSTRIE 4.0)* AN ALLEN SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BEŞÄFTIGTEN 2008 UND 2015, STICHTAG 30. JUNI



BEI DER BETRACHrUNG DER ANBIETER VON INDUSTRIE 4.0 WIRD EINE REIN TECHNOLOGISCHE SICHT EINGENOMMEN. DAS BEDEUTET, DASS DIE ANBIETER DURCH DIE HERSTELLUNG VON CYBER-PHYSISCHEN-SYSTEMEN UND DEREN KOMPONENTEN CHARAKTERISIERT SIND. AUSGEHEND VON DER WZ 2008 BEINHALTEN DEMNACH FOLGENDE BRANCHEN POTENZIELLE ANBIETER VON INDUSTRIE 4.0 (VGL. FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR PRODUKTIONSTECHNIK UND AUTOMATISIERUNG IPA/INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN RHEIN-NECKAR, PFALZ UND DARMSTADT RHEIN MAIN NECKAR (HRSG.) (2015)):

- 26 HERSTELLUNG VON DATENVERARBEITUNGSGERÄTEN, ELEKTRONISCHEN UND OPTISCHEN ERZEUGNISSEN
- 27 HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN AUSRÜSTUNGEN
- 28 MASCHINENBAU
- 62 ERBRINGUNG VON DIENSTLEISTUNGEN DER INFORMATIONSTECHNOLOGIE

QUELLEN: STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR PRODUKTIONSTECHNIK UND AUTOMATISIERUNG IPA/INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN RHEIN-NECKAR, PFALZ UND DARMSTADT RHEIN MAIN NECKAR (HRSG.) (2015); GEORG CONSULTING (2016).

ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ZWICKAU, U. A.:

- | Hohe Relevanz von Industrie 4.0 für den Automobilstandort Zwickau und die Zuliefererunternehmen
- | Stärkung wissens- und technologieintensiver Industrien am Standort Zwickau (Bestandspflege, Neuansiedlung, Wertschöpfungsketten) als zentrale zukünftige Herausforderung
- | Lokales Ausbildungsangebot an Digitalisierung anpassen

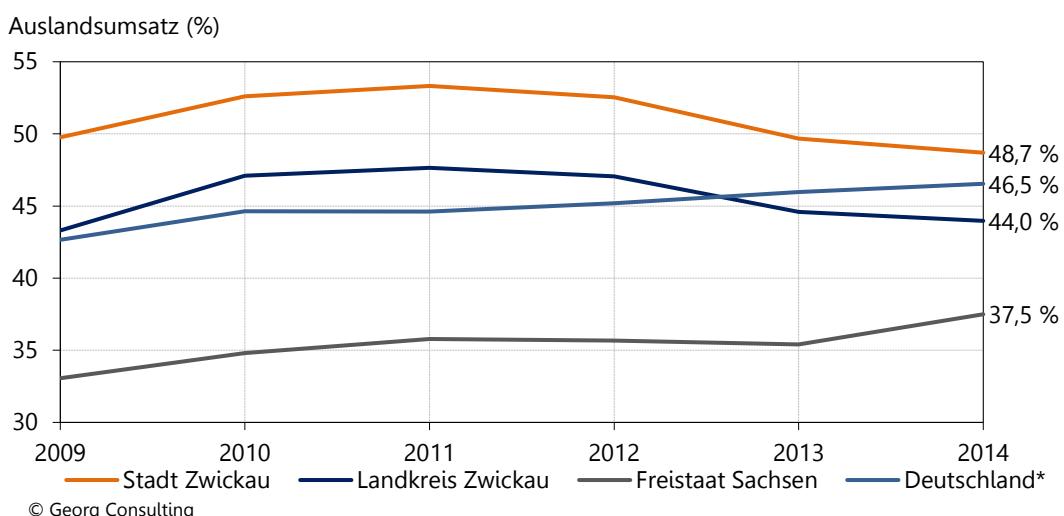
2.3 GLOBALISIERUNG 2.0

Trotz der sich aktuell abschwächenden Weltwirtschaft und Krisen in den Wachstums- und Schwellenländern wird der Internationalisierungsprozess voraussichtlich weiter anhalten. Die fortlaufende Integration der globalen Märkte führt generell zu einem Bedeutungszuwachs der Schwellenländer. Gleichzeitig erhöht sich jedoch das Risiko von Dominoeffekten in Krisenzeiten.

In den Schwellenländern gibt es eine wachsende Mittelschicht, wodurch sich positive Effekte für die exportorientierte Wirtschaft in Deutschland ergeben. Wettbewerbsvorteile für deutsche Unternehmen bestehen in globalen oder stark regionalisierten Produktstrategien. Gleichzeitig erhöht sich für die westlichen Exportmärkte durch lokale Produkte und Qualitätssteigerungen in den Schwellenländern die Konkurrenzsituation. Des Weiteren ist ein wachsendes Interesse von Unternehmen und Investoren aus Schwellenländern am Standort Deutschland zu beobachten, sodass auch aktiv um Ansiedlungen aus diesen Ländern geworben werden könnte.

Die Unternehmen Zwickaus weisen bereits überdurchschnittlich starke Vernetzungen mit dem Ausland auf, was sich in den hohen Anteilen der Auslandsumsätze an den Gesamtumsätzen zeigt (vgl. Abbildung 8). Der Effekt ist jedoch zu großen Teilen auf die Automobilindustrie zurückzuführen.

ABBILDUNG 8: ANTEIL DER AUSLANDSUMSÄTZE (%) IN DEN BETRIESEN DES VERARBEITENDEN GEWERBES (> 19 BESCHÄFTIGTE)



*ALLE BETRIEBE

QUELLEN: STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (2016); STATISTISCHES BUNDESAMT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ZWICKAU, U. A.:

- | Internationale Ausrichtung der Automobilindustrie für den gesamten Standort Zwickau nutzen (z. B. durch Standortmarketing)
- | Ausländische Ziel- und Wachstumsmärkte gezielt bewerben

2.4 WANDEL DER ARBEITSWELT

Die Arbeitswelt wird zunehmend mobiler und die Flexibilisierung der Arbeitszeiten wird weiter voranschreiten. Gleichzeitig nehmen die freiberuflichen Tätigkeiten zu. Im Zuge demografischer und gesellschaftlicher Veränderungen wird sich der Arbeitsmarkt vermehrt diversifizieren. So wird es mehr berufstätige Frauen, Ältere und Menschen mit Migrationshintergrund geben.

TABELLE 1: SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE NACH MERKMALEN 2008 UND 2015, STICHTAG 30. JUNI

	GESAMT	FRAUEN			AUSLÄNDER			ALTER 50 BIS UNTER 65		
	Anzahl 2015	2008 (%)	2015 (%)	Wachstum (%-Punkte)	2008 (%)	2015 (%)	Wachstum (%-Punkte)	2008 (%)	2015 (%)	Wachstum (%-Punkte)
STADT ZWICKAU	52.754	43,1	42,7	-0,4	0,7	2,0	1,3	27,1	35,4	8,3
KREIS ZWICKAU	123.079	45,6	45,7	0,1	0,6	1,7	1,1	27,4	36,3	8,9
SACHSEN	1.529.978	48,7	49,1	0,5	1,0	2,6	1,6	27,3	34,2	6,9
DEUTSCHLAND	30.771.297	45,0	46,4	1,3	6,7	9,2	2,5	24,1	31,4	7,2

QUELLEN: STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

In Zwickau waren 2015 30.202 Männer und 22.552 Frauen sozialversicherungspflichtig beschäftigt (vgl. Tabelle 1). Der Anteil der weiblichen Beschäftigten liegt damit bei 42,7 Prozent, was unter dem Wert des Landkreises (45,7 %), Sachsen (49,1 %) und Deutschlands (46,4 %) liegt. Die Entwicklung der Beschäftigung von Frauen verlief außerdem weniger dynamisch als bei den Männern und der Frauenanteil an der Gesamtbeschäftigung ist seit 2008 sogar rückläufig.

Im Juni 2015 waren in der Stadt Zwickau 1.061 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte ausländischer Nationalität. Diese Zahl hat sich seit dem Jahr 2008, als nur 324 Ausländer in Zwickau beschäftigt waren, mehr als verdreifacht. Der Ausländeranteil an den Beschäftigten liegt erwartungsgemäß in der Stadt höher als im Landkreis, jedoch unter dem Wert Sachsen (2,6 %) und Deutschlands, wo er durchschnittlich bei 9,2 Prozent liegt.

Im Jahr 2015 waren in Zwickau 35,4 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 50 bis 64 Jahre alt. Dieser Anteil lag etwa auf Kreis- und Landesniveau, jedoch vier Prozentpunkte über dem Bundeswert.

ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ZWICKAU, U. A.:

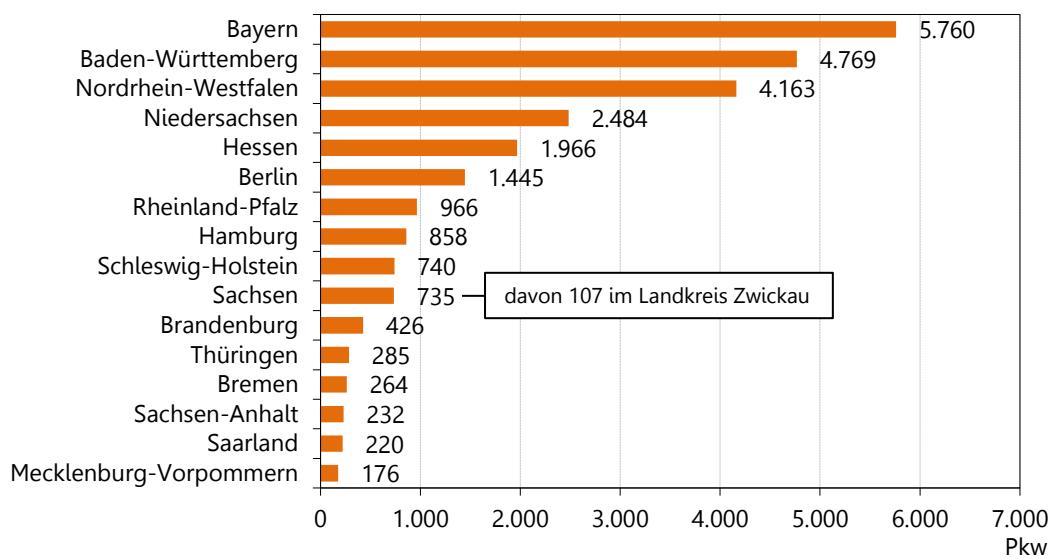
- | Innovative Arbeitszeitmodelle und Familienfreundlichkeit als Standort- und Wettbewerbsfaktor begreifen
- | Integration aller Bevölkerungsgruppen in den Arbeitsmarkt, insbesondere Zuwanderer

2.5 NEUE MOBILITÄT

Die Mobilität steht aktuell vor einem großen Umbruch, der sich durch diverse parallele Entwicklungen ausdrückt. Weltweit sind steigende Mobilitätskosten zu beobachten. Die Automobilkonzerne entwickeln neue Antriebstechniken (z. B. Elektromobilität, Hybrid-Motoren, Wasserstoffantrieb), die den Verbrennungsmotor zunehmend ablösen, und investieren in die Technisierung, wie etwa die intelligente Fahrerassistenz. Die IT-Nutzung in Fahrzeugen nimmt dadurch zu. In der Bevölkerung zeigt sich eine wachsende Akzeptanz für alternative Fahrzeugkonzepte (z. B. Car-Sharing). Anfang des Jahres 2016 waren beispielsweise 107 Pkw mit Elektromotor im Landkreis Zwickau registriert (vgl. Abbildung 9).

Im Zuge dessen schreitet auch die digitale Vernetzung unterschiedlicher Verkehrsträger bzw. der Verkehrsträger und der Infrastruktur – vor allem in den Großstädten – voran. Im Transportwesen ist ein Bedeutungszuwachs intermodaler Verkehre zu beobachten.

ABBILDUNG 9: BESTAND AN PERSONENKRAFTWAGEN MIT ELEKTROMOTOR AM 1. JANUAR 2016



© Georg Consulting

QUELLEN: KRAFTFAHRTBUNDESAMT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ZWICKAU, U. A.:

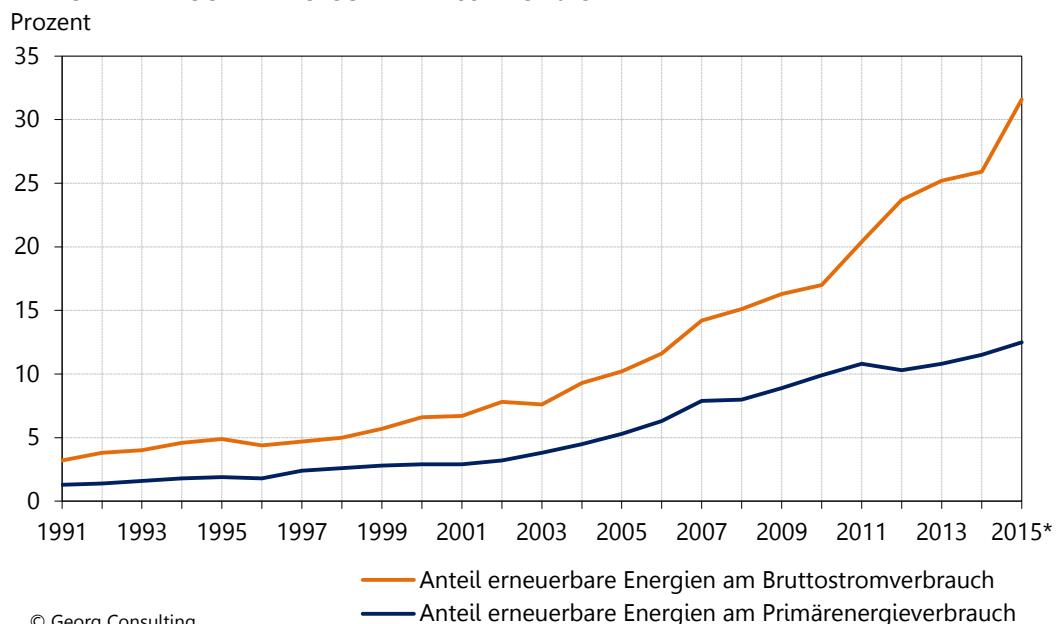
- | Zwickau bietet als Automotive-Standort gute Voraussetzungen, um an den technologischen Entwicklungen im Bereich Mobilität zu partizipieren.
- | Modellprojekte zusammen mit der Automobilindustrie initiieren
- | Eruierung neuer Ansiedlungsmöglichkeiten (z. B. Produktion E-Automobile, Batteriefabrik)

2.6 UMBRÜCHE BEI ENERGIE UND RESSOURCEN

Der Klimawandel und der Energieumbau stellen die Wirtschaft vor grundlegende Herausforderungen. In Deutschland wird der Energieumbau mit zahlreichen Investitionen in erneuerbare Energien vorangetrieben. Energieeinsparungen sollen zudem durch die Modernisierung des Gebäudebestandes erfolgen. Der Anteil der erneuerbaren Energien am Strom- und Energieverbrauch hat sich in Deutschland in den letzten Jahren deutlich erhöht (vgl. Abbildung 10).

Generell verfügen Umwelttechnologien über ein hohes Wachstumspotenzial. Der Trend geht zu einer „Niedrigemissionswirtschaft“, in der Ressourcen- und Energieeffizienz eine zentrale und übergeordnete Rolle spielen. Zahlreiche Maßnahmen und neue Produktentwicklungen werden hierzu vorangetrieben. In diesem Zusammenhang wird auch die Kreislaufwirtschaft zunehmend wichtiger („Cradle-to-Cradle“). Die Etablierung der Industrie 4.0 in den Produktionsprozessen hat ebenfalls positive Effekte auf die Ressourceneffizienz.

ABBILDUNG 10: ANTEILE ERNEUERBARE ENERGIEN AN BRUTTOSTROMVERBRAUCH UND PRIMÄR-ENERGIEVERBRAUCH IN DEUTSCHLAND 1991 BIS 2015



© Georg Consulting

*VORLÄUFIGE ANGABEN

QUELLEN: STATISTISCHES BUDNESAMT/ARBEITSGRUPPE ERNEUERBARE ENERGIEN-STATISTIK (AGEE-STAT)/ARBEITSGEMEINSCHAFT ENERGIEBILANZEN (AGEB) (2016); GEORG CONSULTING (2016).

ANKNÜPFUNGSPUNKTE UND HERAUSFORDERUNGEN FÜR ZWICKAU, U. A.:

- | Energieumbau und Klimaschutz als übergeordnete Ziele werden auf der lokalen Ebene umgesetzt. Hierdurch ergeben sich Potenziale für die örtliche Bauwirtschaft und das Handwerk.
- | Klimafreundliche und energieeffiziente Wohnquartiere und Gewerbestandorte entwickeln (u. a. auch als Vermarktungsaspekt)

3. LOKALE THEMEN UND HANDLUNGSBEDARFE

STRATEGIE-WORKSHOP ZWICKAU 2025

Neben der Skizzierung der übergeordneten Trends und den Ergebnissen der SWOT-Analyse lieferte der Strategie-Workshop „Wirtschaftliche Leitlinien und Eckpunkte für Zwickau mit Zielhorizont 2025“ wichtige Hinweise auf die lokalen Schwerpunktthemen und Handlungsbedarfe.

Im Rahmen des Workshops am 11. August 2016 wurden im Rathaus Zwickau mit ausgewählten Akteuren aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Verbänden die wirtschaftlichen Leitlinien und Eckpunkte für Zwickau mit Zielhorizont 2025 entwickelt und diskutiert.

In den folgenden Bereichen wurden Handlungsbedarfe für Zwickau identifiziert:

- Fachkräfte und Bildung
- Wirtschaftsstruktur und Branchen
- Stadtmarketing
- Technologie, Gründung und Innovation
- Infrastruktur und Gewerbegebiete
- Standortmarketing und Ansiedlung

Nachfolgend werden ausgewählte Fakten zu diesen Themen erläutert und Rückschlüsse (Potenziale und Handlungsbedarfe) für Zwickau gezogen.

ABBILDUNG 11: DISKUSSIONSRUNDE WORKSHOP



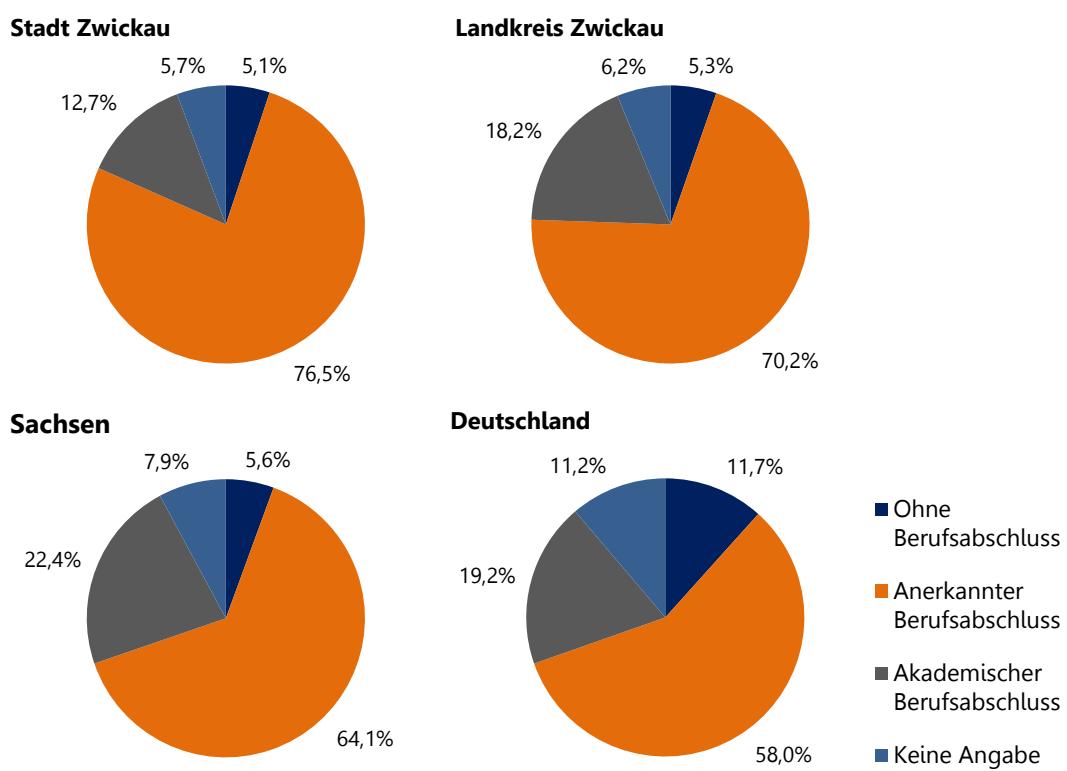
QUELLEN: GEORG CONSULTING (2016).

3.1 FACHKRÄFTE UND BILDUNG

In Zwickau wurde von 2011 bis 2015 ein Einwohnerrückgang (-1,7 %) verzeichnet, während die Bevölkerung im Landes- und Bundesdurchschnitt anstieg. Auch in der Zukunft wird die Bevölkerungszahl laut Prognose bis 2030 zurückgehen. Zudem gibt es einen überdurchschnittlich hohen Anteil der Bevölkerung im Alter von über 65 Jahren (27,1 %). Diese Altersgruppe wird zukünftig absolut und relativ wachsen. In Zwickau sinkt der Saldo der natürlichen Bevölkerungsbewegung (Sterbefälle > Geburten), was eine starke Alterung der Bevölkerung nach sich zieht. Parallel dazu findet sich ein vergleichsweise geringer Anteil von Personen im erwerbsfähigen Alter.

Im Jahr 2015 verfügten in Zwickau 12,7 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten über einen akademischen Berufsabschluss. 76,5 Prozent hatten einen anerkannten Berufsabschluss als höchsten Bildungsabschluss. 5,1 Prozent hatten keinen Berufsabschluss vorzuweisen. Der Anteil der Akademiker liegt damit in Zwickau deutlich unter dem Anteil im Landkreis (18,2 %), im Freistaat Sachsen (22,4 %) und in Deutschland insgesamt (19,2 %). Die absolute Zahl der Beschäftigten mit einem akademischen Berufsabschluss ist in Zwickau im Zeitraum 2008 bis 2015 um 12,6 Prozent gestiegen. Auch dieser Wert liegt jedoch unter dem der Vergleichsregionen (vgl. Abbildung 12).

ABBILDUNG 12: SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE AM ARBEITSORT NACH HÖCHSTEM BERUFSABSCHLUSS (%) 2015, STICHTAG 30. JUNI



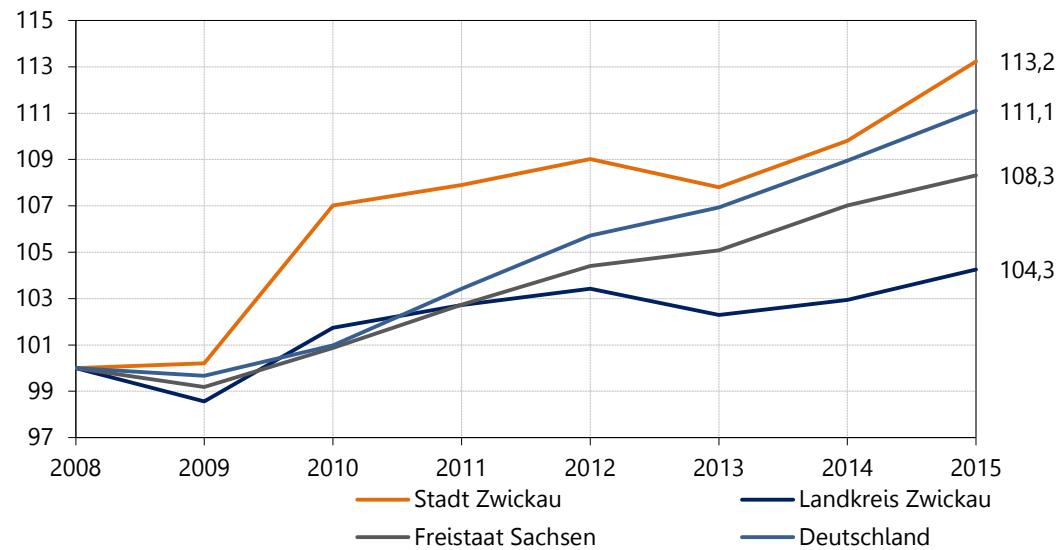
© Georg Consulting

QUELLEN: STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Seit dem Jahr 2008 ist die Beschäftigung in Zwickau um 13,2 Prozent gewachsen und lag im Juni 2015 bei 52.754 Personen. Die Entwicklung verlief damit dynamischer als im Landkreis Zwickau, in Sachsen und in Deutschland insgesamt (vgl. Abbildung 13).

ABBILDUNG 13: SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE AM ARBEITSORT 2008–2015,
STICHTAG 30. JUNI

Index 2008 = 100



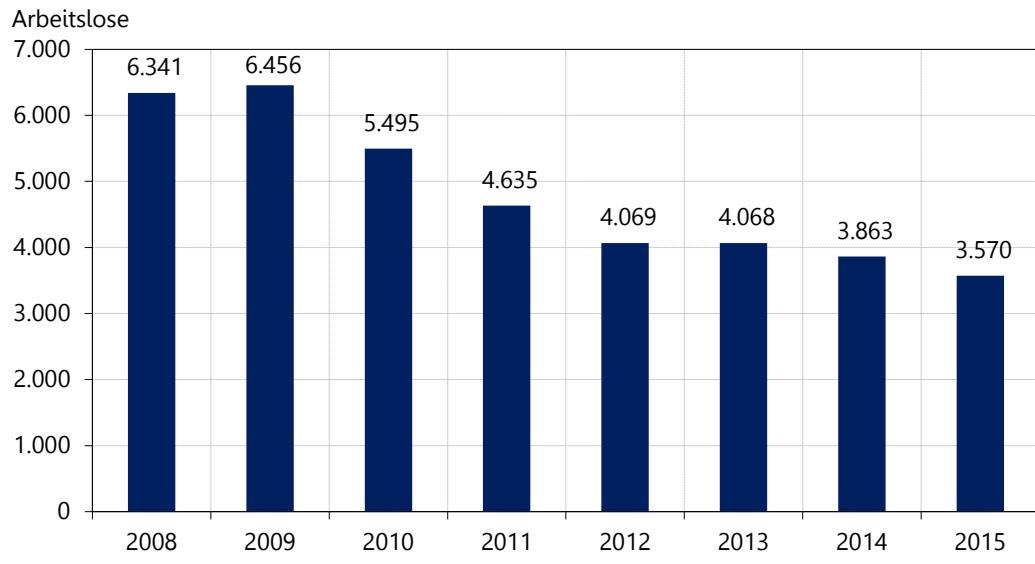
© Georg Consulting

QUELLEN: STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (2016); STATISTISCHES BUNDESAMT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Die Zahl der Arbeitslosen hat sich seit dem Jahr 2008 um 43,7 Prozent verringert. 2008 lag diese noch bei über 6.000, zuletzt bei 3.570 Personen. Im Landkreis ist die Zahl der Arbeitslosen im gleichen Zeitraum sogar um 46,2 Prozent zurückgegangen. In ganz Sachsen betrug der Rückgang 37,5 Prozent, in Deutschland insgesamt 14,2 Prozent (vgl. Abbildung 14).

Die Arbeitslosenquote hat sich in Zwickau damit von 12,7 Prozent im Jahr 2008 auf 7,5 Prozent im Jahr 2015 verringert. Im Landkreis liegt sie aktuell bei 6,9 Prozent, in Sachsen bei 8,2 Prozent und in Deutschland insgesamt bei 6,4 Prozent.

ABBILDUNG 14: ENTWICKLUNG DER ARBEITSLOSENZAHLEN (SGB II UND III) IN DER STADT ZWICKAU 2008–2015, JAHRESDURCHSCHNITTE



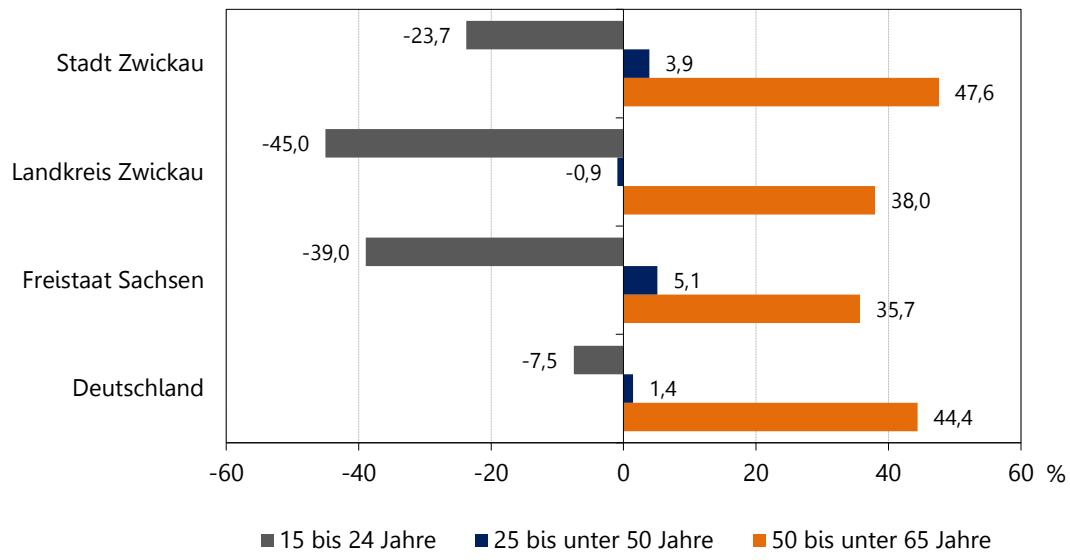
© Georg Consulting

QUELLEN: STATISTISCHES BUNDESAMT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Trotz der insgesamt wachsenden Beschäftigtenzahlen und dem Rückgang der Arbeitslosigkeit, wird es eine wichtige Zukunftsaufgabe für Zwickau sein, das Nachwuchs- und Fachkräfteangebot auf dem Arbeitsmarkt zu sichern. Erschwert wird dies neben der demografischen Entwicklung durch einen wachsenden Anteil gering qualifizierter Arbeitsloser und die teilweise Abwanderung von Hochqualifizierten.

Der Anteil weiblicher (42,7 %) und ausländischer (2,0 %) Beschäftigter ist in Zwickau vergleichsweise gering. Während die Zahl der jüngeren Beschäftigten bis 24 Jahre sinkt, nimmt die Zahl der älteren Beschäftigten ab 50 Jahren deutlich zu (vgl. Abbildung 15). Mit geeigneten Maßnahmen, davon viele im Bereich Bildung, sollten alle demografischen Potenziale für den Arbeitskräftemarkt mobilisiert werden.

ABBILDUNG 15: ENTWICKLUNG (%) DER SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTEN AM ARBEITSORT NACH ALTERSGRUPPEN 2008 BIS 2015, STICHTAG 30. JUNI



© Georg Consulting

QUELLEN: STATISTISCHES BUNDESAMT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Der Fachkräftemangel birgt die Gefahr von negativen Auswirkungen auf die wirtschaftliche Prosperität Zwickaus und auf die Attraktivität des Standortes für Unternehmen. Der geringe Anteil von Hochqualifizierten kann ein Hemmnis für den wissensbasierten Strukturwandel und das technologie- und wissensintensive Gründungsgeschehen sein.

POTENZIALE & HANDLUNGSBEDARFE IN ZWICKAU:

- | Erhöhung der Erwerbsbeteiligung von Frauen, Ausländern und älteren Menschen (-> Qualifikation)
- | Durch geeignete Qualifikationsmaßnahmen das Matching Arbeitslose <-> potenzielle Arbeitgeber verbessern
- | Bindung und Anwerbung von Fachkräften (u. a. über ein zielgerichtetes Standortmarketing)
- | Pull-Faktoren (z. B. Wohnraum, Arbeitsangebot, Lebensqualität) identifizieren, stärken und nach innen wie außen aktiv kommunizieren
- | Übergang Schule-Beruf weiter optimieren

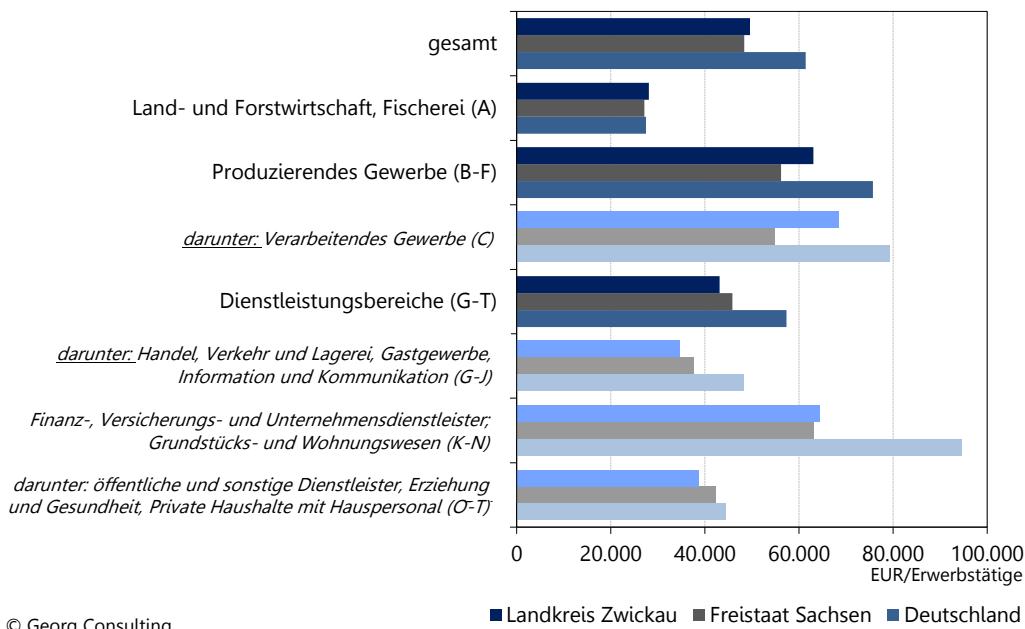
3.2 WIRTSCHAFTSSTRUKTUR UND BRANCHEN

Bruttoinlandsprodukt, Bruttowertschöpfung, Produktivität und das verfügbare Einkommen sind im Landkreis Zwickau in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Diese Daten, die der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung entspringen, sind nur bis zur Kreisebene und nicht für einzelne kreisangehörige Städte und Gemeinden verfügbar.

Der Anteil der Industrie an der Wirtschaftskraft (42,5 %) und an der Erwerbstätigkeit (33,4 %) fällt im Landkreis Zwickau überdurchschnittlich hoch aus. Die Produktivität im Verarbeitenden Gewerbe liegt über dem Landes- aber deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 16).

Über alle Wirtschaftszweige hinweg betrachtet erreicht die Produktivität nur 80,8 Prozent des Bundesniveaus. Das verfügbare Einkommen liegt mit 18.656 Euro im Jahr 2014 ebenfalls unter dem deutschen Durchschnitt (21.117 Euro).

ABBILDUNG 16: BRUTTOWERTSCHÖPFUNG IN JEWELIGEN PREISEN JE ERWERBSTÄTIGEN IM VERGLEICH 2014



© Georg Consulting

■ Landkreis Zwickau ■ Freistaat Sachsen ■ Deutschland

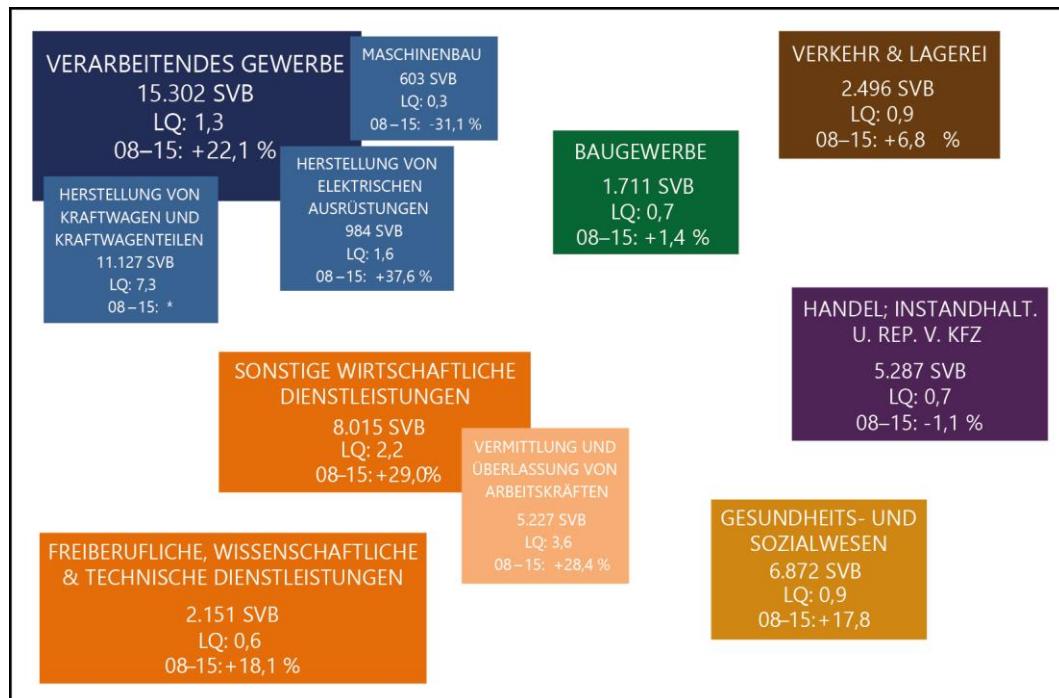
QUELLEN: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Der industrielle Besatz in Zwickau zeichnet sich durch eine geringe Breite aus und wird von der Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen dominiert. Knapp 73 Prozent der Beschäftigten im Verarbeitenden Gewerbe arbeiten in der Automobilindustrie. Die starke Konzentration der Industrie auf den Automobilbau stellt ein Risiko für den Wirtschaftsstandort dar. Neben dem Automobilbau gibt es weitere Branchen, die am Standort Zwickau wachsen. Dazu gehören u. a. die Logistik, das Gesundheitswesen und die freiberuflichen, technischen und wissenschaftlichen Dienstleistungen.

In der nachfolgenden Abbildung 17 werden ausgewählte Wirtschaftszweige im Hinblick auf ihre Beschäftigtenzahl und -entwicklung dargestellt. Dabei gibt der

Lokationsquotient (LQ) an, ob der Beschäftigtenanteil einer Branche an der Gesamtwirtschaft in Zwickau im Vergleich zu Deutschland größer ($LQ > 1$) oder kleiner ($LQ < 1$) ist.

ABBILDUNG 17: BESCHÄFTIGTE AM 30. JUNI 2015 UND ENTWICKLUNG IN AUSGEWÄHLTEN WIRTSCHAFTSZWEIGEN UND BRANCHEN



QUELLEN: STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); GEORG CONSULTING (2016).

POTENZIALE & HANDLUNGSBEDARFE IN ZWICKAU:

- | Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur zur Minimierung der Abhängigkeit vom Automobilbau
- | Identifikation weiterer Zukunftsbranchen (möglicherweise aufbauend auf den Wertschöpfungs- und Zulieferungsketten der Automobilindustrie, z. B. Batteriefabrik, E-Mobilität)
- | Stärkung des ansässigen Mittelstandes und des Handwerks und damit Intensivierung der Bestandspflege
- | Bei Nachfolgeproblemen in Unternehmen auch über die Stadtgrenzen hinaus nach Potenzialen suchen
- | Intensivierung des Ansiedlungsmarketings und der Neuansiedlungen

3.3 STADTMARKETING

Der Innenstadt kommt als Aushängeschild einer Stadt eine tragende Rolle zu. Der Innenstadtbereich vermittelt in vielen Fällen den ersten Eindruck auf Gäste und Besucher. Die Innenstadt Zwickaus weist in großen Teilen ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild auf. Sie kämpft aber mit typischen Problemen, die mit dem Strukturwandel im Einzelhandel und dem veränderten Einkaufsverhalten der Konsumenten zusammenhängen. Diese Entwicklungen sind kaum umkehrbar.

Stadtmarketing kann zur Belebung und Imageverbesserung maßgeblich beitragen und vor allem die Identifikation der Zwickauer Bürger mit ihrer Stadt fördern. Zwickau sollte vielfältig beworben werden und sich als Einkaufsstadt wieder einen Namen machen.

ABBILDUNG 18: ZWICKAUER HAUPTSTRASSE



QUELLE: TOURIST INFORMATION ZWICKAU (2016).

POTENZIALE & HANDLUNGSBEDARFE IN ZWICKAU:

- | Image Zwickaus verbessern; „Zwickaus Bürger sollten stolz auf ihre Stadt sein“
- | Stadtmarketing nicht nur klassisch auf Handel und Tourismus fokussieren – integrative und ganzheitliche Konzepte in enger Anlehnung an das Standortmarketing entwickeln
- | Innenstadt „neu denken“ – realistischer Blick auf die Möglichkeiten zur Belebung der Innenstadt
- | Ideenbörse mit Verbesserungsvorschlägen (Internet-Plattform)

3.4 TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG UND INNOVATION

In Zwickau findet sich ein überdurchschnittlich hoher und wachsender Anteil der Beschäftigung in wissensintensiven Industrien (26,1 %) und in den Bereichen der hochwertigen Technik (24,3 %) (vgl. Tabelle 2). Wie die gesamte Industriestruktur wird auch diese Entwicklung vom Automobilbau bestimmt.

TABELLE 2: ANTEILE SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG BESCHÄFTIGTE AM ARBEITSORT IN WISSENS- UND FORSCHUNGSGESELLSCHAFTEN WZ UND IN KERNBEREICHEN ANBIETER 4.0 AN DER GEAMTBESCHÄFTIGUNG 2008 UND 2015, STICHTAG 30. JUNI

	WISSENS-INTENSIVE DIENSTLEISTUNGEN ¹		WISSENS-INTENSIVE INDUSTRIEN ¹		HOCHWERTIGE TECHNIK ²		KERNBEREICHE ANBIETER INDUSTRIE 4.0 ³	
	2008 (%)	2015 (%)	2008 (%)	2015 (%)	2008 (%)	2015 (%)	2008 (%)	2015 (%)
STADT ZWICKAU	14,7	13,8	21,3	26,1	19,2	24,3	4,3	4,0
KREIS ZWICKAU	11,6	11,8	14,6	18,8	12,6	16,9	4,3	4,9
SACHSEN	16,1	17,6	9,5	9,6	5,9	6,2	6,7	6,7
DEUTSCHLAND	19,5	20,6	12,5	11,7	8,2	7,9	7,9	7,7

¹ NIW/ISI/ZEW (2010): LISTEN WISSENS- UND TECHNOLOGIEINTENSIVER WIRTSCHAFTSZWEIGE

² NIW/ISI/ZEW (2012): NEUABGRENZUNG FORSCHUNGSGESELLSCHAFTEN UND GÜTER

³ BEI DER BETRACHTUNG DER ANBIETER VON INDUSTRIE 4.0 WIRD EINE REIN TECHNOLOGISCHE SICHT EINGENOMMEN. DAS BEDEUTET, DASS DIE ANBIETER DURCH DIE HERSTELLUNG VON CYBER-PHYSISCHEN SYSTEMEN UND DEREN KOMPONENTEN CHARAKTERISIERT SIND. AUSGEHEND VON DER WZ 2008 BEINHALTEN DEMNACH FOLGENDE BRANCHEN POTENZIELLE ANBIETER VON INDUSTRIE 4.0 (VGL. FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR PRODUKTIONSTECHNIK UND AUTOMATISIERUNG IPA/INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN RHEIN-NECKAR, PFALZ UND DARMSTADT RHEIN MAIN NECKAR (HRSG.) (2015)):

26 HERSTELLUNG VON DATENVERARBEITUNGSGERÄTEN, ELEKTRONISCHEN UND OPTISCHEN ERZEUGNISSEN

27 HERSTELLUNG VON ELEKTRISCHEN AUSRÜSTUNGEN

28 MASCHINENBAU

62 ERBRINGUNG VON DIENSTLEISTUNGEN DER INFORMATIONSTECHNOLOGIE

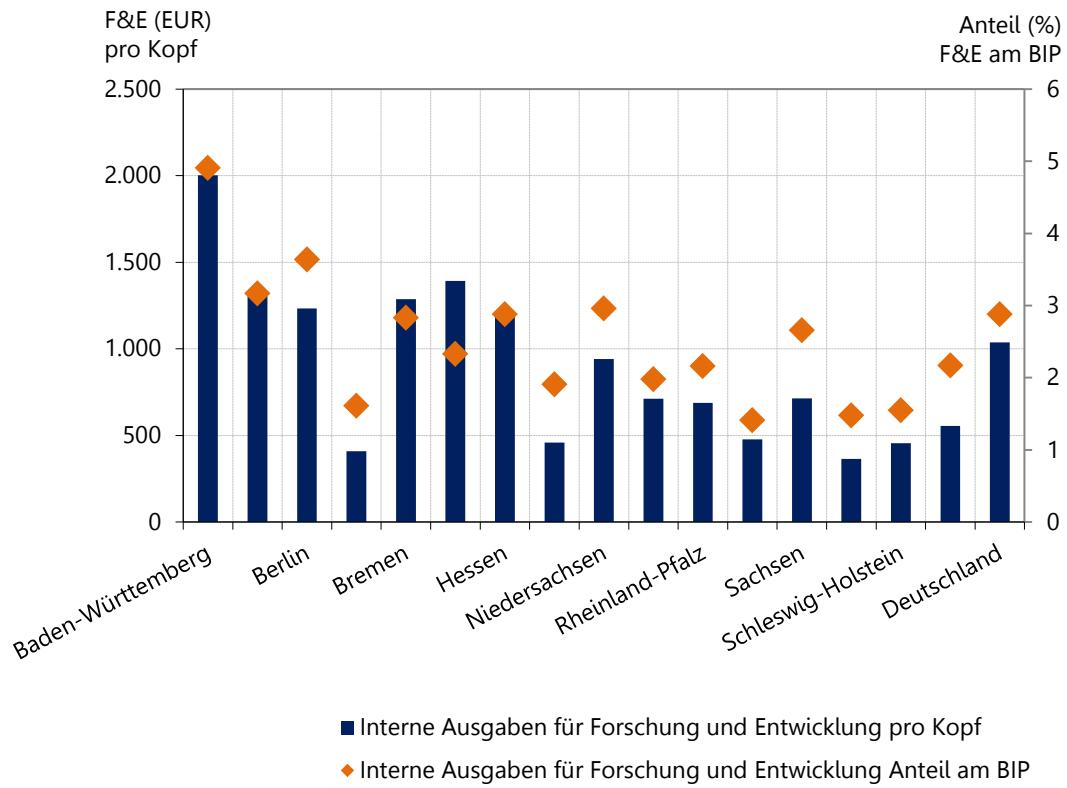
QUELLEN: STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR PRODUKTIONSTECHNIK UND AUTOMATISIERUNG IPA/INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN RHEIN-NECKAR, PFALZ UND DARMSTADT RHEIN MAIN NECKAR (HRSG.) (2015); NIW/ISI/ZEW (2012); NIW/ISI/ZEW (2010); GEORG CONSULTING (2016).

In wissensintensiven Dienstleistungen zeigt sich dagegen ein unterdurchschnittlich niedriger und rückläufiger Anteil der Beschäftigung. Der Anteil von Hochqualifizierten (Bevölkerung und Beschäftigte) ist trotz des Hochschulstandortes Zwickau vergleichsweise gering.

Die Alterung der Bevölkerung könnte sich restriktiv auf das Gründungs- und Innovationsgeschehen auswirken. Umso mehr kommt es darauf an, Gründungs- und Innovationspotenziale der Westsächsischen Hochschule Zwickau zu nutzen.

Sachsen wies 2014 den höchsten Anteil der Ausgaben für Forschung und Entwicklung am BIP (2,7 %) in Ostdeutschland auf (vgl. Abbildung 19). Allerdings ist der entsprechende Anteil in den letzten Jahren leicht gesunken. Sowohl auf der Bundes-, Landes- und Stadtbene gibt es vielfältige Angebote zur Förderung von Gründungen und Innovationen.

ABBILDUNG 19: INTERNE AUSGABEN FÜR FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG IM VERGLEICH DER BUNDESLÄNDER 2014



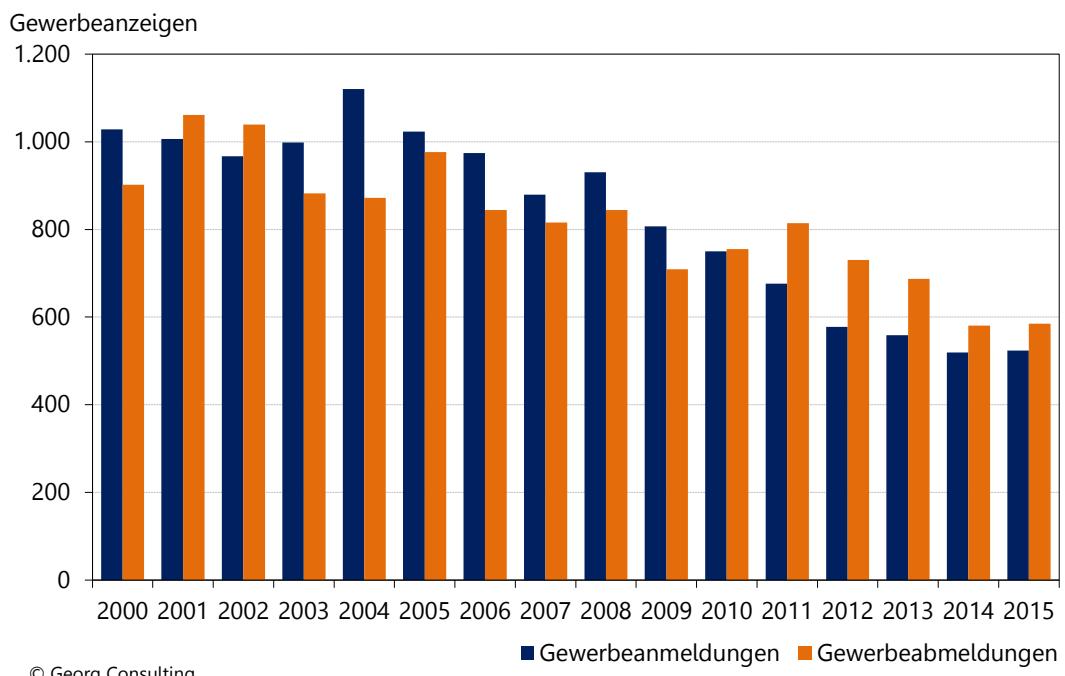
© Georg Consulting

QUELLEN: STATISTISCHES LANDESAMT BADEN-WÜRTTEMBERG (2016); GEORG CONSULTING (2016).

Obwohl der Automobilbau ein wichtiger Anwender von Industrie 4.0 ist, findet sich in Zwickau und Umgebung nur ein sehr geringer Besatz von schwerpunktmäßigen Anbietern dieser Technologien. Dies lässt auf nicht ausgeschöpfte Potenziale hinsichtlich der regionalen Wertschöpfungsketten im Bereich Automobilbau schließen (vgl. Kapitel 3.2).

Die Zahl der Existenzgründungen ist in den letzten Jahren zurückgegangen (vgl. Abbildung 20). Hierbei handelt es sich aber vor allem um einen Rückgang nicht-innovativer Gründungen, wie sie z. B. oft auch aus der Arbeitslosigkeit heraus geschehen.

ABBILDUNG 20: GEWERBEAN- UND ABMELDUNGEN IN DER STADT ZWICKAU 2000–2015



QUELLEN: STATISTISCHES LANDESAMT DES FREISTAATES SACHSEN (2016); GEORG CONSULTING (2016).

POTENZIALE & HANDLUNGSBEDARFE IN ZWICKAU:

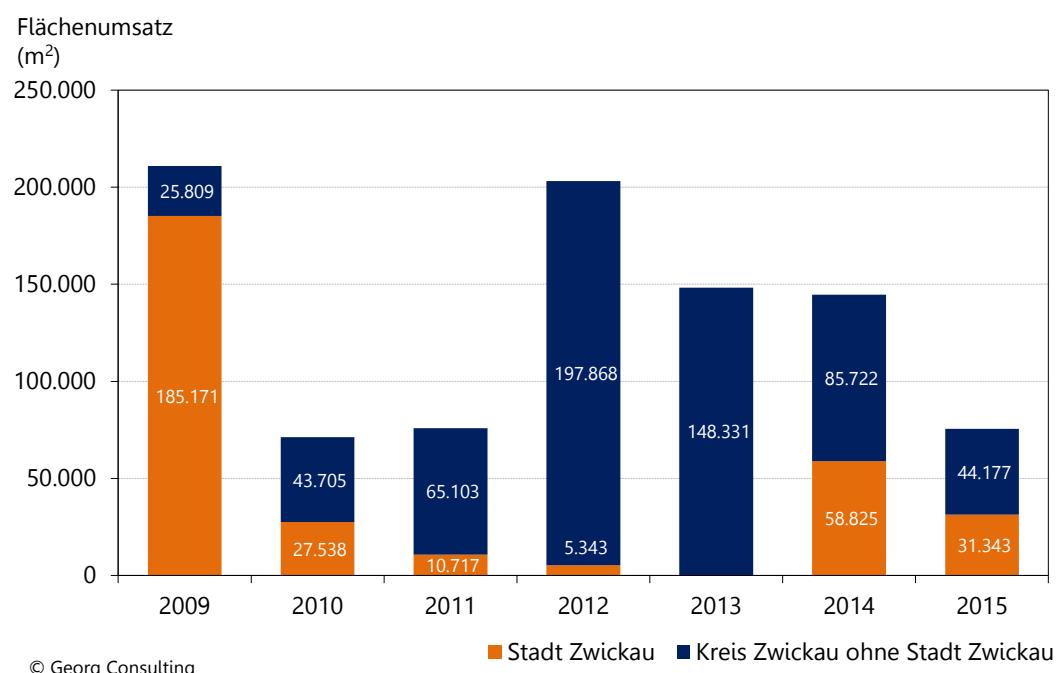
- | Gründerkultur in Zwickau stärken und Gründerpotenziale der Westsächsischen Hochschule Zwickau (WHZ) nutzen: Studenten und andere Gründer über alle Gründungsphasen hinweg betreuen und Hemmschwellen für Gründungen abbauen
- | Fördermöglichkeiten bündeln, transparent machen und vermarkten
- | Die WHZ als Dienstleister für den Mittelstand der Region herausheben, Technologietransfer intensivieren
- | Kooperation und Netzwerke enger verknüpfen
- | Innovationen aus Zwickau gezielt bewerben (vgl. Stadt- und Standortmarketing)

3.5 INFRASTRUKTUR UND GEWERBEFLÄCHEN

Grundlegend für Wachstumsthemen und zukünftige Herausforderungen im Bereich der Wirtschaftsstruktur, Fachkräfte und Innovation ist eine funktionierende optimale Infrastruktur. Dazu gehört z. B. eine leistungsfähige I&K-Infrastruktur. Auch die kurzfristige Verfügbarkeit von Gewerbeblächen in der geforderten Quantität und Qualität ist für die Bestandssicherung der Unternehmen und für Neuan-siedlungen (vgl. Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur) von zentraler Bedeutung.

In den letzten Jahren gingen die Gewerbeblächenumsätze in Zwickau jedoch ten-denziell zurück (vgl. Abbildung 21), was mit der mangelnden praktischen Verfü-gbarkeit geeigneter Flächen zusammenhängt.

ABBILDUNG 21: FLÄCHENUMSATZ UNBEBAUTES UND ERSCHLOSSENES INDUSTRIE- UND GEWER-BELAND 2009–2015



QUELLEN: GUTACHTERAUSSCHUSS FÜR GRUNDSTÜCKSWERTE IM LANDKREIS ZWICKAU (2015); GEORG CONSULTING (2016).

POTENZIALE & HANDLUNGSBEDARFE IN ZWICKAU:

- | Maßnahmen zur Flächenmobilisierung entwickeln (kommunales Flächenma-nagement)
- | Modellvorhaben zum Brachflächenrecycling initiieren (als Impuls für die zahl-reichen Brachflächen der Stadt)
- | Neue kommunale Gewerbestandorte für spezifische Zielgruppen entwickeln (Portfolio an Standorten und Flächen für Logistik, Produktion, Handwerk und Technologie)
- | Innen- vor Außenentwicklung

3.6 STANDORTMARKETING UND ANSIEDLUNG

Das Image eines Standortes beeinflusst Standortentscheidungen maßgeblich. Um als Wirtschafts- und Lebensstandort erfolgreich zu sein, müssen die harten und weichen Standortfaktoren permanent verbessert und aktiv kommuniziert werden.

Wirtschaftsstandorte mit einem positiven Image ziehen Menschen, Arbeitskräfte, Unternehmen und Investoren an. Obwohl Zwickau vielfältige Potenziale hat, ist die Stadt derzeit vor allem als Arbeitsstandort der Automobilindustrie bekannt. Die gesamten Potenziale der Stadt sollten zukünftig stärker überregional und international „beworben“ werden. Dazu sind verstärkte Anstrengungen und neue Ansätze im Standortmarketing notwendig.

ABBILDUNG 21: MARKTPLATZ ZWICKAU



QUELLE: WIKIMEDIA COMMONS (BY ANDRÉ KARWATH AKA AKA) (2005).

POTENZIALE & HANDLUNGSBEDARFE IN ZWICKAU:

- | Integrierten Ansatz eines Standortmarketings entwickeln und umsetzen (Fachkräftemarketing, Ansiedlungsmarketing, Tourismusmarketing, Technologie- und Innovationsförderung) – ggf. im regionalen Ansatz denken und agieren
- | Wohnstandort Zwickau gezielt lokal und regional vermarkten (Pendler binden, mögliche Rückkehrer ansprechen)
- | Quellmärkte für Ansiedlungen (u. U. Komplettierung von Wertschöpfungsketten) gezielt und direkt bewerben – ggf. im regionalen Ansatz
- | Bildungsangebot mit besonderen Profilen entwickeln

4. WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE 2025

Aus den aufgezeigten übergeordneten Herausforderungen, endogenen Potenzialen und Handlungsbedarfen (vgl. Kapitel 2 und 3) wurden weitergehend die wirtschaftsstrategischen Ziele Zwickaus abgeleitet.

FACHKRÄFTE & BILDUNG

Um die Standortattraktivität für Unternehmen in Zwickau zu bewahren und fortzuentwickeln, muss das Fachkräftepotenzial am Standort gesichert und ausgebaut werden. In diesem Zusammenhang ist das bestehende Arbeitskräftepotenzial zu aktivieren. Dies betrifft zum Beispiel die wirksame Integration ausländischer Arbeitskräfte in den Arbeitsmarkt, aber auch die Erhöhung der Erwerbsbeteiligung von Frauen und älteren Menschen. Auch die Vermittelbarkeit von Arbeitslosen muss über geeignete Maßnahmen verbessert werden. Für die Integration aller oben genannten Bevölkerungsgruppen ist die entsprechende notwendige Qualifikation das Schlüsselwort. Damit kommt der Förderung der Aus- und Weiterbildung eine tragende Rolle zu.

Weiterhin müssen über geeignete Maßnahmen junge Menschen, Familien, Fachkräfte und Hochqualifizierte für den Standort Zwickau gewonnen werden. Hier gilt es, die positiven Pull-Faktoren (Wohnraum, Arbeitsangebot, Familienfreundlichkeit, Lebensqualität etc.) zu identifizieren und aktiv zu kommunizieren (vgl. Standortmarketing).

ZIEL 1: SICHERSTELLUNG DES QUANTITATIVEN UND QUALITATIVEN ARBEITSKRÄFTEBEDARFS ALS GRUNDLAGE DER ZUKUNFTSFÄHIGKEIT ALS WIRTSCHAFTSSTANDORT!

WIRTSCHAFTSSTRUKTUR & BRANCHEN

Zur Stärkung der Wirtschaftsstruktur Zwickaus, insbesondere im Zuge des wissensbasierten sektoralen Wandels, sowie zur Reduzierung der Krisenanfälligkeit, sollte eine aktive Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur angestrebt werden. Über die Identifizierung von Wertschöpfungsketten und Verflechtungen können Entwicklungs- und Ansiedlungspotenziale ausgemacht werden. Innovative, technologisch anspruchsvolle und zukunftsfähige Branchen und Bereiche könnten in Kooperation mit Hochschule und Unternehmen ausgebaut werden. Auch die Aktivierung des Gründerpotenzials ist im Sinne einer Diversifizierungsstrategie ein geeigneter Ansatz.

Für die Umsetzung einer Diversifizierungsstrategie sind die Aspekte Fachkräfte und Bildung grundlegend. Aber auch die notwendige Infrastruktur und die Verfügbarkeit erforderlicher Flächen und Standorte sind für den Ausbau von Zukunfts- und Wachstumsbranchen unabdingbar. Letzteres ist natürlich auch für die Sicherung des Bestandes existierender Unternehmen in Zwickau eine wichtige Aufgabe.

**ZIEL 2: DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR,
UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND
INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE!**

TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION

Die Zukunftsfähigkeit der Wirtschaft am Standort Zwickau wird von ihrer Innovationsfähigkeit und ihrem technologischen Entwicklungspotenzial maßgeblich beeinflusst. Der Aus- und Aufbau von FuE-Kapazitäten und entsprechenden Bildungsangeboten, die Intensivierung des Technologietransfers zwischen Hochschule und Unternehmen sowie die Erhöhung der technologieorientierten Gründungsaktivitäten stellen in diesem Zusammenhang geeignete Anknüpfungspunkte dar.

Zum Beispiel könnten mit Hilfe eines Start-up-Centers Studierende der Westsächsischen Hochschule Zwickau und andere potenzielle Gründer über alle Gründungsphasen hinweg betreut werden. Hemmschwellen für Gründungen sind abzubauen und die Gründerkultur sollte insgesamt gestärkt werden. Möglichkeiten der Förderung und Beratung sollten in einer zentralen, transparenten Anlaufstelle gebündelt sein und die Förderung an Bedarfe technologieorientierter Gründer angepasst werden. Eine mehrjährige Unterstützung/Begleitung der Gründungen würde zu einem nachhaltigen Erfolg beitragen. Innovationen und Gründungen aus Zwickau könnten zudem überregional und international kommuniziert werden (vgl. Standortmarketing).

ZIEL 3: TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION FÖRDERN UND NETZWERKARBEIT AUSBAUEN!

STADTMARKETING

Bundesweit gesehen spielt Stadtmarketing eine immer wichtigere Rolle im Kanon der Wirtschafts- und Stadtentwicklungsinstrumente. Das kooperative Stadtmarketing als Instrument der Stadtentwicklung geht in seiner Bedeutung über die Werbung für Handel und Stadt weit hinaus: Seine Besonderheit liegt in der Bildung öffentlich-privater Partnerschaften und der interdisziplinären Zusammenarbeit.

Modernes Stadtmarketing stellt eine dauerhafte Plattform für öffentlich-private Kooperationen unter einer ganzheitlichen Betrachtungsweise der Stadt dar. Damit ist Stadtmarketing ein Querschnittsbereich der Stadtentwicklung.

Die Klammer um alle Stadtmarketingaktivitäten bildet das sogenannte „Wir-Gefühl“ in Zwickau. Es ist grundlegend für den Rückhalt des Stadtmarketings bei der Bevölkerung, der Wirtschaft, im Gastgewerbe und im Einzelhandel. Deshalb sind die Stärkung des „Wir-Gefühls“ in der Stadt und die Begeisterung der Zwickauer für ihre eigene Stadt neben dem originären Stadtmarketing eine zentrale Aufgabe in allen Arbeitsbereichen.

ZIEL 4: STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORT-MARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN!

INFRASTRUKTUR & GEWERBEFLÄCHEN

Grundlegend für den Wirtschaftsstandort Zwickau und die Diversifizierung der Wirtschaftsstruktur ist eine funktionsfähige Infrastruktur. Dazu zählt, neben einer optimalen Breitbandversorgung und einer leistungsfähigen Verkehrsinfrastruktur, auch eine ausreichende quantitative und bedarfsgerechte qualitative Verfügbarkeit von Gewerbeflächen. Ein ausreichendes Flächenpotenzial ist sowohl für die Bestandsentwicklung als auch für Neuansiedlungen ein zentraler Standortfaktor. Die Stadt Zwickau muss ein breites Portfolio an industriellen und gewerblichen Flächen anbieten können. Vor dem skizzierten Hintergrund müssen im Rahmen eines aktiven Flächenmanagements sowohl Brachflächen aktiviert als auch neue (kommunale) Standorte entwickelt werden. Angesichts der zunehmenden Digitalisierung ist für die Industrie- und Gewerbestandorte eine optimale Informations- und Kommunikationsstruktur erforderlich.

ZIEL 5: STRATEGISCHES FLÄCHENMANAGEMENT UND ENTWICKLUNG NEUER KOMMUNALER INDUSTRIE- UND GEWERBEGBiete!

STANDORTMARKETING & ANSIEDLUNG

Für die Imagesteigerung Zwickaus im Allgemeinen, für Ansiedlungen und Unternehmensbeziehungen sowie die Fachkräftebindung/-gewinnung im Besonderen, sollte der Standort Zwickau intensiver nach innen und außen beworben werden.

Eine höhere überregionale und internationale Aufmerksamkeit kann durch ein regionales Standortmarketing voraussichtlich optimal erreicht werden. Neben dem regionalen Aspekt ist ein integrativer Ansatz des Standortmarketings besonders wichtig. Bisherige Ansätze in den unterschiedlichen Marketingbereichen sollten zur Wirkungssteigerung konzeptionell miteinander verzahnt werden.

ZIEL 6: INTEGRIERTES STANDORTMARKETING ENTWICKELN UND UMSETZEN!

5. ZUKÜNTIGE AUFGABENFELDER DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

5.1 ZUR DEFINITION DER AUFGABENFELDER

Aus den im vorangegangenen Kapitel skizzierten wirtschaftsstrategischen Zielen werden nachfolgend die Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung Zwickau abgeleitet. Unterstützend sollen zuvor noch drei Elemente beleuchtet werden, die die Anforderungen an die Wirtschaftsförderung Zwickau artikulieren.

Diese sind die Ergebnisse

- des Strategie-Workshops „Wirtschaftliche Leitlinien und Eckpunkte für Zwickau mit Zielhorizont 2025“,
- der durchgeföhrten großvolumigen Unternehmensbefragung in Zwickau und
- der bundesweiten Befragung zum Aufgabewandel in Wirtschaftsförderungen.

5.2 ERGEBNISSE DES STRATEGIE-WORKSHOPS

Nachdem im Rahmen des Strategie-Workshops am 11. August 2016 mit ausgewählten Akteuren aus Wirtschaft, Verwaltung, Politik und Verbänden die wirtschaftlichen Leitlinien und Eckpunkte für Zwickau mit Zielhorizont 2025 entwickelt und diskutiert wurden, waren die Teilnehmer aufgefordert, diejenigen Aufgaben zu formulieren, die sich ihrer Ansicht nach aus den diskutierten Leitlinien ergeben und in den Aufgabenbereich der Stadt bzw. der Wirtschaftsförderung Zwickau fallen.

Ein Teil der Antworten bezieht sich auf die Forderung einer effizienten und schnellen Bearbeitung sowohl eigener Konzepte als auch des Unternehmensservices. Die Wirtschaftsförderung müsse hierzu die notwendigen Kompetenzen in der Verwaltung haben, um den Unternehmen im Bestand sowie möglichen Ansiedlungen ein „Komplettpaket“ offerieren zu können („One-Stop-Agency“). In Zwickau hat die Wirtschaftsförderung aufgrund ihrer Verankerung in der Verwaltung eine besondere Rolle als Kommunikator zwischen Verwaltung, Politik und Unternehmen.

Weitere Antworten lassen sich zu Aufgaben im Bereich Innovation, Start-up-Förderung, Technologie und Zukunftsbranchen zusammenfassen. Auch die Bestandspflege und der regelmäßige Austausch mit Unternehmen wurden als zukünftig wichtige Aufgaben anerkannt, ebenso die Steigerung von Image und Attraktivität Zwickaus, was sich im Kontext der Workshop-Diskussion auch auf den steigenden Fachkräftebedarf zurückführen lässt. Schließlich betonten die befragten Akteure, dass die Wirtschaftsförderung mit dem notwendigen Personal und Finanzstock zur Bewältigung der Aufgaben ausgestattet werden müsse.

TABELLE 3: ERGEBNISSE WORKSHOP-DISKUSSION

WELCHES SIND AUS IHRER SICHT DIE ZUKÜNTIG WICHTIGSTEN AUFGABEN FÜR DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG UND DIE STADT ZWICKAU?
Konsequente Umsetzung erarbeiteter Konzepte
Wirtschaftsförderung als Beschleuniger der Verwaltung mit den entsprechend notwendigen Kompetenzen
Bei der Betreuung von Neuansiedlungen sollte die Wirtschaftsförderung als „One-Stop-Agency“ ein „Komplettpaket“ für Unternehmen bieten
Stärkung und Fortentwicklung Zwickaus als Innovationsstandort
Regelmäßiger Dialog von Unternehmen und Institutionen (wie der heutige Workshop), um Projekte konsequent zu verfolgen)
Verbesserung der Bestandspflege und Repräsentation von KMU
Die Wirtschaftsförderung sollte in Partnerschaft mit anderen Bereichen agieren, z. B. Bildung und Verwaltung, um die entsprechende Durchschlagskraft zu haben. Sie dient auch als Kanal (Kommunikation!) zu 1) Politik und 2) Verwaltung
Der Gewerbestandort Zwickau sollte als Gesamtpaket vermarktet werden – mit allen für Ansiedlungen wichtigen Faktoren
Die Kontaktpflege mit den Entscheidern der am Standort Zwickau aktiven Unternehmen muss verbessert werden, vor allem die Zuliefererketten in der Region müssen gestärkt werden, um Entscheider in der Region zu haben
Etablierung eines Start-up-Centers
Die Wirtschaftsförderung ist nicht erster Ansprechpartner für Stadtmarketing und Wohnungsbau
Aufgabe der Stadt muss es sein, das Image Zwickaus zu verbessern und die Attraktivität der gesamten Region nach innen wie nach außen zu vermarkten, auch die Innenstadtbelebung ist ein Handlungsfeld. Generell muss die Kommunikation zwischen Stadt und Bürgern alle Generationen erreichen
Die Politik muss der Wirtschaftsförderung das entsprechende Budget zur Bewältigung der Aufgaben bereitstellen und sollte sich stärker in die Prozesse einbringen, es muss auch Risikokapital vergeben werden, um Zukunftsthemen wie Innovation und Technologie voranzutreiben
Bei der (finanziellen) Förderung von Projekten und Zukunftsthemen sollte die Breite der Zwickauer Unternehmenslandschaft angesprochen werden.

QUELLE: PROTOKOLL WORKSHOP „WIRTSCHAFTLICHE LEITLINIEN UND ECKPUNKTE FÜR ZWICKAU MIT ZIELHORIZONT 2025“, GEORG CONSULTING (2016).

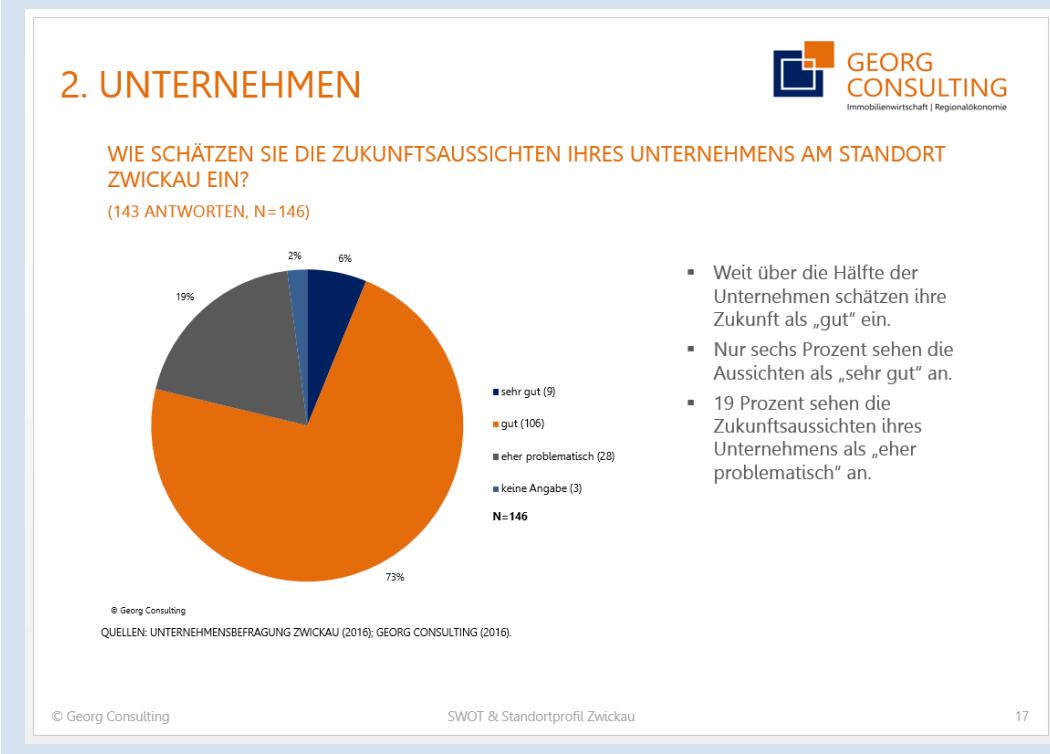
5.3 ERGEBNISSE DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG ZWICKAU

UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

Im Rahmen der Erarbeitung des Handlungskonzeptes wurden 919 Zwickauer Unternehmen von der Wirtschaftsförderung Zwickau gebeten, im Zeitraum vom 6. Juni bis zum 13. Juli 2016 an einer von Georg Consulting erstellten Online-Unternehmensbefragung teilzunehmen.

Die Befragung teilte sich in die Fragenblöcke Unternehmen, Betriebsstandort, Unternehmensstandort Zwickau und Wirtschaftsförderung Zwickau auf. Mit 146 Antworten wurde eine sehr gute Rücklaufquote von 16 Prozent erreicht. Die Befragungsergebnisse liefern wertvolle Hinweise zu den Stärken und Herausforderungen aus Unternehmenssicht und werden im Hinblick auf die Aufgaben der Wirtschaftsförderung Zwickau kurz beleuchtet. Die gesamte Auswertung der Befragung liegt der Wirtschaftsförderung ebenfalls vor.

ABBILDUNG 22: EINDRÜCKE AUS DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG



QUELLE: GEORG CONSULTING (2016).

Nachfolgend werden wichtige Aussagen aus der Unternehmensbefragung zusammengefasst dargestellt:

- Nur rund 23 Prozent der antwortenden Unternehmen schätzen den **Unternehmensstandort Zwickau** als eher problematisch ein, 74 Prozent schätzen ihn als gut oder sehr gut ein.
- Rund 18 Prozent der Unternehmen sehen die **Verkehrssituation** in Zwickau als eher problematisch. Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen (79 %) schätzen diese als gut oder sehr gut ein.
- Ca. 42 Prozent der antwortenden Unternehmen sehen den **Arbeitsmarkt und die Fachkräftesituation** als eher problematisch an, 55 Prozent schätzen diese als gut oder sehr gut ein.
- 82 Prozent der Unternehmen bewerten das **Bildungsniveau** in Zwickau als gut oder sehr gut, 14 Prozent bewerten es als eher problematisch.
- 81 Prozent der Unternehmen schätzen den **Wohn- und Lebensstandort** in Zwickau als gut oder sehr gut ein; nur 16 Prozent sehen ihn eher problematisch.
- 34 Prozent der Unternehmen schätzen den **Fachhochschul- und Forschungsstandort** Zwickau als sehr gut ein, 57 Prozent betrachten ihn als gut, 6 Prozent sehen ihn eher problematisch.
- Der Hochschulstandort, die Infrastruktur und der Automobilstandort gehören aus Sicht der antwortenden Unternehmen zu den Top-Argumenten für den Wirtschaftsstandort Zwickau.

Abbildung 23 illustriert, in welchen Bereichen sich die antwortenden Unternehmen in Zukunft mehr Informationen und Unterstützung wünschen:

- Rund 34 Prozent der antwortenden Unternehmen wünschen sich zukünftig mehr Informationen und Unterstützung im Bereich Arbeitskräfte/Fachkräfte. Dies steht im Einklang mit dem wirtschaftsstrategischen Ziel 1 der „Sicherstellung des quantitativen und qualitativen Arbeitskräftebedarfs als Grundlage der Zukunftsfähigkeit als Wirtschaftsstandort!“. Auch der Wunsch nach mehr Aktivitäten im Bereich Qualifizierung und Weiterbildung ordnet sich diesem Ziel unter.
- Ebenfalls rund 34 Prozent der antwortenden Unternehmen wünschen sich mehr Unterstützung im Bereich Branchenkontakte und Netzwerke. Dies ist im Sinne der Stärkung der Wirtschaftsstruktur und der Herausbildung neuer Zukunftsbereichen (Ziel 2).
- Rund 27 Prozent der antwortenden Unternehmen sind der Ansicht, dass die Arbeit im Bereich Projekt-/Förderanträge verstärkt werden sollte.
- Rund 25 Prozent der antwortenden Unternehmen sehen den Aspekt Flächen und Immobilien als wichtiges Aufgabenfeld der Zukunft. Eine ausreichende quantitative und qualitative Verfügbarkeit von Gewerbegebäuden ist Bestandteil

des Ziels 5 „Strategisches Flächenmanagement und Entwicklung neuer kommunaler Industrie- und Gewerbegebiete!“.

- Auch die Themen Innovationsförderung, Digitalisierung, Technologie und Gründung werden von den Zwickauer Unternehmen als Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung erkannt (vgl. Ziel 3).

ABBILDUNG 23: IN WELCHEN BEREICHEN WÜNSCHEN SIE SICH ZUKÜNFTIG INFORMATIONEN UND UNTERSTÜTZUNG? (146 ANTWORTEN, N=146), MEHRFACHNENNUNGEN



© Georg Consulting

QUELLEN: UNTERNEHMENBEFRAGUNG ZWICKAU (2016); GEORG CONSULTING (2016).

33 der 146 im Rahmen der Unternehmensbefragung antwortenden Unternehmen haben bereits Dienstleistungen der Wirtschaftsförderung in Anspruch genommen. Von diesen wurde mehr als die Hälfte in den Bereichen Immobilien und Flächen unterstützt. Auch bei der Unterstützung von behördlichen Angelegenheiten spielt die Wirtschaftsförderung aus Sicht der Unternehmen eine wichtige Rolle.

5.4 ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG ZUM AUFGABENWANDEL IN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGEN

Neben der Befragung der Zwickauer Unternehmen hat Georg Consulting im Rahmen seiner quartalsmäßigen Befragung von Wirtschaftsförderungen zur Gewerbe- flächendynamik (Wifo-Index) eine Erhebung zur Mitarbeiterzahl und zum beobachteten Aufgabenwandel in Wirtschaftsförderungen durchgeführt. Rund 300 Wirtschaftsförderungen werden von Georg Consulting regelmäßig befragt. Auf die Befragung im dritten Quartal 2016, die die Sonderumfrage „Aufgaben und Aufgabenwandel Wirtschaftsförderung“ enthielt, antworteten 42 Wirtschaftsförderungen mit einem vollständig ausgefüllten Fragebogen. 22 weitere antworteten auf einige Teilfragen, was insgesamt 64 Teilnehmer ergibt.

Aufgabenfelder

Auf die Frage „Welche Aufgabenfelder bearbeitet die Wirtschaftsförderung und wie hoch ist die jeweilige Mitarbeiterzahl in diesen Bereichen?“ antworteten 44 der befragten Wirtschaftsförderungen. Abbildung 24 stellt dar, wie viele Wirtschaftsförderungen Personal in ausgewählten Aufgabenfeldern beschäftigen.

ABBILDUNG 24: WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGEN MIT MITARBEITERN IN DEN JEWELIGEN AUFGABENFELDERN (N=44)



© Georg Consulting

QUELLE: SONDERBEFRAGUNG WIFO-INDEX Q2/Q3 2016, GEORG CONSULTING (2016).

Das Aufgabenfeld „Bestandspflege“ wird von 37 der antwortenden Wirtschaftsförderungen, also 84,1 Prozent, bedient. Je 33 Wirtschaftsförderungen (75 %) nehmen sich der Aufgabenfelder „Arbeitsmarkt, Fachkräfte, Bildung und Qualifizierung“,

Ansiedlungsmarketing und Vermarktung von Gewerbeträßen“ und „Fördermittelberatung“ an. Auch die Aufgabenfelder „Technologie- und Gründerförderung“ und „Innovationsförderung und Förderung Industrie 4.0“ werden von mehr als der Hälfte der antwortenden Wirtschaftsförderungen bedient. Aktuell sind dies noch keine der Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung Zwickau.

In vielen Wirtschaftsförderungen ist auch das Thema Stadtmarketing und Einzelhandel angesiedelt (40,9 %), dies wird in der Stadt Zwickau aber an anderer Stelle bearbeitet und ist nicht Teil der Wirtschaftsförderung, auch wenn es enge Verbindungen mit der Wirtschaftsstrategie gibt. Gleiches gilt für das Thema Tourismus, in dem 20 der 44 antwortenden Wirtschaftsförderungen Personal beschäftigen. Nur 43,2 Prozent der antwortenden Wirtschaftsförderungen entwickeln selbstständig Gewerbeträßen.

Bedeutungswandel Aufgabenfelder

Die Aufgaben der Wirtschaftsförderung werden sich in den nächsten Jahren deutlich verändern. Einige Bereiche werden laut Befragungsergebnissen an Bedeutung abnehmen, andere deutlich an Relevanz gewinnen (vgl. Abbildung 25).

Deutlich an Bedeutung zunehmen werden die Bestandspflege ansässiger Unternehmen und das Aufgabenfeld „Arbeitsmarkt, Fachkräfte, Bildung und Qualifizierung“. Dies korrespondiert in Zwickau auch mit den Ergebnissen der durchgeföhrten Unternehmensbefragung. Zwickauer Unternehmen wünschten sich generell mehr Unterstützung durch die Wirtschaftsförderung. Eine Intensivierung der Bestandspflege wird zu einer Erhöhung der Mitarbeiterzahl und der benötigten Finanzmittel führen.

Bei den Themen Fachkräfte und Qualifizierung tritt Wirtschaftsförderung meist als Ideengeber sowie als Mittler zwischen den relevanten Akteuren auf. Das Thema Fachkräfte wird zudem in aller Regel durch ein aktives Standortmarketing flankiert. Vor dem Hintergrund der Fachkräftesicherung und -anwerbung müssen entsprechende Mittel für das Stadt- und Standortmarketing bereitgestellt werden.

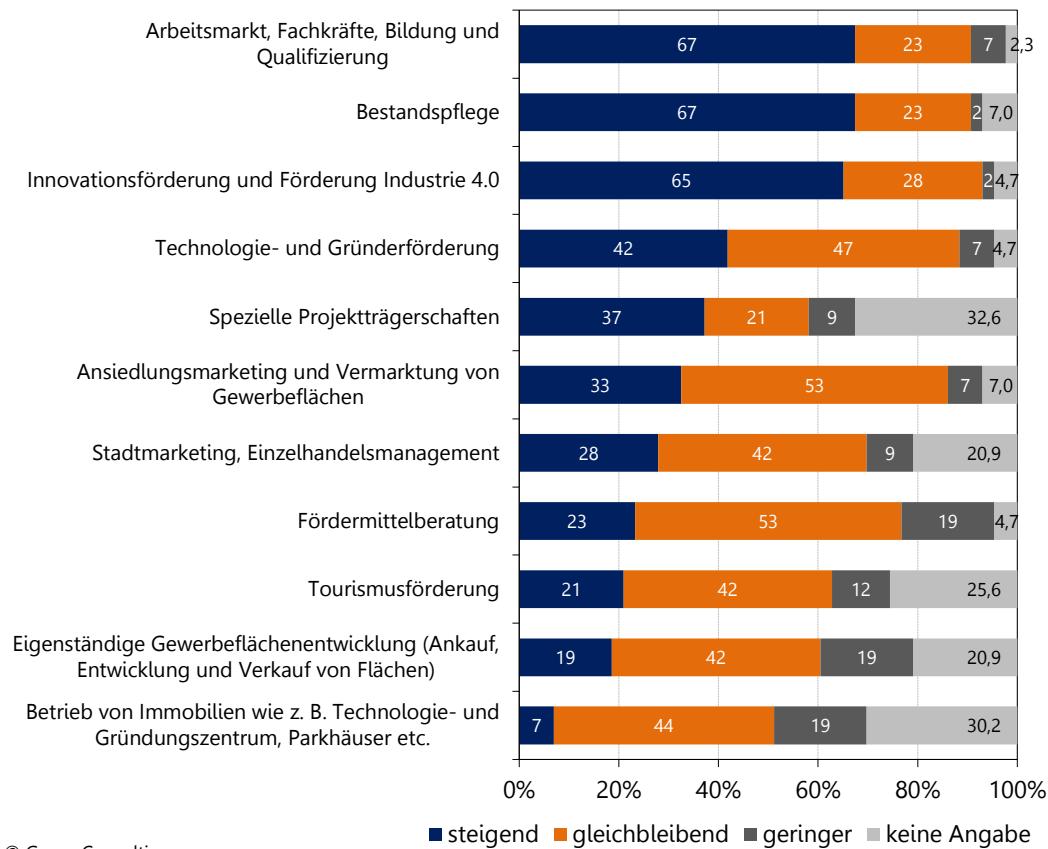
Die zunehmende Digitalisierung wird sich nach Ansicht der befragten Wirtschaftsförderungen auch auf die Arbeit der Wirtschaftsförderung auswirken. Innovationsförderung (z. B. durch Innovationsscouts) und die Unterstützung insbesondere der kleinen und mittleren Unternehmen im Bereich Industrie 4.0 sind ein wachsendes Aufgabenfeld und sprechen ebenfalls für die Ausweitung und Intensivierung der Bestandspflege und Netzwerkarbeit. Einhergehend mit der Innovationsförderung nimmt auch der Bereich technologieorientierte Gründerförderung an Bedeutung zu.

Sowohl für die Bestandspflege als auch für die Innovations-, Technologie- und Gründerförderung wird der Aufgabenbereich Fördermittelberatung seine wichtige Position behaupten. Wirtschaftsförderung hat hier ebenfalls die Aufgabe, als umsetzungsorientierter Mittler zwischen den Fördermöglichkeiten der Landes- und EU-Ebene und den Unternehmen bzw. Gründern zu agieren.

Im Zuge des anhaltenden regionalen Standortwettbewerbs erkennt ein Drittel der antwortenden Wirtschaftsförderungen einen Bedeutungszuwachs in den Bereichen Ansiedlungsmarketing und aktive Vermarktung von Gewerbegebäuden.

Insgesamt zeigt sich, dass die Bestandspflege, Netzwerkarbeit und das Standortmarketing an Bedeutung zunehmen und eine entsprechende Personal- und Finanzausstattung erfordern und die bisherigen „Umsatzbringer“ tendenziell an Bedeutung verlieren werden (vgl. Abbildung 25).

ABBILDUNG 25: WIE BEURTEILEN SIE DIE ZUKÜNSTIGE BEDEUTUNG FOLGENDER AUFGABENFELDER? (N=43)



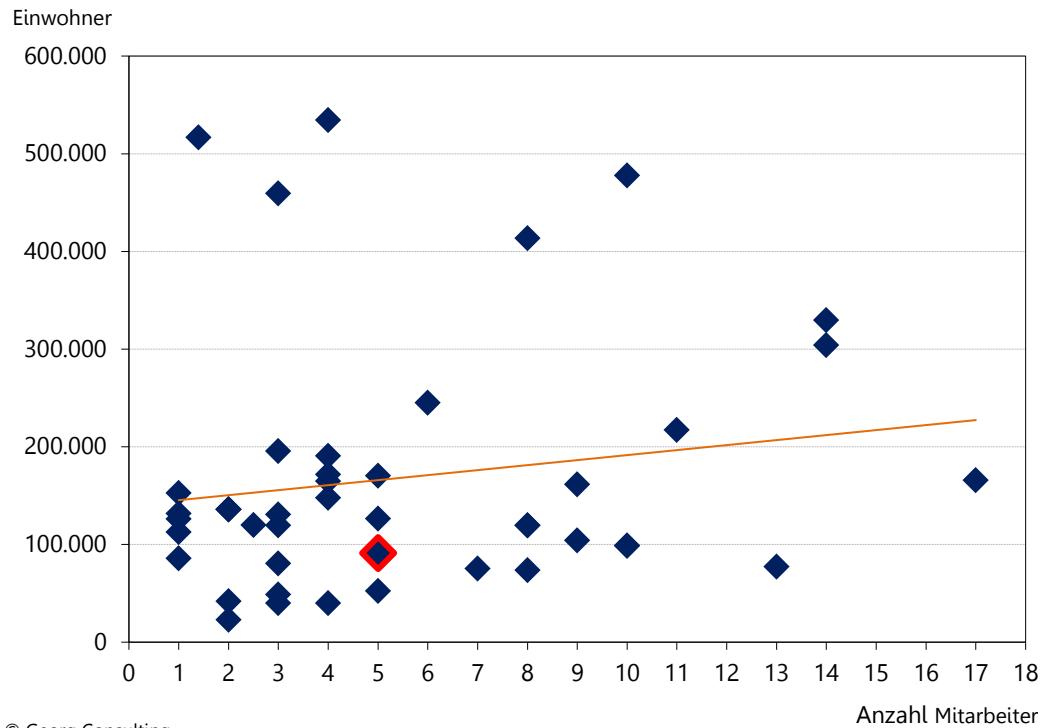
© Georg Consulting

QUELLE: SONDERBEFRAGUNG WIFO-INDEX Q2/Q3 2016, GEORG CONSULTING (2016).

Mitarbeiterzahl

50 der Befragten machten Angaben zur Mitarbeiterzahl. Von diesen ließen sich 45 eindeutig einer abgegrenzten Region zuordnen. Abbildung 26 stellt den Zusammenhang zwischen Mitarbeiterzahl und Einwohnerzahl im Gebiet der Wirtschaftsförderung dar. Tendenziell wächst die Mitarbeiterzahl mit einem zunehmend großen Gebiet. Ein klarer linearer Zusammenhang ist aber nicht feststellbar. Für Wirtschaftsförderungen, deren Leistungen sich auf ein Gebiet mit bis zu 100.000 Einwohnern beziehen, sind zwar mehrheitlich Mitarbeiterzahlen von bis zu fünf, aber auch deutlich darüber liegende Zahlen von bis zu 13 Mitarbeitern zu beobachten.

ABBILDUNG 26: WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGEN NACH ANZAHL DER MITARBEITER UND EINWOHNERZAHL (N=45; ZWICKAU ROT MARKIERT)



© Georg Consulting

QUELLE: SONDERBEFRAGUNG WIFÖ-INDEX Q2/Q3 2016, GEORG CONSULTING (2016).

Ferner hängt die Zahl der Mitarbeiter in Wirtschaftsförderungen natürlich von Anzahl und Umfang der bearbeiteten Aufgabenfelder ab. Neben der Befragung zum Aufgabewandel in Wirtschaftsförderungen im Rahmen des quartalsmäßigen Wifö-Index, hat Georg Consulting einige Wirtschaftsförderungen exemplarisch konkret nach Mitarbeiterzahl und Aufgabenfeldern befragt. Auch hier stellt sich die Personalausstattung sehr heterogen dar.

In der Wirtschaftsförderungsgesellschaft WIN.DN GmbH der Stadt Düren arbeiten zum Beispiel nach eigenen Angaben rund neun Mitarbeiter (inklusive Teilzeit). Die Stadt Düren hat rund 90.000 Einwohner. Neben Bestandspflege, Gewerbegebäuden, Ansiedlung und Standortmarketing bearbeitet die Wirtschaftsförderung Düren auch die Aufgaben Gründung und Innovation, Tourismus und Standortmarketing und Einzelhandel. Nicht alle Wirtschaftsförderungen stecken ihre Aufgabenfelder so weit ab.

Die Wirtschaftsförderung Schwerin, die im Fachdienst Stadtentwicklung der Stadtverwaltung angesiedelt ist, ist schwerpunktmäßig in den Bereichen Ansiedlungsmarketing und Bestandspflege tätig. Bei lediglich drei Mitarbeitern kann die Wirtschaftsförderung Schwerin, obwohl fast 97.000 Menschen in der Landeshauptstadt Mecklenburg-Vorpommerns leben, kein größeres Aufgabenspektrum bearbeiten.

Im – in Relation zu Zwickau – etwa 4.000 Einwohner kleineren Tübingen (Baden-Württemberg) kümmern sich fünf Mitarbeiter der WIT Wirtschaftsförderungsgesellschaft Tübingen mbH um die Themen Innerstädtischer Einzelhandel, Marketing

und Tourismus, Unternehmensservice und Gewerbeblächen. Das Thema Tourismus ist in Zwickau nicht in der Wirtschaftsförderung angesiedelt. Dagegen werden in Tübingen Themenfelder wie Gründung, Fachkräfte und Branchen nicht direkt von der Wirtschaftsförderung betreut.

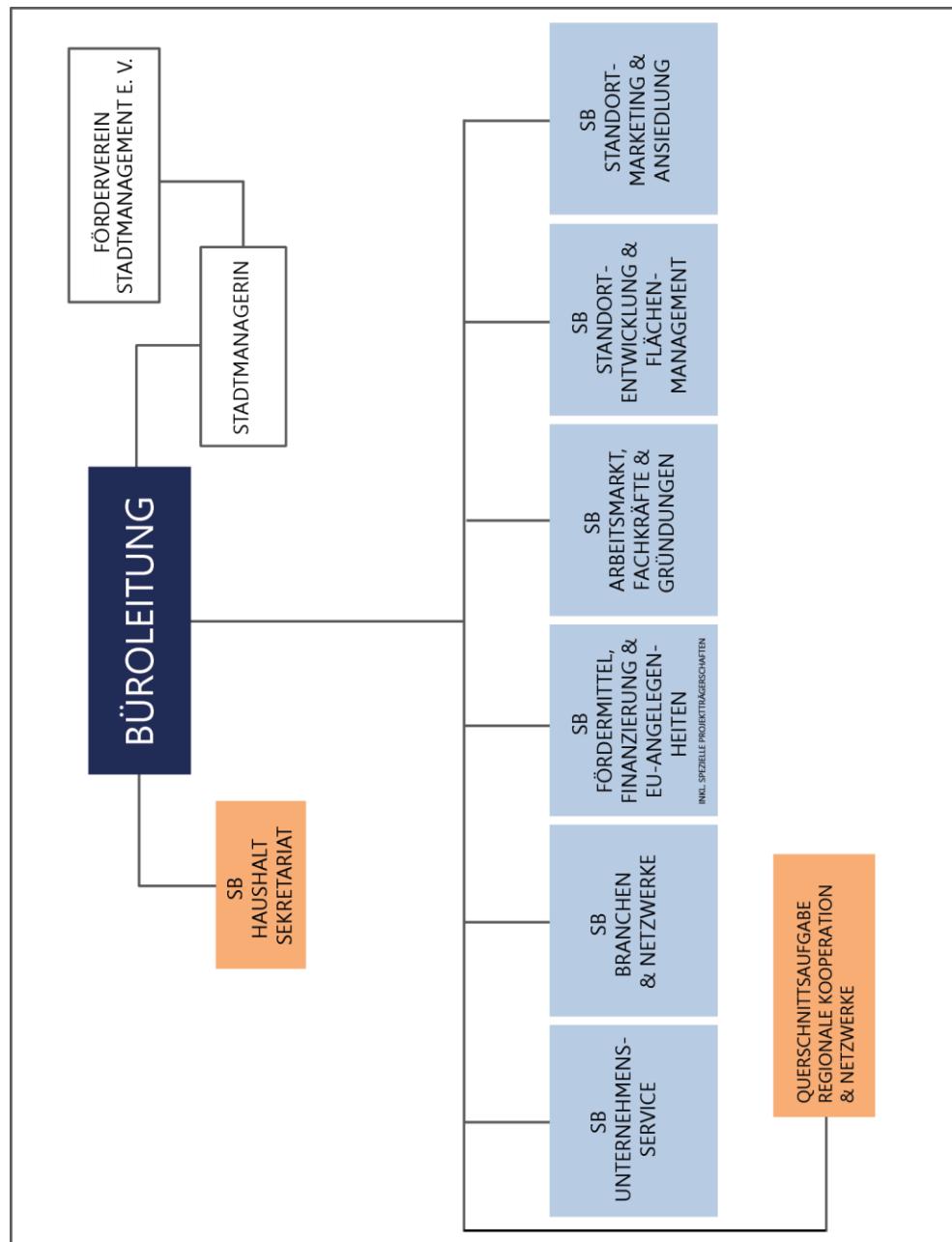
Die Frage nach der idealen Mitarbeiterzahl lässt sich also nicht pauschal über die Einwohner im Einzugsgebiet ableiten. Die Zahl der Mitarbeiter für die Wirtschaftsförderung Zwickau ergibt sich daher nicht primär aus dem Organisationsvergleich, sondern aus den Aufgabenfeldern, die der Wirtschaftsförderung zugeschrieben werden bzw. die sie erfüllen muss.

Treten zu den bisherigen Sachbereichen Aufgaben im Bereich Gründung, Innovation und Technologie sowie eine intensive Verfolgung der wirtschaftsstrategischen Ziele in den Bereichen Branchen und Netzwerke und Fachkräfte hinzu und soll zudem der Gewerbeblächen- und Immobilienstandort Zwickau fortentwickelt werden, ist eine Erhöhung der Mitarbeiterzahl der Wirtschaftsförderung Zwickau geboten.

5.5 DEFINITION DER AUFGABENFELDER DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ZWICKAU

Aus den Herausforderungen durch die übergeordneten Trends, den lokalen Handlungsbedarfen sowie den Ergebnissen der Befragungen (Unternehmen und Wirtschaftsförderungen) und des Strategie-Workshops werden die zukünftigen Aufgabenfelder der Wirtschaftsförderung Zwickau abgeleitet. Diese sind in der Abbildung 27 in einem Organigramm dargestellt und werden nachfolgend erläutert.

ABBILDUNG 27: ZUKÜNTIGE AUFGABENFELDER (ORGANIGRAMM) DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG ZWICKAU (SB=SACHBEREICH)



QUELLE: DARSTELLUNG GEORG CONSULTING (2016).

Unternehmensservice (mindestens 1 Vollzeitstelle)

Schwerpunkt: Ziel 2

Das Aufgabenfeld Unternehmensservice beinhaltet die Bestandspflege ortsansässiger Unternehmen. Dies betrifft alle Aspekte der Bestandsentwicklung und -sicherung (Fläche, Verkehr, Förderung, Arbeitskräfte, etc.). Damit ist der Unternehmensservice eine Querschnittsaufgabe. Der Unternehmensservice ist branchenübergreifend angelegt.

Die Wirtschaftsförderung Zwickau bietet zum Beispiel die Vermittlung von Unternehmenskontakte und Kooperationsleistungen, Kontakten zu Kammern, Verbänden und Behörden und sowie von Gewerbeobjekten und -flächen an. Sie leistet für die Zwickauer Unternehmen Fördermittelberatung und Bonitätsauskünfte als Serviceleistung für die Fachämter der Stadtverwaltung. Außerdem umfasst das Aufgabenfeld die Datenrecherche und Pflege der kontinuierlich zu aktualisierenden Unternehmensdatenbank auf Basis des Kommunalen Wirtschaftsinformationssystems (KWIS), in der Ende des Jahres 2015 rund 3.300 Unternehmen, Dienstleister und Institutionen erfasst waren.

Auch die Durchführung von Veranstaltungen und Workshops für Unternehmen (z. B. Wirtschaftsforum und Unternehmerveranstaltungen mit dem Landkreis) zählt zu diesem Aufgabenfeld. Unternehmensbesuche und Firmenjubiläen sind ebenfalls Teil des Aufgabenfeldes.

Zukünftig sollte innerhalb dieses Sachbereichs die Bestandspflege intensiviert und vor allem der ansässige Mittelstand und das Handwerk gestärkt werden. Auch Nachfolgeprobleme in Unternehmen stellen zunehmende Herausforderungen dar. Hier sollte auch über die Stadtgrenzen hinaus nach Potenzialen gesucht werden.

Branchen und Netzwerke (1 bis 2 Vollzeitstellen)

Schwerpunkt: Ziele 2 und 3

Um Austausch und Vernetzung zwischen den Zwickauer Unternehmen voranzutreiben und zudem Wachstums- und Zukunftsbranchen im Sinne einer Diversifizierungsstrategie der Wirtschaft zur Minimierung der Abhängigkeit vom Automobilbau zu identifizieren und zu stärken, sollten Branchen und Netzwerke im Rahmen der Organisation der Wirtschaftsförderung ein eigenes Aufgabenfeld darstellen.

Die Netzwerkarbeit ist branchenbezogen und evtl. im regionalen Verbund auszurichten. Kooperationen und Netzwerke sind enger miteinander zu verknüpfen. Die branchenbezogene Netzwerkarbeit sollte auch nach außen sichtbar gemacht werden – zum Beispiel durch eine Wortmarke (Kompetenzzentrum).

Mögliche Branchen- und Netzwerkansätze sind:

- Kompetenzzentrum Automotive
- Kompetenzzentrum Maschinenbau und Elektronik
- Kompetenzzentrum Life Science
- Kompetenzzentrum Logistikwirtschaft
- Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft

Diese möglichen Ansätze stehen im Zusammenhang mit der Stärkung wissens- und technologieintensiver Industrien am Standort Zwickau (Bestandspflege, Neuansiedlung, Wertschöpfungsketten).

Zwickau bietet als Automotive-Standort gute Voraussetzungen, um an den technologischen Entwicklungen im Bereich Mobilität zu partizipieren. Modellprojekte können zusammen mit der Automobilindustrie initiiert werden, neue Ansiedlungsmöglichkeiten (z. B. Produktion E-Automobile, Batteriefabrik, „AkkuumulatorenCampus“) müssen eruiert werden.

Energieumbau und Klimaschutz werden als übergeordnete Ziele auf der lokalen Ebene umgesetzt. Hierdurch ergeben sich Potenziale für die örtliche Bauwirtschaft und das Handwerk.

Fördermittel, Finanzierung und EU-Angelegenheiten (1 Vollzeitstelle) ***Querschnittsaufgabe***

Das Aufgabenfeld Fördermittel, Finanzierung und EU-Angelegenheiten beinhaltet die Antragstellung im Bereich der Förderrichtlinie „Ansiedlungsförderung“ sowie die Auswertung von Europarechtlichen Fragestellungen, Förderprogrammen, Richtlinien der EU. Das Aufgabenfeld ist eine Querschnittsaufgabe, die alle Sachbereiche betrifft. Beständige Herausforderungen stellen sich in der Bündelung, Vermarktung und transparenten Darstellung von Fördermöglichkeiten und in der Recherche und Eruierung (neuer) sich bietender Fördermöglichkeiten.

Ferner umfasst der Bereich die Beteiligung an Veranstaltungen zu Angelegenheiten der EU einschließlich deren Beurteilung im Sinne der Wirtschaftsförderung.

Arbeitsmarkt, Fachkräfte und Gründungen (1 Vollzeitstelle) ***Schwerpunkt: Ziele 1 und 3***

Bis dato wirkt die Wirtschaftsförderung im Runden Tisch Fachkräftesicherung sowie im Arbeitskreis Schule-Wirtschaft mit. Den Themen Arbeitsmarkt, Fachkräfte und Gründungen soll im Rahmen der Fortentwicklung der Wirtschaftsförderung eine verstärkte Aufmerksamkeit zukommen. Ziel ist die Sicherstellung des quantitativen und qualitativen Arbeitskräftebedarfs als Grundlage der Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes Zwickau.

Im Rahmen dieses Aufgabenbereiches sollte die Wirtschaftsförderung Zwickau Ideengeber und Mittler für Maßnahmen zur Stärkung des Fachkräftepotenzials sein. Dies betrifft zum Beispiel Maßnahmen zur Integration von Arbeitslosen, Ausländern und älteren Menschen in den Arbeitsmarkt (Erhöhung der Erwerbsbeteiligung) aber auch Maßnahmen zur Anwerbung und Ausbildung qualifizierter Fachkräfte. In diesem Zusammenhang kann beispielhaft auf die Konzeption und Durchführung von Fachkräfte- und Rückkehrerbörsen hingewiesen werden.

Aufgabe in diesem Sachbereich ist es auch, technologieorientierte Gründungen weiter zu fördern und die Gründerkultur in Zwickau zu stärken. Eine Maßnahme in

diesem Zusammenhang wäre die Etablierung eines Start-up-Centers, in dem Gründerpotenziale umgesetzt, Hemmschwellen abgebaut und Gründer über alle Phasen hinweg betreut werden könnten. Die Wirtschaftsförderung Zwickau sollte die Projektentwicklung zur Realisierung eines entsprechenden Centers aktiv mitsteuern und begleiten. Auch der Technologietransfer zwischen der Westsächsischen Hochschule und der Zwickauer Wirtschaft sollte intensiviert werden.

Der regionale und überregionale Wettbewerb um Fachkräfte wird sich zukünftig intensivieren. Daher gilt es, den Wohn- und Arbeitsstandort Zwickau gezielt lokal und regional für Facharbeitskräfte zu vermarkten (Pendler binden, mögliche Rückkehrer ansprechen). Innovative Arbeitszeitmodelle, Familienfreundlichkeit und andere Pull-Faktoren müssen als Standort- und Wettbewerbsfaktor identifiziert und gefördert werden.

Ein weiteres Handlungsfeld in diesem Sachbereich kann die Entwicklung eines Bildungsangebotes mit besonderen Profilen sein. Der Übergang Schule-Beruf ist weiter zu optimieren. Das lokale Ausbildungsangebot sollte an die Ansprüche der Digitalisierung angepasst werden.

Standortentwicklung und Flächenmanagement (1 Vollzeitstelle)

Schwerpunkt: Ziel 5

Trotz des rein rechnerisch hohen Potenzials an Flächen gibt es in Zwickau derzeit kaum geeignete Grundstücke für Ansiedlungen. Viele potenzielle Standorte weisen Probleme hinsichtlich der Eigentümerstruktur, der Verkaufsbereitschaft der Eigentümer und aufgrund von Umweltbelangen auf.

Die Mobilisierung von Flächen und evtl. auch die eigenständige Entwicklung von kommunalen Industrie- und Gewerbestandorten ist zentrale Aufgabe im Sachbereich „Standortentwicklung und Flächenmanagement“. Aufgabe ist es, Gewerbestandorte für spezifische Zielgruppen (Logistik, Produktion, Handwerk und Technologie) bereitzustellen. Für die Entwicklung von Gewerbe- und Wohnaugebieten sind die Themen Klimafreundlichkeit und Energieeffizienz zunehmend wichtig. Sie werden zukünftig ein zentraler Vermarktungsaspekt sein. Für den Sachbereich Standortentwicklung und Flächenmanagement sollte die Leitlinie „Innen- vor Außenentwicklung“ maßgebend sein.

Vor dem Hintergrund der immer knapper werdenden Flächen und der Einhaltung der Nachhaltigkeitsstrategie zur Reduzierung des Flächenverbrauchs stellt zudem die Identifikation, Betreuung und Mobilisierung von nachnutzbaren Gewerbe-, Lager- sowie Büro- und Einzelhandelsflächen eine wichtige Aufgabe dar (kommunales Flächenmanagement). Ein Modellvorhaben zum Brachflächenrecycling könnte als Impuls für die zahlreichen Brachflächen der Stadt initiiert werden.

Unter den Sachbereich „Standortentwicklung und Flächenmanagement“ fällt außerdem das Handlungsfeld Infrastruktur. Hier ist neben den Themen Verkehrs- und technische Infrastruktur nach wie vor das Thema Breitband von großer Bedeutung.

Standortmarketing und Ansiedlung (1 Vollzeitstelle)

Schwerpunkt: Ziel 6

Der Standortwettbewerb um Unternehmen und Arbeitskräfte ist nach wie vor intensiv. Das Aufgabenfeld Standortmarketing und Ansiedlung beinhaltet die Akquisition und Betreuung von ansiedlungs- und investitionswilligen Unternehmen. Die Wirtschaftsförderung Zwickau sollte für Unternehmen und Investoren als „One-Stop-Agency“ fungieren und ein entsprechendes Selbstverständnis wahrnehmen.

Das Standortmarketing sollte auf strategische Ziel- und Quellmärkte sowie auch auf ausgewählte Branchen und Unternehmen („Kompetenzzentrum“) ausgerichtet werden und einen integrierten Ansatz verfolgen, der Fachkräftemarketing, Ansiedlungsmarketing, Tourismusmarketing, Technologie- und Innovationsförderung beinhaltet und über städtische Grenzen hinweg denkt.

Neuansiedlungsaktivitäten und Ansiedlungsmarketing sollten intensiviert werden. Ausländische Ziel- und Wachstumsmärkte sollten gezielt beworben werden, die internationale Ausrichtung der Automobilindustrie könnte für den gesamten Standort Zwickau genutzt werden. Innovationen aus Zwickau sollten im Rahmen des Standortmarketings gezielt beworben werden.

Es gibt Querverbindungen dieses Sachbereichs zum Aufgabenfeld „Arbeitsmarkt, Fachkräfte und Gründungen“. Für ein nachhaltiges und wirksames Standortmarketing ist vor allem eine ausreichende Kapitalausstattung für Veranstaltungen (z. B. Teilnahme an Messen) sowie Werbe- und PR-Maßnahmen eine Grundvoraussetzung. Eine innovative Marketingidee wäre zum Beispiel die Durchführung eines bundesweiten Ansiedlungswettbewerbs für Zwickau. Zum Standortmarketing zählt auch ein Relaunch des Internetauftritts der Wirtschaftsförderung Zwickau entsprechend der definierten Aufgabenfelder.

Querschnittsaufgabe Regionale Kooperationen und Netzwerke

Die Stadt Zwickau ist in zahlreichen regionalen Kooperationen und Netzwerken aktiv. Im Verein Europäische Metropolregion Mitteldeutschland e. V. engagieren sich strukturbestimmende Unternehmen, Städte und Landkreise, Kammern und Verbände sowie Hochschulen und Forschungseinrichtungen aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen mit dem gemeinsamen Ziel einer nachhaltigen Entwicklung und Vermarktung der traditionsreichen Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kulturregion Mitteldeutschland. In den Arbeitsgruppen werden die Handlungsfelder der Metropolregion Mitteldeutschland in Form konkreter Projekte bearbeitet. Das Büro für Wirtschaftsförderung der Stadt Zwickau arbeitet themenbezogen in der AG Wirtschaft und Standortentwicklung mit.

Stadtmanagement (1 Vollzeitstelle)
Förderverein Stadtmanagement Zwickau e. V.
Schwerpunkt: Ziel 4

Diese Stelle wurde im August 2016 in Absprache mit dem Förderverein Stadtmanagement Zwickau e. V. neu im Büro für Wirtschaftsförderung der Stadt Zwickau geschaffen. Die Aufgaben beinhalten insbesondere die Initiierung von Projekten und Maßnahmen und deren Umsetzung zur Innenstadtbelebung/Attraktivitätssteigerung der Zwickauer Innenstadt, die Koordination verschiedener Angebote und Akteure im gesamtstädtischen Interesse (Mitarbeit und ggf. Leitung entsprechender Arbeitsgruppen) und die Verbesserung der Innen- und Außenwahrnehmung der Stadt Zwickau. Zukünftige Herausforderungen im Sachbereich Stadtmanagement betreffen die Imageverbesserung Zwickaus, die Profilierung der Stadt als attraktiver Arbeits- und Lebensstandort und die Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmarketingkonzeptes in enger Anlehnung an das Standortmarketing.

Eine Ideenbörse für Verbesserungsvorschläge (Internetplattform) und allgemein ein „neues Denken“ der Innenstadt mit einem realistischen Blick auf Möglichkeiten könnten erste umsetzungsorientierte Schritte darstellen.

Zukünftige Beschäftigtenzahl der Wirtschaftsförderung Zwickau

Insgesamt ergeben sich zusammen mit der Stelle Stadtmanagement (1 Vollzeitstelle), Büroleitung (1 Vollzeitstelle) und der Stelle Haushalt/Sekretariat (1 Vollzeitstelle), neun bis zehn Stellen im Büro für Wirtschaftsförderung. Das sind im Vergleich zur gegenwärtigen Aufgaben- und Organisationsstruktur drei bis vier zusätzliche Stellen.

6. ORGANISATIONFORM DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

6.1 VORTEILE DER PRIVATWIRTSCHAFTLICH ORGANISIERTEN BZW. DER IN DIE VERWALTUNG INTEGRIERTEN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Im Rahmen der Ableitung und Definition der Aufgabenfelder der Zwickauer Wirtschaftsförderung ist auch ein Blick auf grundsätzlich mögliche Organisationsformen von Wirtschaftsförderungen sinnvoll.

In der Befragung zum beobachteten Aufgabenwandel in Wirtschaftsförderungen im Rahmen der quartalsmäßigen Befragung von Wirtschaftsförderungen zur Gewerbeflächendynamik (Wifo-Index) wurden die rund 300 Wirtschaftsförderungen von Georg Consulting zu ihrem Einschätzungen der Vor- und Nachteile der möglichen Organisationsformen von Wirtschaftsförderungen befragt. 30 Vertreter von Wirtschaftsförderungen haben auf diese Frage geantwortet.

Obwohl es sich bei den Antworten grundsätzlich um subjektive Einschätzungen handelt, spiegeln diese gut die grundlegenden Vorteile und Risiken der beiden grundsätzlichen Organisationsalternativen von Wirtschaftsförderung wider. Die Befragungsergebnisse wurden in grobe Kategorien aufgeteilt und werden im Folgenden kurz erläutert.

Vorteile für die privatwirtschaftliche Organisation von Wirtschaftsförderung:

1. Unabhängigkeit und Flexibilität

Am häufigsten wurden das unabhängige, selbständige Handeln, die Gestaltungsfreiraume und das flexiblere und freiere Arbeiten als Vorteil der privatwirtschaftlichen Organisation von Wirtschaftsförderung genannt. Die Geschäftsführer hätten mehr Freiheiten bei Personal, Organisation und Finanzen und seien damit flexibler als die Verwaltung, da sie unabhängig vom Kernhaushalt agierten. Entscheidungen könnten so schneller, da eigenständig, getroffen werden. Durch die Unabhängigkeit könne die Beratung auch neutraler erfolgen.

2. Akzeptanz in der Wirtschaft

Ist die Wirtschaftsförderung privatwirtschaftlich organisiert, würde diese von der Wirtschaft (Unternehmen) besser akzeptiert als ein Amt. Eine GmbH oder Vergleichbares wäre für die Unternehmen ein ebenbürtiger Ansprechpartner auf Augenhöhe. Durch das wirtschaftsnahe Auftreten und das eigene unternehmerische Denken und Handeln sei die privatwirtschaftlich organisierte Wirtschaftsförderung nah an den Unternehmen.

3. Effiziente interne Organisationsstruktur

Da es keine Dienstwege wie im Amt gäbe, wären die Entscheidungswege kürzer. Die Gewinnorientierung der Wirtschaftsförderung führe zu einer besseren Motivation, Steuerung und Innovation der Leistung und Aufgaben sowie zum wirtschaftlichen Erfolg. Eine unabhängige Personalpolitik wäre von Vorteil.

4. Einbindung der Wirtschaft möglich

Durch die Einbindung der Wirtschaft als Gesellschafter im Falle einer privatwirtschaftlichen Organisation entstünde ein Gegenpol zur Verwaltung. Unterschiedliche Sichtweisen würden so integriert. Die Einbindung von Partnern aus der Wirtschaft würde zu einem Wissensgewinn führen, mehr Mitwirkung durch die Wirtschaft würde möglich. Über Gesellschaftsanteile sei insgesamt die Einbindung von anderen gesellschaftlichen Gruppen leichter.

5. Bessere Finanzierungsmöglichkeiten

Auch bessere Finanzierungsmöglichkeiten und finanzieller Handlungsspielraum wurden als Vorteil der privatwirtschaftlichen Organisation von Wirtschaftsförderung genannt. Voraussetzung hierfür seien jedoch entsprechende Einnahmequellen. Wie die Befragungsergebnisse zum Aufgabenwandel gezeigt haben, gewinnen gerade die Tätigkeiten an Bedeutung, über die keine Einnahmen für die Wirtschaftsförderung zu erzielen sind. Im Gegenteil: Bestandspflege und Netzwerke „kosten Geld“.

6. Sonstige

Als weitere Vorteile wurden eine leistungsgerechte Entlohnung, Flexibilität auf dem Arbeitsmarkt, mögliche Funktion der Wirtschaftsförderung als Profitcenter, die ergänzende ehrenamtliche Arbeit in Projektgruppen/Fachbeiräten, die gemeinsame Organisation der Wirtschaftsförderung von Stadt und Landkreis und eine bessere technische Ausstattung genannt. Außerdem wurde erwähnt, dass die privatwirtschaftliche Organisation sinnvoll sei, falls das Tagesgeschäft weitgehend unabhängig von Politik und Verwaltung erfolgen könne.

Vorteile für die Integration der Wirtschaftsförderung in die Verwaltung:

1. Nähe zur Verwaltung

Als Vorteil der Integration der Wirtschaftsförderung in die Verwaltung wird ein direkter Zugang zu den Fachämtern, insbesondere zu fachverwandten Ämtern (gemeinsame Datenbasen, Programme, Kollegialität etc.) gesehen. Damit verbunden sei ein besserer Informationsfluss in der Verwaltung, ein besserer Eingriff der Wirtschaftsförderung in die Verwaltungsabläufe und generell ein besserer Austausch und eine bessere Abstimmung mit den Ämtern.

Der Wirtschaftsförderung komme so eine integrative Funktion zwischen Unternehmen und Verwaltung zu. Umgekehrt würde die Wirtschaftsförderung besser in das Verwaltungshandeln eingebunden als bei einer privatwirtschaftlichen Lösung. Bei der privatwirtschaftlichen Organisation von Wirtschaftsförderungen träten die Akteure wie die Unternehmen von außen

an die Verwaltung heran, amtliche Wege könnten eventuell nicht so intensiv beschleunigt werden.

2. Kurze Abstimmungswege (z. B. bei Genehmigungsverfahren)

Die Nähe zur Verwaltung bewirke kurze Abstimmungswege zu sonstigen Ämtern, bei gewerblichen Bauvorhaben würde die Wirtschaftsförderung so z. B. zur idealen Schnittstelle. Die kurzen Abstimmungswege seien von Vorteil für das Genehmigungsmanagement. Die Wege für Investoren und Unternehmen würden so kürzer, Reaktions- und Entscheidungszeiten würden sich verringern. Die Wirtschaftsförderung fungiere damit als „Behördenlotse“ und die Funktion der Wirtschaftsförderung als „One-Stop-Agency“ sei besser zu erfüllen als bei einer privatwirtschaftlichen Organisation.

3. Nähe zu Politik und politischen Entscheidungen

Der kurze Draht in die Politik wird bei der Integration von Wirtschaftsförderung in die Verwaltung ebenfalls als großer Vorteil angesehen. Die frühzeitige Einbindung bei wirtschaftsrelevanten Entscheidungen, die bessere politische Anknüpfung, der direkte Kontakt zum Oberbürgermeister/zur Oberbürgermeisterin und Stadt- oder Gemeinderat und die beratende Funktion bei politischen Entscheidungen würden für die Wirtschaftsförderung unter dem Dach der Verwaltung sprechen.

4. Ressourcenersparnisse

Teilweise gaben die Befragten auch eventuelle Ressourcenersparnisse im Fall von gemeinsamer Buchhaltung, Personalmanagement, Infrastruktur und anderen Aufgaben an. Die Wirtschaftsförderung könnte so auf Ressourcen der Verwaltung zurückgreifen und wäre unabhängiger von der Finanzierung durch private Akteure.

5. Bindeglied zwischen Wirtschaft und Verwaltung

Im Zusammenhang mit den zuvor genannten Vorteilen, nämlich der Nähe zur Verwaltung, den kurzen Abstimmungswegen und der Nähe zu Politik und politischen Entscheidungen würde die Wirtschaftsförderung als Teil der Verwaltung auch als Bindeglied zwischen Wirtschaft und Verwaltung gesehen und könnte zur Förderung der Interessen der Unternehmen gezielt Einfluss nehmen.

Als „Querdenkereinheit“ könnte sie in einer klassischen Verwaltung eine wichtige Funktion einnehmen. Gleichzeitig sei die Wirtschaftsförderung als Amt in Rat und Verwaltung akzeptiert. Bei einem privatwirtschaftlichen Modell wäre die Wirtschaftsförderung stark abhängig von den unternehmerischen Gesellschaftern und könnte aufgrund einer eventuellen Gewinnmaximierung nicht mehr so gut langfristige Strategien verfolgen.

6. Sonstige

Zu weiteren genannten Vorteilen gehören laut Befragten eine „höhere Seriosität der Wirtschaftsförderung“ als Teil der Verwaltung bei Verkaufs- und/oder Investitionsverhandlungen, eine gute Übersicht über Fördermöglichkeiten, vor allem wenn die Kommune als Fördermittelempfänger fungiert. Die Notwendigkeit einer Gesellschafterversammlung entfalle, die direkten Durchgriffsrechte für Selbst- und Hauptverwaltung würden die Identifikation der Mitarbeiter mit der Aufgabe erhöhen.

6.2 EXKURS: WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG IM LANDKREIS ZWICKAU

Im Landkreis Zwickau wird die Wirtschaftsförderung in einem Sachgebiet Kreisentwicklung, Wirtschaftsförderung, Tourismus des Amtes für Kreisentwicklung, Bauaufsicht und Denkmalschutz im Dezernat IV Bau, Kreisentwicklung, Vermessung wahrgenommen. Die oftmals notwendige direkte Verbindung zwischen Landrat und der Wirtschaftsförderung wird hierbei durch die vorhandenen Hierarchie-Ebenen erschwert. Dadurch und infolge der untergeordneten Einordnung neben den anderen Sachthemen wie z. B. Kreisentwicklung, Bauaufsicht, Denkmalschutz, Tourismus in das o. g. Amt und Sachgebiet ist die Wahrnehmung der Wirtschaftsförderung in keinerlei Weise gegeben. Hieraus erwachsen in diesem Zusammenhang gerade für die kommunale Wirtschaftsförderung des Oberzentrums Zwickau Chancen und Herausforderungen, die es zu berücksichtigen und aufzugreifen gilt. Zahlreiche Hinweise der in den Unternehmensgesprächen, Workshops und Experteninterviews abgegebenen Statements von Zwickauer Unternehmern und Vertretern aus der Wirtschaft belegen das Erfordernis, sich der besonderen Rolle und Funktion Zwickaus als Oberzentrum, größte Stadt des Kreises und viertgrößte Stadt des Freistaates Sachsen bewusst zu sein. Mit der Wahrnehmung des an den strategischen Zielen und Leitlinien orientierten Aufgabenportfolios der Wirtschaftsförderung der Stadt Zwickau und deren künftiger Organisationsstruktur ist dem vollumfänglich gerecht zu werden.

Vor diesem Hintergrund ist die Zugehörigkeit des Büros Wirtschaftsförderung zum Geschäftskreis Oberbürgermeisterin und dessen direkte Unterstellung unter die Oberbürgermeisterin und deren Entscheidungsgewalt ein großer Positivfaktor. Die mit der Einbindung der Wirtschaftsförderung in weit verzweigte Verwaltungsstrukturen zusammenhängenden hierarchischen und damit langen Entscheidungswege entfallen. Heute aktuell notwendige immens kurze Reaktions- und Bearbeitungszeiten sowie Abstimmungswege bei Investorenanfragen, Unternehmensanforderungen und sonstigen wirtschaftsrelevanten Angelegenheiten können somit jederzeit gewährleistet werden.

Nicht zuletzt aufgrund der spezifischen Situation der Wirtschaftsförderung im Landkreis Zwickau ist die Wirtschaftsförderung in der Stadt Zwickau eine unverzichtbare kommunale Kernaufgabe. Aus der Rolle des traditionellen Wirtschaftsstandortes Zwickau erwächst ein sehr hoher Anspruch an die Struktur und Aufgabenwahrnehmung als zentrale Serviceeinrichtung an der Schnittstelle zwischen

Verwaltung, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Zukünftig wird dabei die Rolle der Wirtschaftsförderung als langfristig wirkendes Instrument zur Verbesserung der kommunalen Einnahmesituation und damit nicht zuletzt zur Reduzierung von Sozialaufwendungen weiter an Stellenwert gewinnen. Auch bei sich ändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, Strukturen und globalen Trends werden bereits heute von der Wirtschaftsförderung wirkungsvolle Initiativen zur weiteren Standortentwicklung der Stadt und Region Zwickau als erfolgreicher zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort erwartet. Hierzu zählt zweifelsohne auch die Erforderung eines stärkeren Engagements und Bekenntnisses des Landkreises in Richtung Wirtschaftsförderung.

Mit einer entsprechenden finanziellen und personellen Ausstattung sowie zielführenden Organisationsform müssen neben einer sinnvollen Einbindung der vorherrschenden lokalen und regionalen Bedingungskonstellationen schon heute die Weichen in Richtung einer der vorderen Plätze im Standortwettbewerb erfolgreich gestellt werden.

6.3 EMPFEHLUNGEN ZUR ORGANISATIONSFORM

Die Erfahrungen von Georg Consulting zeigen, dass der Erfolg von Wirtschaftsförderung nicht primär vom Organisationsmodell abhängt. Wichtiger ist eine dauerhafte und von politischen Konjunkturen unabhängige Finanzierung der Arbeit von Wirtschaftsförderung. Auch die Personalausstattung, das Engagement und die Qualifikation der Mitarbeiter sind von entscheidender Bedeutung.

Durch den Bedeutungszuwachs von Bestandspflege und Netzwerkarbeit ist eine unabhängige Finanzierung von Wirtschaftsförderung besonders wichtig. Bei privaten Organisationsmodellen könnte für diese personal- und finanzintensive Arbeit eventuell das nachhaltige Verständnis fehlen, da bei privatwirtschaftlicher Organisation erfahrungsgemäß direkt erlösende Aktivitäten (z. B. Flächenvermarktung) im Vordergrund stehen. Weiterhin ist darauf hinzuweisen, dass die Wirtschaftsförderung Zwickau mit der „Bürolösung“ nach außen bereits wie eine eigenständige Einheit wirkt und agieren kann.

Zur Abstimmung über die passende Organisation der Wirtschaftsförderung Zwickau sollten die genannten Vor- und Nachteile genau miteinander abgewogen werden. Zahlreiche der in der Befragung genannten Vorteile der beiden grundsätzlichen Organisationsformen erachten wir als gerechtfertigt. Aufgrund des skizzierten Aufgabenwandels von Wirtschaftsförderung und des damit verbundenen Trends zur Funktion als „One-Stop-Agency“ erscheint eine Beibehaltung des Status quo der Wirtschaftsförderung Zwickau als integrativer Bestandteil der Verwaltung naheliegend und weiterhin erfolgversprechend.

7. PROJEKTSTECKBRIEFE

Die Reihenfolge der folgenden Projektsteckbriefe stellt keine Priorisierung der Projekte dar.

HINWEIS: Neben den dargestellten schwerpunktmaßigen Projekten hat die Wirtschaftsförderung Zwickau übergreifende und laufende Maßnahmen und Aufgaben zu erfüllen. Dazu gehören unter anderem:

- laufende Lobbyarbeit für den Wirtschaftsstandort Zwickau und dessen zukunftsähnliche Fortentwicklung
- Sensibilisierung der Unternehmen u. a. für die Zukunftsthemen „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“, „Demografiefreundliche Unternehmen“, „Energiewende“, „Neue Mobilitätskonzepte“, „Arbeitgeberattraktivität“
- aktive Teilnahme an und Projektarbeit in bestehenden Netzwerken, u. a. Runder Tisch Fachkräftesicherung im Rahmen der Fachkräfteallianz, Projektgruppe Elektromobilität im Rahmen der Europäischen Metropolregion Mitteldeutschland e. V.
- umfassender laufender Unternehmensservice für die ansässigen Unternehmen (Unternehmensnachfolge, Standortprobleme, baurechtliche und umwelttechnische Fragestellungen, Arbeitskräfte, Fördermittel, Industrie 4.0 etc.)
- aktive Teilnahme an und Projektarbeit in überregionalen Netzwerken (z. B. Europäische Metropolregion Mitteldeutschland e. V.) und Intensivierung der Kooperation zwischen der Stadt Zwickau und den Städten und Gemeinden des Landkreises Zwickau sowie der Wirtschaftsförderung des Landkreises
- Gewerbeblächen- und Immobilienmanagement/Leerstandsmanagement als (kostenlose) Dienstleistung (Erfassung und Vermittlung leerstehender nachnutzbarer Immobilien und Flächen für eine gewerblich/industrielle Nutzung)
- aktives Ansiedlungsmanagement

WIRTSCHAFTSFORUM

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Für die Pflege und den Ausbau von Strukturen, die den Informationsaustausch befördern, wurde durch die kommunale Wirtschaftsförderung eine Informations- und Kommunikationsplattform – das Zwickauer Wirtschaftsforum – für Unternehmer installiert. Hierbei werden der gegenseitige und netzwerkübergreifende Informationsaustausch gefördert und daraus folgend konkrete Projekte initiiert. Spezielle Referenten sollen im Rahmen von Vorträgen, Diskussionen, Ausstellungen und Einzelgesprächen ihre Erfahrungen vermitteln. Die Wirtschaftsförderung leistet hierbei das komplette Veranstaltungsmanagement. Vorgesehen sind die Weiterführung und Ausbau der Veranstaltungsreihe als feste Größe der Zusammenarbeit mit den Unternehmen der Stadt und der Region.
BEARBEITUNGSSTAND	etabliert
KOSTENSCHÄTZUNG	9.000 EUR/Jahr
KOOPERATIONSPARTNER	variabel je nach Thema des jährlichen Fachforums
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMS- BRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

WIRTSCHAFTSBRIEF Z-NEWS

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	<p>Der „Zwickauer Wirtschaftsbrief“ ergänzt das Serviceangebot der Wirtschaftsförderung. Mit dem Newsletter wurde eine Informationsplattform zwischen Wirtschaftsförderung und Unternehmen aus Industrie, Gewerbe und Handel/Dienstleistungen sowie der Westsächsischen Hochschule und wirtschaftsnahen Initiativen geschaffen.</p> <p>Der zweimonatlich erscheinende Newsletter wird kostenlos an Unternehmen und Institutionen verteilt. Der Wirtschaftsbrief informiert u. a. über sich verändernde wirtschaftliche, steuerliche, rechtliche und förderseitige Rahmenbedingungen, Veranstaltungen, Entwicklungen in den Gewerbegebieten, im Einzelhandel und über wichtige Projekte sowie auch über Immobilienangebote. Außerdem erhalten Unternehmen oder Betriebe die Möglichkeit, sich mit einem kurzen Portrait vorzustellen.</p>
BEARBEITUNGSSTAND	etabliert, sechs Ausgaben jährlich
KOSTENSCHÄTZUNG	4.500 EUR/Jahr
KOOPERATIONSPARTNER	Pressebüro; Agentur; je nach Themenschwerpunkten weitere Partner
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE	<p>(6) INTEGRIERTES STANDORTMARKETING ENTWICKELN UND UMSETZEN</p> <p>(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE</p>

BRANCHENKOMPETENZZENTREN

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	<p>Im Rahmen von sogenannten Kompetenzzentren soll eine zukunftsweisende branchenbezogene Netzwerkarbeit organisiert werden. Folgende Kompetenzzentren sind zu empfehlen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kompetenzzentrum Automotive ▪ Kompetenzzentrum Maschinbau und Elektronik ▪ Kompetenzzentrum Life Science ▪ Kompetenzzentrum Logistikwirtschaft ▪ Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft <p>Im Rahmen der spezifischen Kompetenzzentren treffen sich Vertreter der Wirtschaft von Stadt und Region Zwickau, um sich miteinander auszutauschen und gemeinsam Lösungen für spezifische Probleme zu entwickeln und ihre Unternehmen optimal aufzustellen. Damit sollen die Branchen und ihre Wertschöpfungsketten am Standort Zwickau nachhaltig gestärkt werden.</p> <p>Wichtige Aspekte der Kompetenzzentren sind die Vernetzung und damit die Stärkung der Wirtschaftskraft Zwickaus. Für jedes Kompetenzzentrum sollten gemeinsam mit den relevanten Unternehmen und Akteuren die Ziele und Inhalte des Netzwerkes für die nächsten drei Jahre entwickelt und bestimmt werden.</p> <p>Mögliche Themen für die Kompetenzzentren sind Fachkräfte, Digitalisierung, Vernetzung, Innovationen, Unternehmensnachfolge etc. Die Wirtschaftsförderung Zwickau als Träger der Kompetenzzentren hat dabei die Aufgabe, diese zu initiieren, das Netzwerk aufzubauen und zu pflegen sowie die Netzwerkarbeit gemäß der vereinbarten Ziele und Projekte zu gestalten und zu steuern. Zu den konkreten Maßnahmen der Kompetenzzentren gehören regelmäßige Treffen, Veranstaltungen und Messeteilnahmen. In das Konzept werden Wirtschaft und Unternehmen aktiv mit eingebunden.</p>
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	10.000 bis 15.000 EUR/Jahr je Kompetenzzentrum (Unternehmen sollten als Sponsoren das jeweilige Netzwerk finanziell unterstützen)
KOOPERATIONSPARTNER	Unternehmen; IHK; Branchenverbände; WHZ; themenbezogene Partner
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

QUALIFIZIERTES STANDORTMARKETING: WERBE- UND INFORMATIONS-MATERIAL, ÜBERARBEITUNG/NEUGESTALTUNG INTERNETAUFTITT

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Entsprechend der Fortentwicklung der Wirtschaftsförderung Zwickau und der skizzierten Aufgabenfelder sollte der Internetauftritt der Wirtschaftsförderung neu gestaltet werden. So ist z. B. für die einzelnen Kompetenzzentren Informationsmaterial zu konzipieren und zu erstellen. Auch eine Standort- und Ansiedlungsbrochure sowie ein Flyer mit wichtigen Informationen zum Wirtschafts-, Lebens- und Freizeitstandort wäre sinnvoll. Dabei wäre es zielführend, die Wirtschaftsförderung als „One-Stop-Agency“ zu positionieren.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	20.000 EUR/Jahr +15.000 EUR zur einmaligen Neuentwicklung des Internetauftritts
KOOPERATIONSPARTNER	Pressebüro; Agentur
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(6) INTEGRIERTES STANDORTMARKETING ENTWICKELN UND UMSETZEN

UNTERNEHMERSTAMMTISCHE – BRANCHENTREFFS, GEWERBEGEBIETSTREFFEN

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Für ausgewählte größere Industrie- und Gewerbestandorte werden Unternehmerstammtische organisiert und durchgeführt. Im Rahmen der Stammtische findet ein direkter Erfahrungsaustausch zwischen den Unternehmen sowie zwischen der Wirtschaftsförderung und den Unternehmen statt. Der Stammtisch dient dazu, Probleme im Gebiet zu benennen und Lösungsvorschläge gemeinsam zu diskutieren sowie sich über aktuelle Entwicklungen auszutauschen. Gleichzeitig bietet der Stammtisch die Gelegenheit, Geschäftskontakte innerhalb des Gebietes mit anderen Firmen zu knüpfen. Damit wird das endogene Wirtschaftspotenzial gestärkt. Quartalsweise sollte der Stammtisch in jeweils einem anderen GE/GI stattfinden. Veranstaltungsort könnte jeweils ein Unternehmen des jeweiligen GE/GI sein.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	30.000 EUR/Jahr (inkl. Sponsoring durch Unternehmen)
KOOPERATIONSPARTNER	Unternehmen; themenbezogene Partner; Handwerkskammer
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

MESSE-PRÄSENZ UND AUSSTELLUNGEN

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Nationale und internationale Leitmessen stellen eine wichtige Möglichkeit dar, um für den eigenen Standort zu werben sowie Unternehmen und Fachkräfte anzusprechen. Die Teilnahme der Wirtschaftsförderung Zwickau an der Messe Expo-Real z. B. ist in diesem Kontext ebenso zielführend wie die Beteiligung an regionalen Ausstellungen. Für die Teilnahme an Messen und Ausstellungen sind entsprechende Standortmaterialien, Exposés und dergleichen vorzubereiten.
BEARBEITUNGSSTAND	in Bearbeitung
KOSTENSCHÄTZUNG	50.000 EUR/Jahr
KOOPERATIONSPARTNER	Messe Zwickau GmbH; Landkreis Zwickau; Freistaat Sachsen (Finanzministerium Expo Real betreffend); Europäische Metropolregion Mitteldeutschland e. V.
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(6) INTEGRIERTES STANDORTMARKETING ENTWICKELN UND UMSETZEN

MODELLPROJEKT ANSIEDLUNG ZWICKAU

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	<p>Im Rahmen eines Modellprojektes „Ansiedlung“ könnte auf den Unternehmensstandort Zwickau überregional aufmerksam gemacht werden. Das Modellprojekt stellt ein PR-Instrument dar und ermöglicht eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Es sollte in einschlägigen Medien und im Internet beworben werden. Damit wird überregionale Aufmerksamkeit auf den Standort Zwickau gelenkt und am Ende des Wettbewerbs steht im Ergebnis eine konkrete Unternehmensansiedlung. Das Modellprojekt ist in enger Abstimmung und Zusammenarbeit mit den zuständigen öffentlichen Stellen (WFS, Ministerien, LDS, SAB u. a.) vorzubereiten und durchzuführen.</p> <p>Der Ansiedlungswettbewerb sollte durch einen Ansiedlungsrat (Wirtschaftsförderung Zwickau, Sparkasse Zwickau, IHK etc.) begleitet werden.</p>
BEARBEITUNGSSTAND	neu; Umsetzung stark von personeller Ausstattung der Wirtschaftsförderung abhängig
KOSTENSCHÄTZUNG	25.000 bis 35.000 EUR (ohne Grundstückskosten)
KOOPERATIONSPARTNER	Wirtschaftsförderung Sachsen (WFS); Fördermittelgeber (Ministerien SMWA; SAB; Landesdirektion Sachsen); Behörden des Landkreises; Sparkasse; IHK
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE	<p>(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE</p> <p>(3) TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION FÖRDERN UND NETZWERKARBEIT AUSBAUEN</p> <p>(6) INTEGRIERTES STANDORTMARKETING ENTWICKELN UND UMSETZEN</p>

MASTERPLAN „SMART Z“

MASTERPLAN „SMART Z“	
KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Energieumbau und Klimaschutzmaßnahmen müssen lokal umgesetzt werden. Energie- und Ressourceneffizienz stellen zudem übergeordnete Ziel und Trends dar. In diesem Zusammenhang entwickeln sich immer mehr Städte zu „Smart Cities“ bzw. Regionen zu „Smart Regions“. Ziel ist es, durch den effizienten Einsatz neuester Technologien die Lebensqualität für die Menschen und die Innovationsfähigkeit der Unternehmen in Zwickau zu steigern und einen Beitrag zum Energieumbau und zum Klimaschutz zu leisten. Dies gelingt am besten im Rahmen eines Gesamtkonzeptes bzw. Masterplans z. B. mit den Themen- und Handlungsfeldern: Klima, Mobilität, Energie und Demografie. Die Handlungsebenen für einen Masterplan „Smart Z“ sind Immobilien und Gewerbegebäuden, Branchenentwicklung sowie Stadt- und Quartiersentwicklung. Die Wirtschaftsförderung sollte Initiator und „Kümmerer“ eines solchen Masterplans sein, der die Mitwirkung verschiedenster Akteure und Fachdienste bedingt.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	18.000 EUR
KOOPERATIONSPARTNER	SAENA GmbH; Umweltamt Landkreis und Umweltbüro Stadt Zwickau; WHZ; GIZ; Wohnungsunternehmen
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIELE	(3) TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION FÖRDERN UND NETZWERKARBEIT AUSBAUEN

E-MOBILITÄT – LADEINFRASTRUKTUR- UND MOBILITÄTSKONZEPT

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Die Zukunft der Mobilität wird durch E-Mobilität charakterisiert sein. Um den Anteil der E-Mobile zu erhöhen, muss die entsprechende Ladeinfrastruktur (Stromtankstellen) ausgebaut werden. Ziel dieses Projektes ist es daher, den Ausbau der Ladeinfrastruktur voranzutreiben. Die Wirtschaftsförderung Zwickau tritt hier als Initiator und Kümmerer auf.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	50.000 EUR (bei Förderfähigkeit reduzieren sich ggf. die Kosten)
KOOPERATIONSPARTNER	WFS; ZEV; envia; SAENA GmbH; Europäische Metropolregion Mitteldeutschland e. V. (AG Verkehr und Mobilität – Projektgruppe Elektromobilität); AMZ Automobilzulieferer Sachsen; Bundesverband eMobilität e. V. – Landesvertretung Mitteldeutschland; Umweltamt Landkreis und Umweltbüro Stadt Zwickau; WHZ
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(3) TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION FÖRDERN UND NETZWERKARBEIT AUSBAUEN

START-UP-CENTER ZWICKAU

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Um die Gründerkultur und das Gründungsgeschehen in Zwickau nachhaltig zu fördern, soll ein Start-up-Center konzeptioniert und errichtet werden. Der Fokus sollte auf technologisch-innovativen Gründungen liegen. Derzeit wird ein Grobkonzept für ein Start-up-Center erarbeitet. Verschiedene Standorte wurden überprüft und es wird eine Kooperation der relevanten Akteure (Wirtschaftsförderung Zwickau, Westsächsische Hochschule, Sparkasse Zwickau und IHK) zur Konkretisierung und Umsetzung des Konzeptes angestrebt. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass ein prozessbezogener Realisierungsansatz zielführend ist. Daher soll eine Arbeitsgruppe, bestehend aus den genannten Akteuren, ins Leben gerufen werden. Die Arbeitsgruppe hat die Aufgabe, die Realisierung eines Start-up-Centers weiter voranzutreiben.
BEARBEITUNGSSTAND	Konkretisierungs- und Umsetzungsphase
KOSTENSCHÄTZUNG	100.000 EUR (2017) zur weiteren Projektsteuerung (ohne Umsetzung) Umsetzungskosten abhängig von der Objektplanung
KOOPERATIONSPARTNER	Westsächsische Hochschule; Sparkasse; IHK Chemnitz (Regionalkammer Zwickau); BIC Zwickau
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE	(3) TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION FÖRDERN UND NETZWERKARBEIT AUSBAUEN (2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

AKKUMULATORENCAMPUS

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	<p>Neue Batterietechnologien sind eine wesentliche Säule bei der Realisierung moderner Mobilitätskonzepte. Am Standort Zwickau gibt es ein hohes Potenzial an Know-how im Bereich Batterieherstellung und Forschung/Entwicklung (Hochschule, Unternehmen u. dgl.) – leider jedoch noch zu wenig bekannt.</p> <p>Im ersten Schritt sind alle beteiligten Akteure zusammenzuführen, um den Status quo sowie die strategischen Entwicklungsziele zu bestimmen. Von besonderer Bedeutung ist hierbei die Positionierung der einzelnen Partner innerhalb der Wertschöpfungskette „neue Batterietechnologien und deren Anwendung“. Dabei sind noch vorhandene „weiße Flecken“ in der themenbezogenen FuE-Landschaft zu identifizieren.</p> <p>Die Wirtschaftsförderung Zwickau tritt hier als Initiator und Kümmerer auf.</p> <p>Zwickau sollte sich in diesem Zusammenhang als Standort dieser Zukunftstechnologie präsentieren und weiter entwickeln.</p> <p>Das Know-how sollte in Form eines Netzwerkes bzw. „virtuellen Campus“ sichtbar gemacht und verknüpft werden.</p>
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	10.000 EUR/Jahr
KOOPERATIONSPARTNER	Unternehmen (Batteriehersteller und Anwender); Institute; Forschungs- und Entwicklungsbereiche; WHZ; weitere sächsische Hochschulen und Universitäten
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(3) TECHNOLOGIE, GRÜNDUNG & INNOVATION FÖRDERN UND NETZWERKARBEIT AUSBAUEN!

**UMSETZUNG HANDLUNGS- UND GEWERBEFLÄCHENKONZEPT/
SONDIERUNG INDUSTRIE- UND GEWERBEFLÄCHEN STADT ZWICKAU
(FLÄCHENMONITORING, GEWERBEFLÄCHENSICHERUNG UND -ENTWICK-
LUNG, BRACHFLÄCHENREVITALISIERUNG)**

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Die Flächensicherung beinhaltet standortbezogene Maßnahmen zur Flächenaktivierung und -vermarktung. Im Rahmen einer Flächenbevorratung sollte die Stadt auch die Möglichkeit haben, eigenständig Flächen zu entwickeln. Die Revitalisierung brachgefallener vormals gewerblich oder industriell genutzter Bausubstanz und Flächen stellt einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen städtischen Entwicklung und zur Beseitigung städtebaulicher Missstände dar. Neben der laufenden Unterstützung und Begleitung von Maßnahmen im Bereich Flächenrecycling sollten zwei bis drei Modellprojekte (Gewerbebrache, Umwidmung oder Revitalisierung Einzelhandel und/oder Büroflächen) durchgeführt werden. Diese sollten so ausgewählt und durchgeführt werden, dass sie als umsetzungsfähige Beispiele für andere Vorhaben fungieren können (Best Practices).
BEARBEITUNGSSTAND	Konzepte vorliegend
KOSTENSCHÄTZUNG	2 Mio. EUR/Jahr (inkl. Grundstückskosten; ggf. Aufstockung bei förderfähigen Maßnahmen durch Fördermittel)
KOOPERATIONSPARTNER	Liegenschafts- und Hochbauamt; Stadtplanungsamt; Umweltbüro; Amt für Bauordnung und Denkmalpflege; Tiefbauamt; Garten- und Friedhofsamt; Behörden des Landkreises; Fördermittelgeber (Ministerien, SAB, LDS)
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(5) STRATEGISCHES FLÄCHENMANAGEMENT UND ENTWICKLUNG NEUER KOMMUNALER INDUSTRIE- UND GEWERBEGBiete

UMSETZUNG WILLKOMMENSKONZEPT (ORTSEINGANGSSCHILDER)

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Bezugnehmend auf einen Antrag des Stadtrates wurde das Büro für Wirtschaftsförderung Ende 2013 beauftragt, eine Konzeption für die Gestaltung von stark frequentierten Orts-eingangsbereichen Zwickaus vorzulegen. Unter Leitung des Büros für Wirtschaftsförderung haben daraufhin 2014 mit den fachlich davon berührten Fachämtern und extern davon betroffenen Einrichtungen gemeinsame Abstimmungen zu dieser Thematik stattgefunden. Eine Agentur wurde mit der Erarbeitung entsprechender Entwürfe beauftragt. Diese wurden im Rahmen einer Informationsvorlage dem Stadtrat zu Beginn des II. Quartals 2014 vorgelegt.
BEARBEITUNGSSTAND	Konzept vorliegend, im Jahr 2017 beginnend soll das Konzept nun in Vorbereitung des 900-jährigen Stadtjubiläums von Zwickau im Jahr 2018 zur Realisierung gelangen.
KOSTENSCHÄTZUNG	130.000 EUR
KOOPERATIONSPARTNER	Agentur; Tiefbauamt; Stabsstelle Stadtentwicklung; Kulturamt
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

FACHKRÄFTERÜCKGEWINNUNG: RÜCKKEHRERBÖRSE

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Gerade Berufspendler und Zwickauer, die derzeit in anderen Bundesländern arbeiten, rücken angesichts der steigenden Fachkräftenachfrage immer stärker in den Fokus vieler Unternehmen in Zwickau und der Region. Beginnend zwischen den Jahren 2017/2018 sollte einmal jährlich eine Rückkehrerbörse durchgeführt werden, auf der lokal und regional ansässige Unternehmen um Rückkehrer werben können. Die Börse ist regional und überregional zu bewerben und muss terminlich so gelegt werden, dass viele ehemalige Zwickauer erreicht werden (z. B. in der Weihnachtszeit).
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	35.000 EUR Rückkehrerbörse (ausstellende Unternehmen könnten sich finanziell beteiligen; ggf. Fördermittel i. R. der Fachkräfteallianz)
KOOPERATIONSPARTNER	IHK; Handwerkskammer; Unternehmen; Agentur für Arbeit; Jobcenter
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE	(1) SICHERSTELLUNG DES QUANTITATIVEN UND QUALITATIVEN ARBEITSKRÄFTEBEDARFS ALS GRUNDLAGE DER ZUKUNFTSFÄHIGKEIT ALS WIRTSCHAFTSSTANDORT (6) INTEGRIERTES STANDORTMARKETING ENTWICKELN UND UMSETZEN

VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF: BETRIEBSKINDERGÄRTEN UND NOTFALLPROGRAMM FAMILIE

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Zur Stärkung des Arbeitsmarktes und der Erhöhung der Erwerbsbeteiligung sollte die Wirtschaft für die Vorteile einer familienfreundlichen Unternehmenskultur sensibilisiert werden. Dazu gehören z. B. die Errichtung von Betriebskindergärten bzw. Kinderbetreuungsangeboten in Industrie- und Gewerbegebieten. Ein innovatives Konzept könnte das „Notfallprogramm Familie“ darstellen. Hierzu könnte unter Initiative der Wirtschaftsförderung ein Verein gegründet werden, dem Unternehmen angehören, die an dem Programm partizipieren wollen. Das Programm sieht vor, Familien oder Alleinerziehende durch mobile und flexible Betreuung im Notfall (Krankheit des Kindes oder eines zu betreuenden Elternteils) zu unterstützen. Dadurch würde die Arbeitskraft für das Unternehmen für den entsprechenden Zeitraum erhalten bleiben. Das Notfallprogramm wurde in vielen anderen Städten und Regionen bereits erfolgreich etabliert. Es finanziert sich z. T. durch finanzielle Mittel der partizipierenden Unternehmen.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	Förderung? Unternehmen leisten finanzielle Beiträge
KOOPERATIONSPARTNER	Amt für Schule; Soziales und Sport; Landratsamt Zwickau – Amt für Soziales; Unternehmen
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(1) SICHERSTELLUNG DES QUANTITATIVEN UND QUALITATIVEN ARBEITSKRÄFTEBEDARFS ALS GRUNDLAGE DER ZUKUNFTSFÄHIGKEIT ALS WIRTSCHAFTSSTANDORT

REALISIERUNG JUGENDHERBERGE / HOSTEL

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Für die Realisierung einer Jugendherberge/eines Hostels bestehen bereits konzeptionelle Überlegungen, allein die Umsetzung blieb bisher aus. Wichtig wäre es, potenzielle Projektentwickler und Investoren mit dem spezifischen Konzept, welches auch die Wirtschaftlichkeit im laufenden Betrieb darstellen sollte, anzusprechen. In Frage kommende Fördermöglichkeiten sind zu eruieren.
BEARBEITUNGSSTAND	Konzept vorhanden, evtl. um Aussagen hinsichtlich der modellhaften Wirtschaftlichkeit ergänzen
KOSTENSCHÄTZUNG	6.000 EUR
KOOPERATIONSPARTNER	Deutsches Jugendherbergswerk; Fördermittelgeber (Ministerien, SAB, LDS)
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

BREITBANDAUSBAU ZUKUNFTSORIENTIERT UND FLÄCHENDECKEND UND WEITERER AUSBAU DER WLAN HOTSPOTS

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	<p>Unumstritten ist eine flächendeckende leistungsfähige und schnelle Breitbandinternetversorgung ein unverzichtbarer Standortfaktor für attraktive Wohn-, Arbeits- und Lebensbedingungen. Das Büro für Wirtschaftsförderung sieht daher u. a. seine Aufgabe darin, alle Aktivitäten zu befördern, dieses flächendeckend auch in Zwickau sicherzustellen. Für den Ausbau der Internetverbindungen zuständig ist in Zwickau wie in Deutschland generell der Markt (also alle Anbieter). Die Kommunen können bei Feststellung von Marktversagen mit Fördergeldern versuchen, das Marktversagen zu beheben, indem Internetanbietern Zuschüsse für einen Ausbau zur Verfügung gestellt werden (Eingriff in den Markt unter vielfältigen zu beachtenden Auflagen). Das Engagement der öffentlichen Hand ist jedoch freiwillig und an einen langen Förderprozess (Analyse Fördervoraussetzungen, Ausschreibungsverfahren etc.) geknüpft.</p> <p>Das Büro für Wirtschaftsförderung hat die Beantragung von Fördermitteln für den flächendeckenden Breitbandausbau im Rahmen des Bundesförderprogramms initiiert, durchgeführt und begleitet das weitere Verfahren und den Ausbau.</p> <p>Bisher gibt es drei kostenlose W-LAN Hotspots in der Stadt, im Sinne des Stadtmarketings und des Tourismus sollten weitere hinzukommen.</p>
BEARBEITUNGSSTAND	Fördermittel beantragt
KOSTENSCHÄTZUNG	<p>Breitband: 6,5 Mio. EUR (bei Förderfähigkeit reduzieren sich Kosten um ca. 90 %)</p> <p>WLAN: 10.000 EUR/Jahr für weiteren WLAN-Ausbau</p>
KOOPERATIONSPARTNER	Beratungsunternehmen; Telekommunikationsunternehmen; Fördermittelgeber (Bund, Land)
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

BÜROMARKTBERICHT ZWICKAU

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Zwickau ist neben einem starken Industriestandort auch ein ausgewiesener Dienstleistungsstandort und bietet entsprechende Möglichkeiten für Projektentwickler und Investoren. Der Büroflächenmarkt Zwickau ist aber wenig transparent. Wichtige Marktdaten fehlen. Ziel des Projektes ist es, zunächst eine Bestandserhebung zum Büroflächenmarkt Zwickau durchzuführen und das Vermietungs- und Entwicklungsgeschehen in regelmäßig wiederkehrenden Abständen in einem Büromarktbericht Zwickau darzustellen. Der Büromarktbericht sollte der Presse vorgestellt und auf Messen verteilt werden.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	25.000 EUR Ersterfassung 8.000 EUR periodische Aktualisierung Büromarktbericht
KOOPERATIONSPARTNER	
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

REGIONALES ENTWICKLUNGSKONZEPT WIRTSCHAFT

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Die Automobilindustrie ist die prägende Industriebranche in der Wirtschaftsregion Zwickau und mit zahlreichen Zulieferern u. a. in der Region Zwickau stark verflochten. In diesem Zusammenhang sollten im Rahmen eines regionalen Entwicklungskonzepts Wirtschaft die Entwicklungspotenziale der Branche mit ihren weit verzweigten Verflechtungen analysiert und bewertet werden. Darauf aufbauend sollten Handlungsmaßnahmen und Projekte zur Sichtbarmachung und Fortentwicklung eines regionalen „Clusters Automotive“ entwickelt und umgesetzt werden. Das Projekt wäre eine sinnvolle Ergänzung zu einem Kompetenzzentrum Automotive.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	60.000 EUR (bei Förderfähigkeit über GRW Infra reduzieren sich Kosten um ca. 80 %)
KOOPERATIONSPARTNER	Städte im Zwickauer Umland (z.B. Glauchau, Crimmitschau, Meerane, Werdau, Hohenstein-Ernstthal); IHK
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

AUTOMOBILKONFERENZ

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Die Messe ZWIK Zwickau ist eine Karriere- und Firmenkontaktmesse für Studenten und Absolventen. Mehr als 150 Unternehmen bieten auf der ZWIK den Professionals und Absolventen Informationen zu Karriereplanung, Berufseinstieg und Traineeprogrammen. Im Rahmen der Messe finden zahlreiche Unternehmenspräsentationen und Vortagsreihen statt. Um den Automobilstandort Zwickau zu stärken und die Fachkräftesituation zu verbessern, sollte am Vorabend der ZWIK eine öffentlichkeitswirksame Automobilkonferenz stattfinden. Das Projekt ist eng verbunden mit dem Projektvorschlag Kompetenzzentrum Automotive.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	12.000 EUR/Jahr
KOOPERATIONSPARTNER	WHZ; IPLACON; Unternehmen
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE ZIELE	(1) SICHERSTELLUNG DES QUANTITATIVEN UND QUALITATIVEN ARBEITSKRÄFTEBEDARFS ALS GRUNDLAGE DER ZUKUNFTSFÄHIGKEIT ALS WIRTSCHAFTSSTANDORT (2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMS- BRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

FORTSCHREIBUNG/AKTUALISIERUNG EINZELHANDELS- UND ZENTREN-KONZEPT STADT ZWICKAU

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2010 bedarf aufgrund der sich vollzogenen Entwicklungen einer dringenden Aktualisierung/Fortschreibung.
BEARBEITUNGSSTAND	Aktualisierung
KOSTENSCHÄTZUNG	30.000 EUR
KOOPERATIONSPARTNER	IHK; Handelsverband
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

MODULARER BAUKASTEN UNTERNEHMENSNACHFOLGE

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	<p>Laut Erkenntnissen des BVMW werden in den kommenden Jahren bundesweit etwa 400.000 mittelständische Unternehmen einen Stabswechsel erleben. Rund fünf Millionen Arbeitsplätze sind davon betroffen. Wegen fehlender Führungskräfte droht der mittelständischen Wirtschaft die Schließung von Unternehmen. Zahlreiche Betriebe mussten bereits aus Altersgründen trotz aller Bemühungen um eine Nachfolgeregelung ihre Tätigkeit einstellen. In den kommenden Jahren wird bei ca. einem Drittel aller Unternehmen ein Führungswechsel anstehen. Mit dieser hohen Zahl ist ein wachsender Bedarf an familienexternen Nachfolgelösungen verbunden – eine große Herausforderung für die regionale Wirtschaftsstruktur. Eine Firmenübergabe ist einerseits ein langwieriger Prozess und außerdem ein sehr sensibles Thema. Genau hier soll das Projekt Unternehmensnachfolge ansetzen.</p> <p>Das Projekt beinhaltet in Form verschiedenster Bausteine ein innovatives und kostenfreies Angebot für die Unternehmen der Region. Unternehmen und Nachfolger sollen u. a. miteinander in Kontakt treten. Anschließend folgen erste Sondierungsgespräche. In der Übergabephase erhalten die Beteiligten kontinuierliche und praxisnahe Unterstützung. Im Rahmen eines Coachings soll die Auseinandersetzung mit der Darstellung und Bewertung des Unternehmens erfolgen und Kenntnisse über die Voraussetzungen der Finanzierung vermittelt werden. Die notwendigen Kenntnisse sind in themenbezogenen Workshops und Veranstaltungen zu vermitteln.</p> <p>Geplant ist u. a. die Entwicklung verschiedenster Beratungsmodule zu betriebswirtschaftlichen, zivilrechtlichen und steuerrechtlichen Aspekten.</p> <p>Die Wirtschaftsförderung fungiert als aktiver Partner.</p>
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	10.000 EUR
KOOPERATIONSPARTNER	Intensivierung/Qualifizierung der bestehenden Netzwerkarbeit (IHK u. a.); WHZ; BVMW; Sparkasse
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(2) DIVERSIFIZIERUNG DER WIRTSCHAFTSSTRUKTUR, UNTERSTÜTZUNG FÜR ZUKUNFTS- UND WACHSTUMSBRANCHEN UND INTENSIVIERUNG UND AUSBAU DER BESTANDSPFLEGE

STANDORT- UND IMAGEKAMPAGNE WIRTSCHAFTSSTANDORT ZWICKAU

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Mit der neu zu erstellenden Imagebroschüre als auch weiteren Stadt- und Standortmarketingmaterialien ist offensiv regional und überregional für den Wirtschaftsstandort Akquise und Standortwerbung zu betreiben. Hierbei sind die verschiedenartigsten medialen Möglichkeiten zu nutzen und zu bedienen.
BEARBEITUNGSSTAND	Neu, z. T. Qualifizierung und Intensivierung der teilweise bereits schon bestehenden bzw. gestarteten Aktivitäten
KOSTENSCHÄTZUNG	100.000 EUR
KOOPERATIONSPARTNER	Agentur; Pressebüro; IHK
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

PRESSEREISE INTERNATIONALER JOURNALISTEN (I. R. DES PROJEKTES „WACHSTUM DURCH INTERNATIONALISIERUNG“)

KURZBESCHREIBUNG PROJEKTZIEL	Es geht darum, die Partnerstädte der Europäischen Metropolregion Mitteldeutschland Zwickau e. V. national und international als erfolgreiche Wirtschaftsstandorte bekannt zu machen und aktiv zu bewerben. Hierzu sind verschiedenste Marketingaktivitäten zu installieren – u. a. auch die Durchführung von Pressereisen internationaler Journalisten. Die Wirtschaftsförderung fingiert hierbei als verantwortlicher Partner für die Organisation einer derartigen Pressereise zum Wirtschaftsstandort Zwickau. Die Pressereise ist entsprechend medial zu bewerben.
BEARBEITUNGSSTAND	neu
KOSTENSCHÄTZUNG	4.000 EUR pro Teilnehmer (ohne Sponsoring)
KOOPERATIONSPARTNER	Europäische Metropolregion Mitteldeutschland e. V.; IHK; Stadt Leipzig
WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHES ZIEL	(4) STADTMARKETING BREIT AUFSTELLEN UND MIT STANDORTMARKETING VERNETZEN! – WIR-GEFÜHL STÄRKEN

QUELLENVERZEICHNIS

Fraunhofer-Institut für Produktionstechnik und Automatisierung IPA/Industrie- und Handelskammern Rhein-Neckar, Pfalz und Darmstadt Rhein Main Neckar (HRSG.) (2015): Industrie 4.0 – Chancen und Perspektiven für Unternehmen der Metropolregion Rhein-Neckar.

Gutachterausschuss für Grundstückswerte im Landkreis Zwickau (2015): Sonderauskunft zu Gewerbeblächenumsätzen und -kauffällen.

Kraftfahrtbundesamt (2016): Fahrzeugzulassungen (FZ). Bestand an Kraftfahrzeugen und Kraftfahrzeuganhängern am 1. Januar 2016 nach Zulassungsbezirken, Flensburg.

NIW/ISI/ZEW (2010): Listen wissens- und technologieintensiver Wirtschaftszweige. Zwischenbericht zu den NIW/ISI/ZEW-Listen 2010/2011, Studien zum deutschen Innovationssystem 19-2010, Berlin.

NIW/ISI/ZEW (2012): Neuabgrenzung forschungsintensiver Industrien und Güter. NIW/ISI/ZEW-Listen 2012, Studien zum deutschen Innovationssystem 8-2013, Berlin.

Stadtverwaltung Zwickau (2016): Statistische Information, http://www.zwickau.de/de/politik/verwaltung/aemter/dezernat1/einwohnerstandesamt/sg_wahlen/dienstleistungen/26statistik.php.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2016): Sonderauswertungen zur Arbeitsmarktstatistik.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2016): Regionaldatenbank Deutschland, <https://www.regionalstatistik.de/>.

Statistisches Bundesamt (2016): GENESIS-Online Datenbank, <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>.

Statistisches Bundesamt/Arbeitsgruppe Erneuerbare Energien-Statistik (AGEE-Stat)/Arbeitsgemeinschaft Energiebilanzen (AGEB) (2016): <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/Energie/Erzeugung/Tabellen/ErneuerbareEnergie.html>.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Herstellung und Redaktion) (2016): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder.

Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen (2016): diverse Publikationen, <https://www.statistik.sachsen.de/>.

Tourist Information Zwickau (2016): <http://www.zwickautourist.de/de/shopping.php>.

Wikimedia Commons (André Karwath aka Aka) (2005): https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/01/Zwickau_Hauptmarkt_Panorama.jpg/800px-Zwickau_Hauptmarkt_Panorama.jpg.