

Regionales Entwicklungskonzept Oberallgäu

2. Treffen der Arbeitsgruppe 1 *„Infrastrukturelle und gewerbliche Entwicklung“*

Ein Regionales Entwicklungskonzept (REK)
für das Oberallgäu



18. April 2007

Hotel Krone, Immenstadt-Stein

Einführung

Schwerpunkt des heutigen Treffens

- Gewerbliche Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung unter Berücksichtigung der Aktivitäten von Seiten Kommunen und Landkreis (kommunale Wirtschaftsförderung, Clusteransätze etc.).

Ablauf

Beginn: 9:00 Uhr

- Begrüßung und Einführung
- Überblick über die gewerbliche Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung im Landkreis
 - von Seiten Landratsamt
 - von kommunaler Seite
 - Anforderungen aus Unternehmersicht
- Gruppenarbeit 1: Stand der gewerblichen Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung (Stärken-Schwächen-Analyse)
- Gruppenarbeit 2: Ableitung von Handlungserfordernissen, Zielen und Ideen
- Ausblick 3. Treffen

Ende: 12.30 Uhr

Überblick von Seiten Landratsamt

Frau Wegener

Überblick Wirtschaftsförderung im Landkreis Oberallgäu

Allgemeine Aktivitäten der Wirtschaftsförderung

- **Schwerpunkt Tourismusförderung**
 - ⇒ hohe Bedeutung des Tourismus als wirtschaftliches Standbein der Region:
 - ⇒ mit ca. 8 Mio. Übernachtungen jährlich gehört der Landkreis Oberallgäu zu den tourismusintensiven Regionen im Alpenraum.
 - ⇒ mit 14% Beitrag zum regionalen Volkseinkommen ist der Landkreis Oberallgäu wirtschaftlich überdurchschnittlich vom Tourismus abhängig (Studie dwif, 1999)
 - ⇒ Die Wirtschaftsförderung des Landkreises konzentriert sich daher auf die Unterstützung von touristischen Projekten.
- **Standortmarketing (allgäuweit über Allgäu-Initiative)**
- **Gewerbeflächendatenbank**
- **Existenzgründungsberatung**

Überblick Wirtschaftsförderung im Landkreis Oberallgäu

Regionales Entwicklungskonzept für das Oberallgäu
2. Sitzung der Arbeitsgruppe 1 am 18.04.2007

Unternehmensansiedlung / Gewerbeflächenpolitik

- **Gewerbeflächendatenbank (Gewerbeflächenpolitik ist Aufgabe der Gemeinde)**
- **Weiterleitung von Standortanfragen (über IHK oder Unternehmen direkt) an Gemeinden**
- **Vermittlung von Kontakten zu Gemeinden**
- **Herstellung von Kontakten zu Behörden**

Überblick Wirtschaftsförderung im Landkreis Oberallgäu

Beratungsangebot für Existenzgründer

- **Eigene Beratung der Abt. Wirtschaftsförderung**
- **IHK-Gründertage**
- **Zusammenarbeit mit**
 - ⇒ Aktivsenioren (monatliche Sprechtag)
 - ⇒ Frau + Beruf (Beratung für Existenzgründerinnen und Wiedereinsteigerinnen)
 - ⇒ Agentur für Arbeit
 - ⇒ ARGE ALG II



Anforderungen aus Unternehmersicht

Herr Abele

Anforderungen zur Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung aus Unternehmersicht

Wie kann man Dienstleistungs-Startups in der Region fördern und den Dienstleistungsbereich dauerhaft in der Region halten?

- Zugang zum Markt verbessern
- Verkehrs-Infrastruktur weiter verbessern (Anbindung an Metropolen)
- Frühe Kompetenz-Netzwerke schaffen und fördern z.B. Hochschulen und bestehende Betriebe (Plattform?)
- Startup-Programm für Absolventen aus der Region
Gibt es überhaupt eine Anlaufstelle, z.B. für FH-Absolventen, welche sich in der Region selbständig machen wollen?

Andreas Abele / Abele Informatik - Systemhaus

Anforderungen zur Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung aus Unternehmersicht

Wie kann man Dienstleistungs-Startups in der Region fördern und den Dienstleistungsbereich dauerhaft in der Region halten?

- Verbessern der Kommunikations-Strukturen:

Breitbandnetze mit schnellem Zugang sind heute für jedes Unternehmen eine unabdingbare Voraussetzung für Zugang zum ~ und Bestand am Markt!

Im Oberallgäu gibt es hier noch starke Defizite!
(Manche Gebiete sind „Breitband-Diaspora“)

Wir leben in einer Informationsgesellschaft in der ein Zugang zur globalisierten Welt fast so wichtig ist, wie der Wasseranschluss

Infrastrukturelle und gewerbliche Entwicklung

Anforderungen zur Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung aus Unternehmersicht

Wie kann man Dienstleistungs-Startups in der Region fördern und den Dienstleistungsbereich dauerhaft in der Region halten?

- Die Region „Allgäu“ muss mehr „gebrandet“ werden

Positiver Seiteneffekt:

Der Gedanke an eine schöne Landschaft,
Menschen mit Tradition und Spitzfindigkeit
(schwäbisch-allgäurisch „Mächeler“)

erzeugt durchaus einen Qualität-Vermutungs-Effekt ☺

Unterstützt auch die private Komponente, sich dauerhaft in der Region zu engagieren

Andreas Abele / Abele Informatik - Systemhaus

Infrastrukturelle und gewerbliche Entwicklung

Zusammenfassung Inputs (1)

I Aktivitäten Allgäu-Initiative

- Themaabstimmung infrastruktur-entwicklung
(Verkehrsinfrastruktur)
- Standortmarketing
 - ↳ Schwerpunkt: Unterstützung der UN in der Region
 - ↳ Verhältnis Tourismus- und Wirtschaftsförderung?

⇒ Wo kommt LAG ins Spiel?

II Aktivitäten Landratsamt

- Schwerpunkt Tourismusförderung
- SO-Marketing → Allgäu-init.
- Gewerbeflächen-datenbank
+ Vermittlung
- Anlaufstelle für Existenzgründungen

Zusammenfassung Inputs (2)

III Aktivität Kommune

- Gewerbe- und Industrie- und Handwerksgebiet

- ↳ Bestandsentwicklung Schwerpunkt
- ↳ extreme Neuan siedlung (Ausnahme!)
- ⇒ gezielter Gewerbeausweisung in den
letzten Jahren → Verkehrstechnische
(kleinräumigere) Ausbildung
- ⇒ größere Gewerbe- und Industrie-
neuan siedlung im Lkr. Oa
unrealistisch

- wtl. "inter-kommunales Gewerbe-
gebiet Dietmannsried"
- ↳ ansonsten weitgehend unrealistisch

Fachliche Einführung

Herr Raab

REK Oberallgäu, AG 1 18.04.07

Grundlagen: Herausforderungen für ländlich geprägte Regionen

- **Veränderungen entwickeln aufgrund charakteristischer Strukturmerkmale ländlicher Gebiete spezifische Herausforderungen**

Beispiele:

- **Rückgang der landwirtschaftlichen Beschäftigung**
- **unterdurchschnittliche Beschäftigung im Dienstleistungssektor**
- **Arbeitsplatzverluste im Verarbeitenden Gewerbe**
- **Zunehmender Wettbewerb auch in ursprünglich regionalen Märkten**
- **Wachsende Konkurrenz im Tourismus**
- **Finanzierungsprobleme im Infrastrukturausbau**
- **Trend zur räumlichen Konzentration**

Andreas Raab, Josef Bühler

REK Oberallgäu, AG 1 18.04.07

Grundlagen: Aufgabenfelder kommunaler Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung

- **Standortmarketing, Profilbildung**
- Zielgruppen (Clusteransätze), Innovationsförderung
- **Beratungsleistungen, Qualifizierung, Existenzgründungsförd.**
- Intern Impulse setzen, Know-how-Transfer
- **Gewerbeflächenpolitik**
- Bestandssicherung, Neuansiedlung
- **Standortbezogene Infrastrukturpolitik**
- Rahmenbedingungen optimieren

Andreas Raab, Josef Bühler

Kernbefunde der kommunalen Wirtschaftsförderung Region Allgäu (NIW)

■ Personelle Ressourcen der kommunalen Wirtschaftsförderung nur schwach ausgeprägt

- Auf Ebene der Landkreise und kreisfreien Städte hat nur die Stadt Kempten einen „hauptamtlichen“ Wirtschaftsförderer (Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung). Ansonsten haben die Ansprechpartner für Wirtschaftsförderung in den vier Landratsämtern und kreisfreien Städten Memmingen und Kaufbeuren allesamt auch andere Funktionen und können Wirtschaftsförderung nicht als Hauptaufgabe betreiben.
- Enge Anbindung der kommunalen Wirtschaftsförderung an den Oberbürgermeister / Landrat ermöglicht dem Wirtschaftsförderungspersonal immerhin einen guten Zugriff auf die Ämter
- Auf Gemeindeebene nahezu keine hauptamtlichen Wirtschaftsförderer (Ausnahme: Stadt Sonthofen sowie Bludenz-Lindenberg WISTA Wirtschafts- und Standortentwicklungs GmbH). Wirtschaftsförderung wird sehr unterschiedlich wahrgenommen, größtenteils durch die Bürgermeister als Chefsache, teils stehen andere Funktionen (z.B. Tourismus) eindeutig im Vordergrund

■ Wirtschaftsförderung arbeitet folglich in erster Linie reaktiv (auf Anfrage)

■ Oftmals starker Schwerpunkt der kommunalen Wirtschaftsförderung im Tourismus

■ Kaum landkreisgrenzenübergreifende Aktivitäten der Wirtschaftsförderung im Allgäu

■ Keine Transparenz über die Kompetenzen und Kooperationsbedarfe der Unternehmen

- Allgäuer Unternehmen wissen oft nichts voneinander
- Auch die Akteure aus Politik und Verwaltung haben keine ausreichenden Einblicke in die regionalen Unternehmen
- Der kommunalen Wirtschaftsförderung fehlen z.T. die Grundlagen (Unternehmensdatenbanken, Kooperationsbedarfe der Unternehmen, Outsourcing-Potenziale, ...)

■ Gewerbeflächen

- Absehbare Engpässe in einzelnen Teilräumen, insbesondere bei absolut hochwertigen Flächen (z.B. im Landkreis Lindau)
- In der Vergangenheit teilweise Flächen ungenügender Qualität entwickelt, häufig keine räumliche Konzentration auf wenige, aber hochwertige Standorte
- Unzureichende Transparenz der Angebote und vor allem der Planungen
- Ungenügende Abstimmung innerhalb der Landkreise, keine Strategien zur langfristigen

■ Gemeinsames Standortmarketing: bisher nur vage erste Ansätze

- Bisher nur sehr wenige Aktivitäten zur gemeinsamen übergreifenden Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Allgäu (immerhin bestimmte gemeinsame teilräumliche Vermarktungsaktivitäten, z.B. von Ostallgäu und Kaufbeuren)

Quelle: Niedersächs. Institut für Wirtschaftsförderung, Neuorientierung der Wirtschaftsförderung im Allgäu, 2004

1. Gruppenarbeit: Stand der Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung

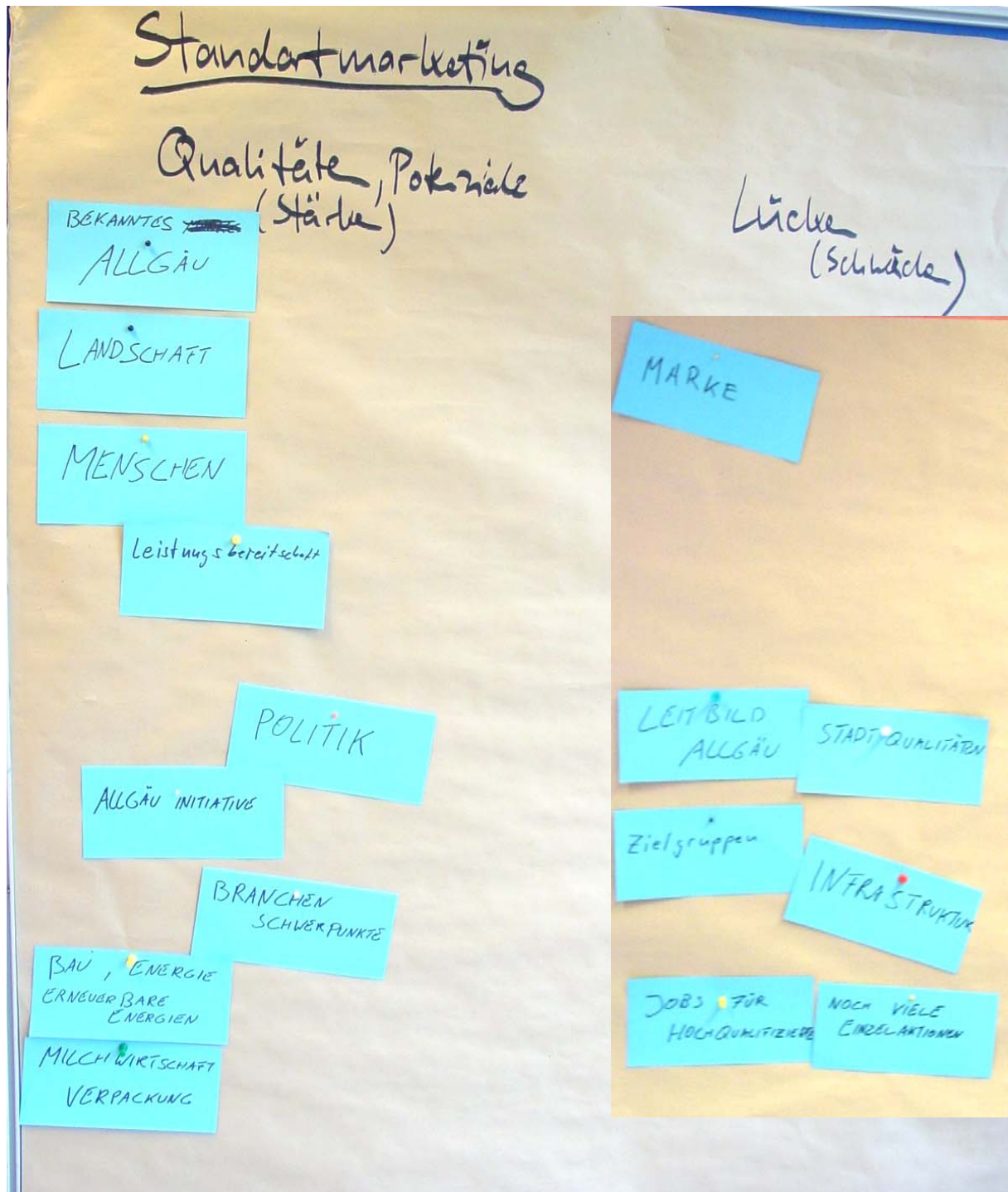
Wie ist man im Lkr. Oberallgäu hinsichtlich den Aktivitäten zur Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung aufgestellt?

- Wo liegen Qualitäten (Stärken)?
 - Wo zeichnen sich Lücken und Probleme (Schwächen) ab?
- *Berücksichtigung von Zuständigkeiten und Ressourcen auf den verschiedenen Ebenen!*

4 Gruppen

- Standortmarketing, Profilbildung
- Beratung, Qualifizierung und Existenzgründung
- Gewerbeflächenpolitik
- Standortbezogene Infrastrukturpolitik

Ergebnisse Gruppe Standortmarketing



Ergebnisse Gruppe Beratung, Qualifizierung

Bratung, Existenzgründung

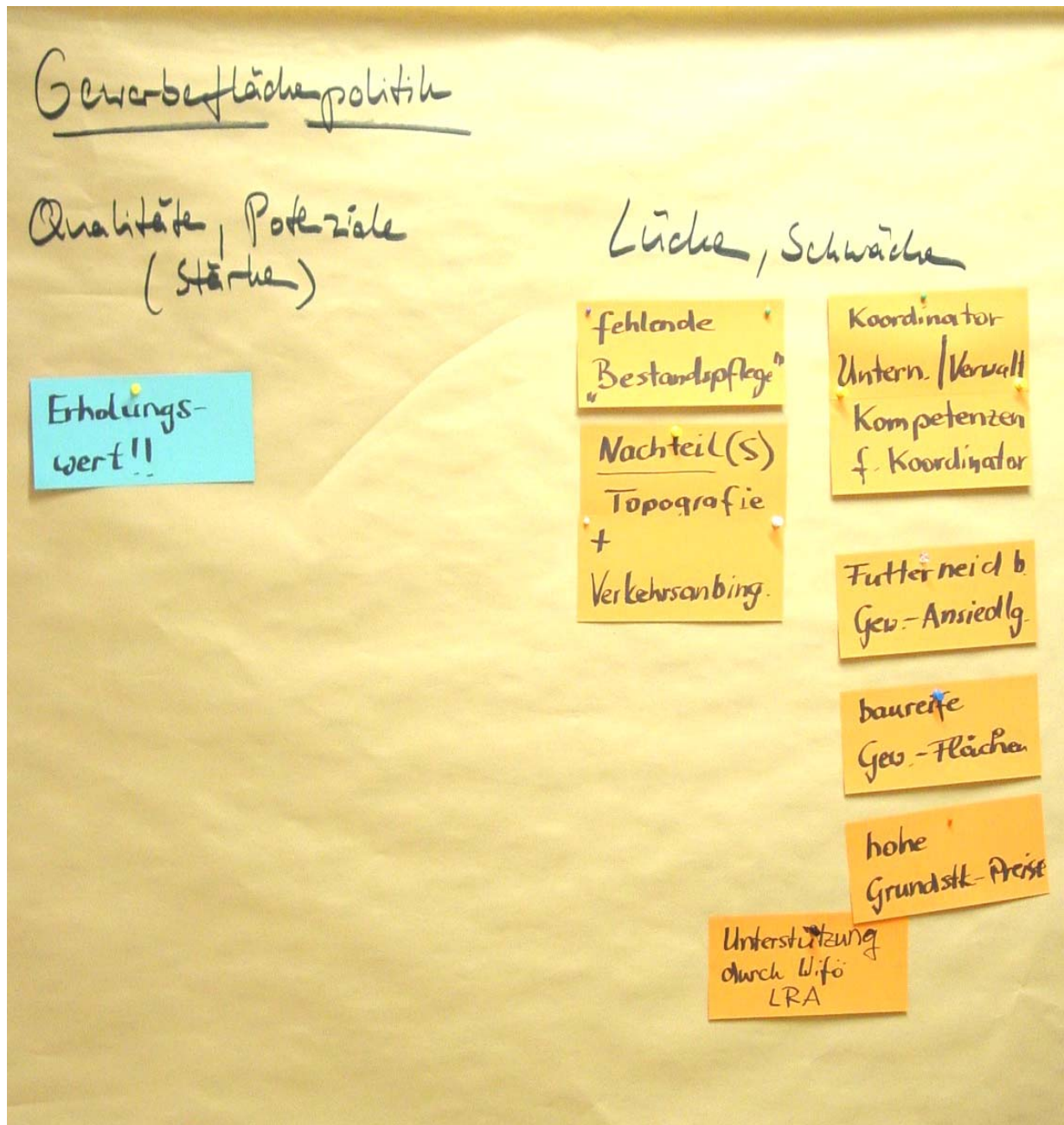
**Qualitäten, Potenziale
(Stärke)**

- FH hohe Anerkennung
- Gründerzentrum Kempten
- Kluge Köpfe "Allgauer"
- High-Tech-Umfeld im Bereich "Milch" (Verpackung) (F&E Nahrung)
- Komm. Struktur + Wirtschaft / Verbände

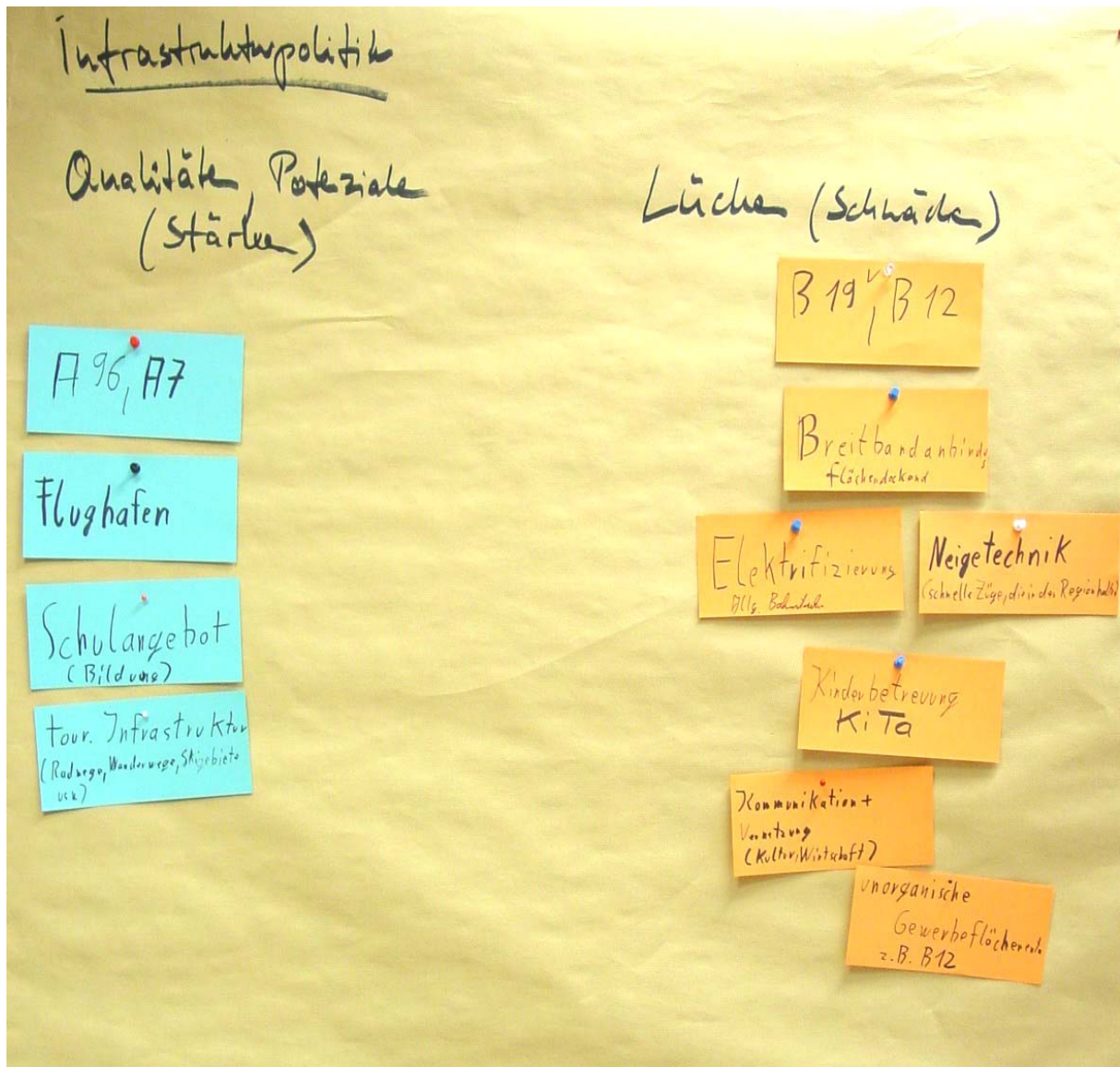
Schwäche, Lücke

- FH - Unternehmen Kommunikation
- Begriff "Allgäu" zu wenig mit Wirtschaft assoziiert
- Keine Proaktive ~~Förderung~~ "Startup"-Förderung
- Verbindung LA ↔ FH (Nicht-Tourismus-Bereiche)
- geht zu viel hinaus Holz/Milch/Logistik
- Wissen zu wenig voneinander
- "Prophet im eigenen Land" (Lack of awareness)
- FH von Wissen zur Praxis?
- Kontakte zu FH / Fachschulen in Isny
- Infrastrukturen für Kommunikation
- Existenzgr. LR zu wenig an Front Wirtschaft
- Fehlt funktion. Netzwerke?
- Wer macht was Strukturen bekannt?

Ergebnisse Gruppe Gewerbeflächenpolitik



Ergebnisse Gruppe *Infrastrukturpolitik*





Einführung zur 2. Gruppenarbeit

Herr Raab

Auszug Leitlinien Wirtschaftsförderung Landkreis

Leitlinien

Dies wollen wir erreichen, indem der Landkreis Oberallgäu zukünftig

- der aktiven Bestandverwertung und Nachverdichtung den Vorzug vor dem Verbrauch neuer Flächen gibt und diesbezüglich auf seine Kommunen einwirkt,
- bei erforderlichen Neuerschließungen auf eine an die Landschaft angepasste und für die Natur verträgliche Projektrealisierung achtet,
- bei neuen Gewerbestandorten interkommunalen Gewerbegebieten und Flächenpools den Vorzug gibt,
- die Kommunen bei der aktiven und professionellen Vermarktung ihrer Standortqualitäten und verfügbaren Flächen unterstützt,
- interkommunale Kooperationen bei der Wahrnehmung und Ausübung öffentlicher Aufgaben und damit eine stärkere Vernetzung fördert,
- sich weiterhin zu einem benutzerfreundlichen und zukunftsfähigen ÖPNV als wesentlichem Standortfaktor bekennt.

Leitlinien

Dies wollen wir für den Landkreis Oberallgäu zukünftig erreichen, indem wir

- den Standort Oberallgäu als Ganzes präsentieren, d.h. die Stärken als Wirtschaftsstandort ebenso wie als Tourismusregion für die Fläche des gesamten Oberallgäus aufbereiten und darstellen,
- den Lebens- und Wirtschaftsraum Oberallgäu systematisch und behutsam weiterentwickeln, ohne den aktuellen Bestand zu gefährden,
- der Vernetzung der Kompetenzen der regionalen Akteure einen besonderen Stellenwert geben,
- uns unserer guten Standortfaktoren bewusst werden und diese auch offensiv nach außen vertreten,
- bürokratische Hindernisse, die unsere Entwicklung gefährden, ermitteln und gezielt abbauen.

Quelle: Leitlinien Wirtschaftsförderung und Tourismusentwicklung Lkr. Oberallgäu, 2003

Auszug Strategien und Felder Allgäu-Studie (NIW)

- **Im Vordergrund stehen sollen die Entwicklungshemmnisse und Entwicklungspotenziale der wirtschaftlichen Aktivitäten, die im Wesentlichen Einkommen und Beschäftigungsstand bestimmen: Verarbeitendes Gewerbes sowie die überwiegend unternehmensbezogenen Dienstleistungen**
- **Wo liegen die Kernprobleme bzw. Chancen und Entwicklungspotenziale des Allgäu?**
 - Herausforderungen durch sich verändernde Rahmenbedingungen (wirtschaftlicher Strukturwandel, Globalisierung, Osterweiterung), erhebliche Anpassungserfordernisse insbesondere für den Mittelstand
 - Chancen u.a. durch Weiterentwicklung der Kompetenzfelder (vgl. Abschnitt 2.)
 - Wirtschaftsförderung vor diesem Hintergrund aber deutlich zu schwach ausgeprägt
 - Ressourcenausstattung / Kapazitäten der kommunalen Wirtschaftsförderung sehr eingeschränkt; nur reaktive Wirtschaftsförderung möglich; keine aktive systematische Bestandsentwicklung
 - Wirtschaftsförderungsakteure und -angebote bislang kaum bekannt
 - Geringe Transparenz (zwischenbetrieblich sowie zwischen kommunaler Wirtschaftsförderung und Unternehmen)
 - Nur sehr schwache Kooperationskultur (zwischenbetrieblich, interkommunal)
- **Empfehlung: Ausbau und Intensivierung der kommunalen Wirtschaftsförderung**

- **Grundphilosophie: Schnittstelle zwischen Wirtschaft und (wirtschaftsfreundlicher) Verwaltung; Dienstleistungs- bzw. Kundenorientierung und Flexibilität der Mitarbeiter**
- **Wirtschaftsförderung weiterhin als „Chefsache“ begreifen**
 - Zuordnung zum Oberbürgermeister / Landrat betont die Bedeutung der Wirtschaftsförderung
 - Sicherstellung des direkten Zugriff auf die Ämter (insbesondere bei Genehmigungen)
- **Zielgruppenorientierung ausbauen**
 - Ausrichtung auf sehr unterschiedliche unternehmerische Zielgruppen
 - Nicht nur Wahrnehmung der großen „Vorzeige-Betriebe“, sondern insbesondere auch der kleineren Unternehmen / Handwerksbetriebe als wichtige wirtschaftliche Basis des Allgäu (Bedarf bei kleineren Betrieben nach Wirtschaftsförderungsdienstleistungen deutlich höher)
- **Wirtschaftsförderer als aktiver, professioneller Kompetenzpartner in allen Unternehmensbelangen, Schnittstelle zur Verwaltung („one-stop-agency“)**
- **Ziel- und Strategieplanung etablieren**
- **Produktorientierung notwendig (Bündelung von Wirtschaftsförderungsdienstleistungen und -instrumenten als „Produkte“)**
- **Etablierung einer Erfolgskontrolle („Qualitätsmanagement“): tue ich das Richtige?, treffe ich die Bedürfnisse der Unternehmen (als Hauptzielgruppe)?**

Quelle: Niedersächs. Institut für Wirtschaftsförderung, Neuorientierung der Wirtschaftsförderung im Allgäu, 2004

2. Gruppenarbeit: Handlungserfordernisse, Ziele und Ideen

Welche zukünftigen Handlungserfordernisse sehen Sie in den jeweiligen Aufgabenfeldern? *Wo sind Interventionen notwendig?*

Welche Ziele lassen sich aus den Handlungserfordernissen ableiten?

Wo ergeben sich erste Projektideen für LEADER?

4 Gruppen

- Standortmarketing, Profilbildung
- Beratung, Qualifizierung und Existenzgründung
- Gewerbeflächenpolitik
- Standortbezogene Infrastrukturpolitik

Ergebnisse Gruppe Standortmarketing

Handlungserfordernisse	Ziele	Ideen/Projekte
MARKE ①	<p>LEITBILD ALLGÄU</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regionale Produkte - Tourismus - Wirtschaft/Handel - Kultur ... <p>Zielgruppen</p>	
INFRASTRUKTUR	<p>Verbesserung</p> <p>Positive Darstellung</p>	<p>Ausbau Bahn/Straße</p> <p>Kommunikation z.B. A1 / A17 ...</p>
JOBS FÜR HOCHQUALIFIZIERTE		<p>Untersuchung FH-Absänger (L29)</p>
NOCH VIELE EINZELAKTIONEN	<p>Zusätzliche Kooperation (A1 - A17 - L29S ...)</p>	<p>Zusammenarbeit Professoren (FH) (L29S)</p>
STADT QUALITÄTEN		

Ergebnisse Gruppe *Beratung, Qualifizierung*

<u>Beratung, Existenzgründung</u>		
Handlungs- erfordernisse	Ziele	Ideen, Projekte
① Kommunikation FH - Unternehmen UN - UN	Netzwerk	Weiterentwicklung / Ausbau Gründezentrum
④ Marke „Allgäu“ etablieren (im Hinblick auf Wirtschaft)	Wirtschaftsmarke (Label) „Allgäu“	
① Pro-Aktive „Start-up“-Förderung ↑ gute Leute in der Region halten	Koordinationsstelle	(online-) Plattform, Börse, Hochschultag Alumni, Patenschaft, Mentoring
* Ausbau Kommunikationsinfrastruktur	Breitbandnetze schaffen	
② Vernetzung von „Humanresources“		
③ Flexible, ergebnisorientierte Verwaltung begl. Existenzgründung	Dito	„Kümmerei“ (Anlaufstelle, Gemeinden) Stabsstelle

Ergebnisse Gruppe Gewerbeflächenpolitik

<u>Gewerbeflächenpolitik</u>	Handlungs- erfordernisse	Ziele	Ideen, Projekte
Bewußtsein für ① Wifo in den Kommunen schärfen (= mehr als Gewfl. entw.)	pers. Ressourcen + Kompetenzen z. V. stellen örtliche u. überörtlich	Info-VA mit positiven Bisp.	
Ausweisung v. ② Gewerbeflächen im Sidr. OA	intellektueller Gewfl.	Vernetzung von Unternehmen	
Nutzung von ③ Brachflächen u. Leerständen	Flächen z. Vermitteln	Mitnehmer- workshop	
		Kompetenzz- entren vgl. Sonja	

Ergebnisse Gruppe *Infrastrukturpolitik*

<u>Handlungsefordernisse</u>	<u>Ziele</u>	<u>Ideen / Projekte</u>
<p>Ausbau der Kommunikationstechnik im ländl. Raum (Breitband u. ähnliches)</p>	<p>Chancengleichheit mit Stadt und Ausland (international)</p>	<p>Allgäu-Initiative ITK, Kooperationskomm.</p>
<p>Bündelung aller Allgäuwerke Initiativen und Verbände (Tourismus, Wirtschaftsförderung ...)</p>	<p>einseitliche Zielsetzung und Vertretung Allg. Interessen nach außen</p>	<p>Stabsstelle Koordinationsstelle (Allg. Initiative)</p>



Teilnehmer

Vorname	Nachname	Firma / Institution
Andreas	Abele	Abele Informatik
Ethelbert	Babl	Amt für Landwirtschaft und Forsten Kempten
Nicole	Dietrich	Landratsamt Oberallgäu
Claude	Djodi	Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V.
Klaus	Fischer	IHK Schwaben
Heribert	Kammel	Markt Altusried
Anton	Klotz	Gemeinde Haldenwang
Gottfried	Mayrock	Landratsamt Oberallgäu - Abteilung 3 Natur und Verbraucher
Daniel	Metzler	Alpstein GmbH
Katja	Metzler	Diplomandin, LMU München
Thomas	Müller	Markt Oberstdorf
Hans-Peter	Rauch	Metzgerei Rauch GmbH
Reinhard	Reitzner	Landratsamt Oberallgäu
Edgar	Rölz	VG Hörnergruppe Gemeinde Fischen
Martin	Sambale	eza! Energie- und Umweltzentrum Allgäu
Herbert	Segger	Gemeinde Durach
Toni	Vogler	Regionaler Planungsverband Allgäu
Birgit	Wegner	Landratsamt Oberallgäu
Fritz	Weidlich	Wirtschaftsförderung Sonthofen GmbH
Irmgard	Weidmann	Theaterfreunde Altusried e.V.
Sabine	Weizenegger	Regionalentwicklung Altusried-Oberallgäu e.V.
Siegfried	Zengerle	Stadt Immenstadt

Moderation:

Andreas Raab
Josef Bühler