



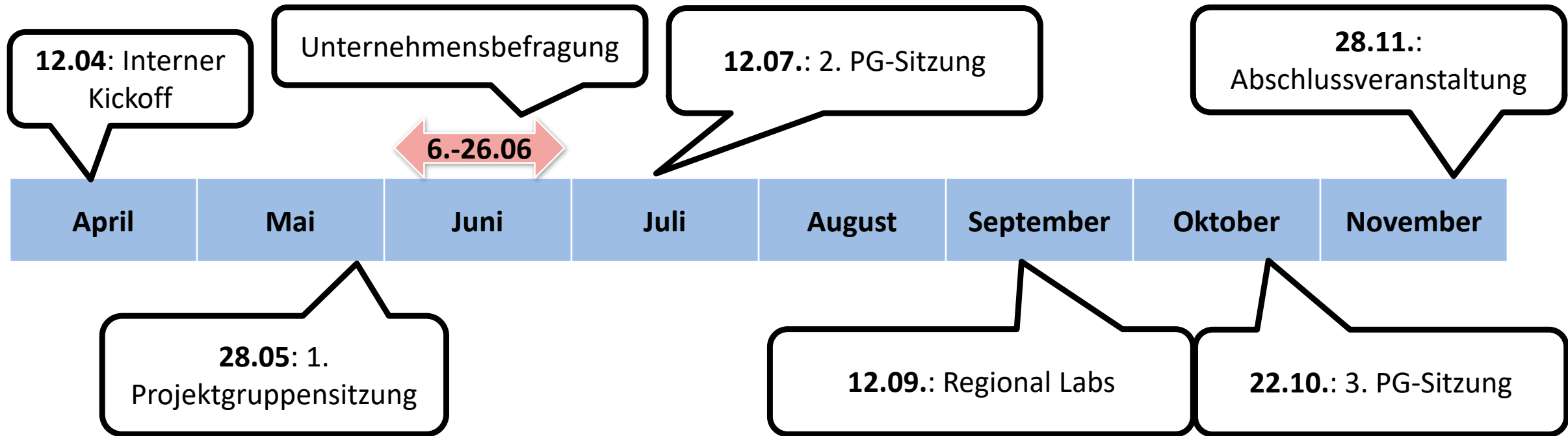
Zukunftsstrategie Wirtschaftsstandort Landkreis Böblingen

VFA, Dr. Sascha Meßmer, den 13.02.2019, Böblingen

Rahmendaten

- Begleitung durch die imakomm AKADEMIE GmbH, Auftrag im März 2018
- 12. April interner Kickoff
- 28. Mai 1. Projektgruppensitzung
- 28. November 2018 Abschlussveranstaltung
- Einbindung von Vertreter/innen der
 - kommunalen Verwaltung und Wirtschaftsförderung,
 - des Kreistags,
 - ansässigen Unternehmen,
 - wirtschaftsnahen Institutionen und Verbänden,
 - den Bereichen Tourismus, Bildung etc.

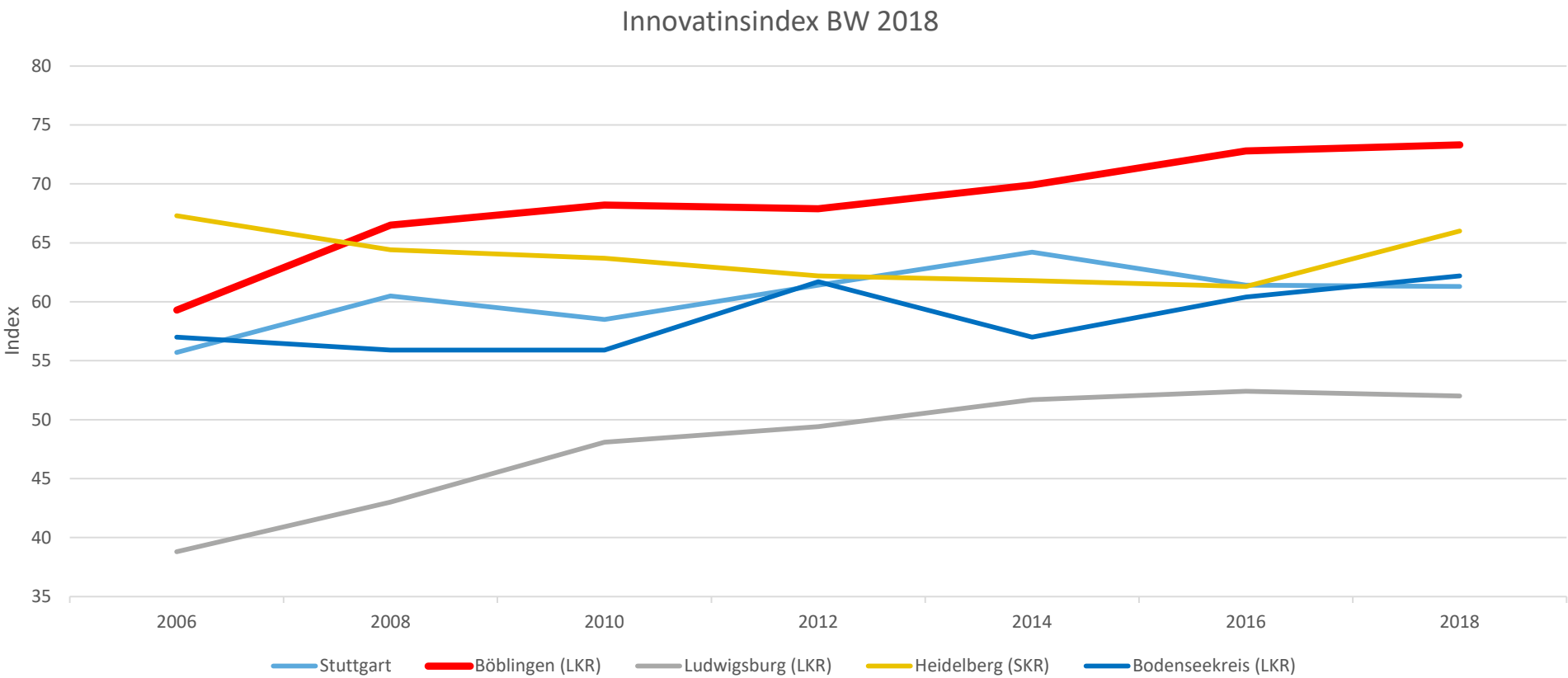
Prozess im Überblick



Übersicht Landkreis-Rankings

Studie	Platzierung Landkreis
Prognos 2016	4 (402)
Prognos 2013	5 (402)
Focus Money 2018	3 (375)
Focus Money 2017	1 (381)
Focus 2018	18 (401)
Focus 2015	17 (401)
Innovationsindex BW 2018	1 (44)
Innovationsindex BW 2016	1 (44)

Entwicklung des Innovationsindexes BW 2008-2018



Beteiligte Partner

- Sponsoring der Abschlussveranstaltung Kreissparkasse
- Regional Labs durch Herman Hollerith Zentrum mit ausgerichtet
- 40 Projektgruppenmitglieder: u.a. Kreistagsfraktionen, DGB, IHK, Kreishandwerker, Unternehmen, Wirtschaftsförderer, Vertreter aus Landratsamt, Kreisverband Gemeindetag
- Expertengespräche zu Gründung, Bildung, Digitalisierung, Kultur/Tourismus, HGVen und BDS, IHK, KHW, Unternehmen, Gemeinden

Methodik



Quelle: Imakomm AKADEMIE GmbH

Ergebnisse der Analyse

Grafik: Hauptsitz

Frage 2b: Ist der Hauptsitz Ihres Unternehmens im Landkreis Böblingen?	Stichprobe Befragung	
	Anzahl Nennungen	Prozent
Ja	224	96,1%
Nein	9	3,9%
Gesamt	233	100%

Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Grafik: Anzahl Mitarbeiter

Frage 3: Anzahl Mitarbeiter an Standort(en) im Landkreis Böblingen?	Stichprobe Befragung	
	Anzahl Nennungen	Prozent
Unter 10 Mitarbeiter	37	15,9%
10-29 Mitarbeiter	81	34,8%
30-49 Mitarbeiter	48	20,6%
50-99 Mitarbeiter	27	11,6%
100-249 Mitarbeiter	23	9,9%
250 Mitarbeiter und mehr	17	7,3%
Gesamt	233	100%

Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Grafik: Branche

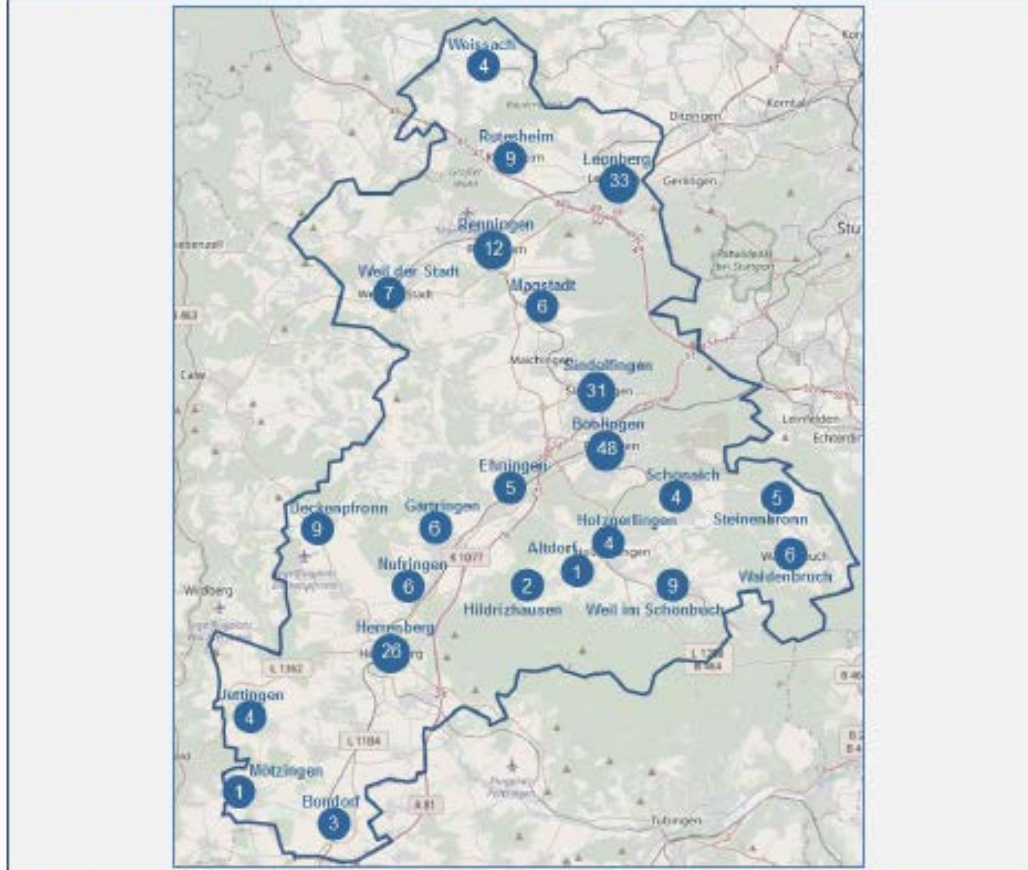
Frage 1: Bitte geben Sie die Branche Ihres Unternehmens an.	Stichprobe Befragung	
	Anzahl Nennungen	Prozent
Verarbeitendes Gewerbe	18,0%	42
Baugewerbe / Handwerk	7,7%	18
Sonst. Gewerbe / Industrie	2,6%	6
Einzel- und Großhandel	14,2%	33
Information / Kommunikation	8,6%	20
Sonst. Dienstleistungen	48,9%	114
Gesamt	100%	233

Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Unternehmensstandort

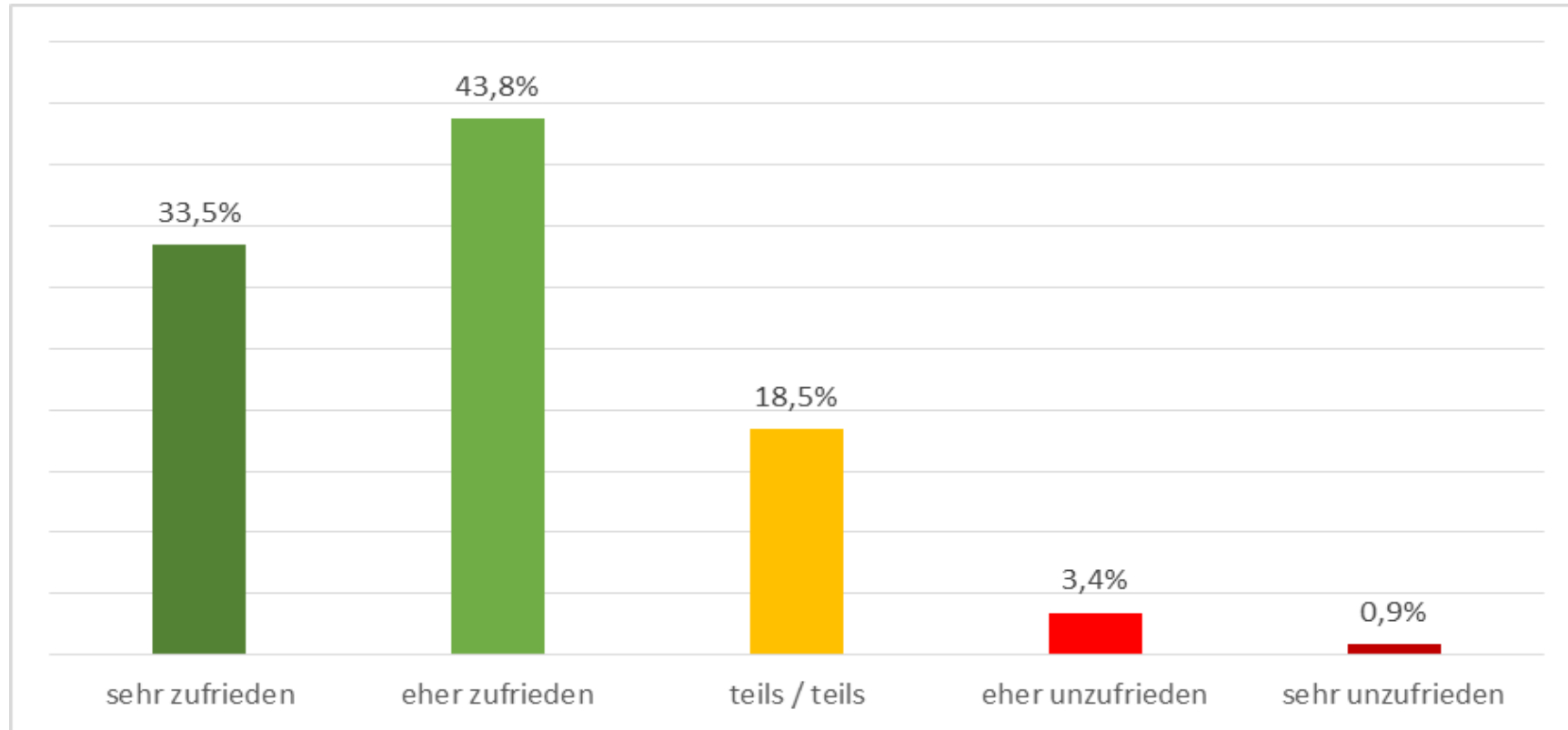
Grafik: Standort nach Kommunen

Frage 5: In welcher Kommune befindet sich Ihr Unternehmen? (nach Standort)



Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018, Kartengrundlage: openstreetmap

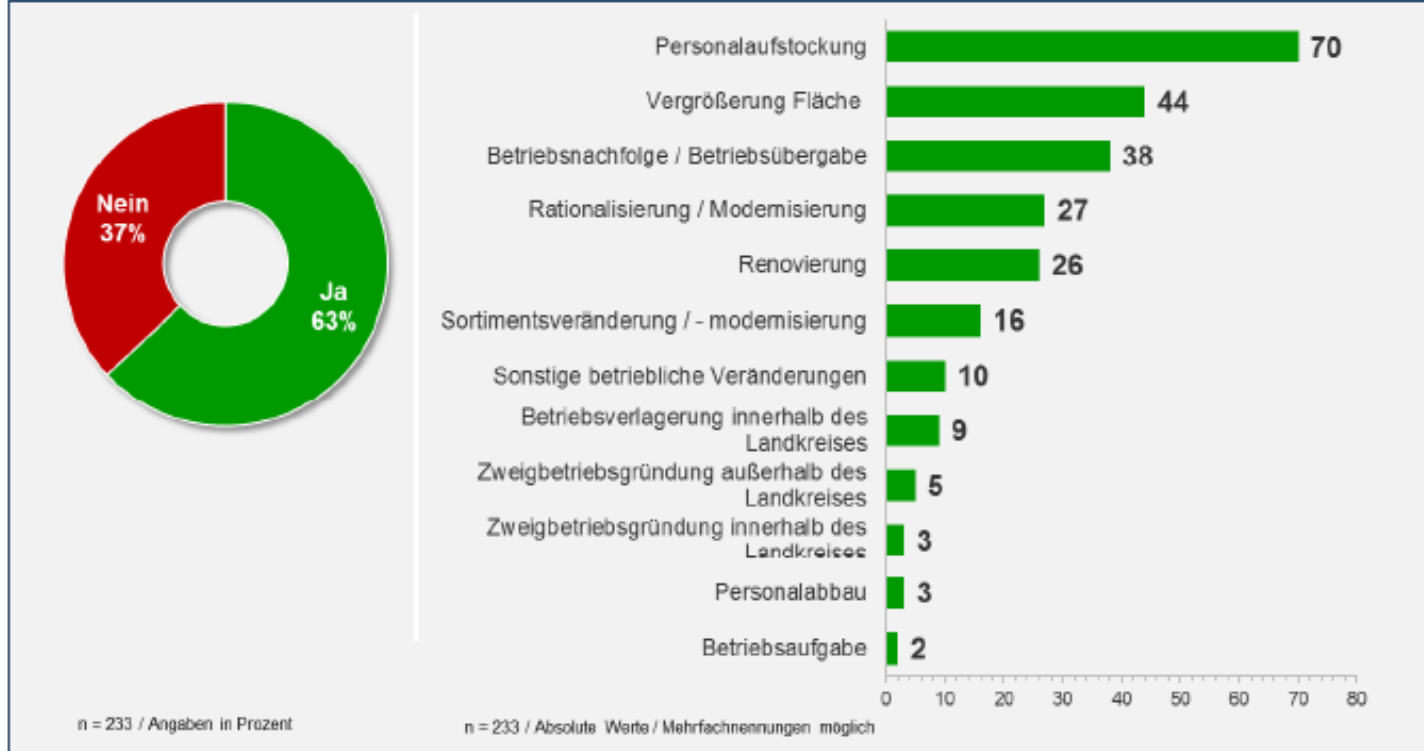
Zufriedenheit mit Unternehmensstandort



Betriebliche Planungen

Grafik: Betriebliche Planungen (Ja/Nein, welche)

Frage 7: Planen Sie in den nächsten fünf Jahren größere betriebliche Veränderungen bzw. sind diese in Ihrem Unternehmen angedacht? Wenn ja, welche?



Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

SWOT-Analyse

Ergebnis aus der Analyse: SWOT-Profil

STÄRKEN

- Starker Industriestandort / Sekundärer Sektor mit hoher wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit
- Hoher Anteil Beschäftigte FuE und Zukunftsbranchen
- Hoher Anteil Hochqualifizierte an allen Beschäftigten
- Hohe Kaufkraftwerte
- Hoher Anteil Beschäftigte in deutschen Zukunftsfeldern
- Positive Bevölkerungsentwicklung – sowohl seit 2012 um 6,1% als auch in der Prognose bis 2030 um 5,4%
- Aktuell gute Arbeitsmarktsituation mit nahezu Vollbeschäftigung
- Zahlreiche Hidden Champions, also Marktführer mit geringer öffentlicher Bekanntheit, auch in kleineren Kommunen, vorhanden
- Lage im Großraum Stuttgart bietet Möglichkeiten und Attraktivität

SCHWÄCHEN

- Abwanderung junger Erwachsener
- Geringer Anteil Beschäftigter im Tertiären Sektor
- Steigender Anteil Schulabbrecher
- Gründungsintensität rückläufig / geringe Start-up-Szene
- Verkehrsbelastung und Stauanfälligkeit
- Fehlende Flächen Wohnen und Gewerbe
- Hohe Kosten für Wohnraum
- Hohe geschlechterspezifische Einkommensdifferenz
- Geringe Ganztagsbetreuungsquote Klein- und Kindergartenkinder
- geringes Hochschulangebot
- Nicht klar erkennbare Marke / Identität Landkreis Böblingen
- Fachkräftemangel
- Fehlende Transparenz der Ansprechpartner und Angebote in der Wirtschaftsförderung

SWOT-Analyse

Ergebnis aus der Analyse: SWOT-Profil

CHANCEN

- Aktuelle wirtschaftliche und finanzielle Stärke schafft Möglichkeiten der Entwicklung, bedarf aber Investitionen
- Bevölkerungsgruppen erkennbar, die mehr in den Arbeitsmarkt integriert werden können
- Standortlage attraktiv für Bindung weiterer Arbeitnehmer, mit Lage im Großraum Stuttgart & Nähe zur Natur
- Viele Initiativen, Angebote und Institutionen für Weiterbildungen, infrastrukturelle Ausstattung etc. vorhanden
- Individuelles Image des Landkreises muss und kann besser vermarktet werden
- Profilierung des Standortes durch individuelle Besonderheiten und Stärken des Standortes kann eine Bindung weiterer Branchen am Standort ermöglichen
- Verstärkte Möglichkeiten der Vernetzung und Zusammenarbeit in der Region möglich (Effizienzpotenziale)

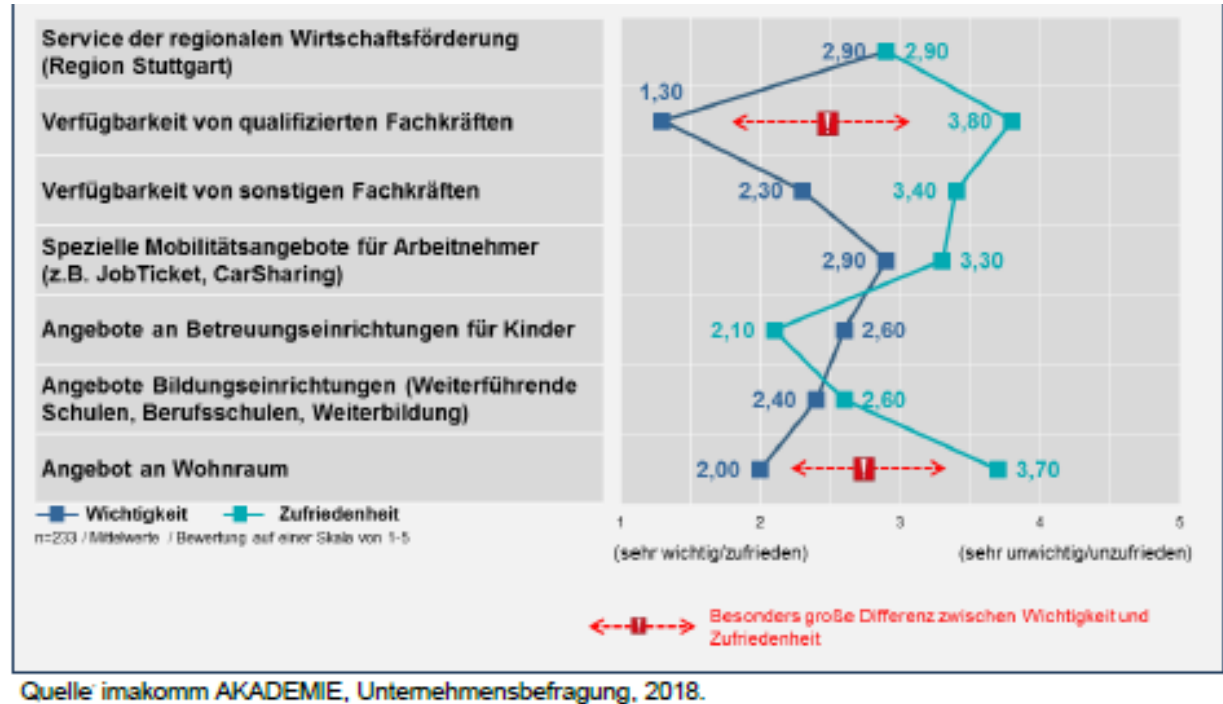
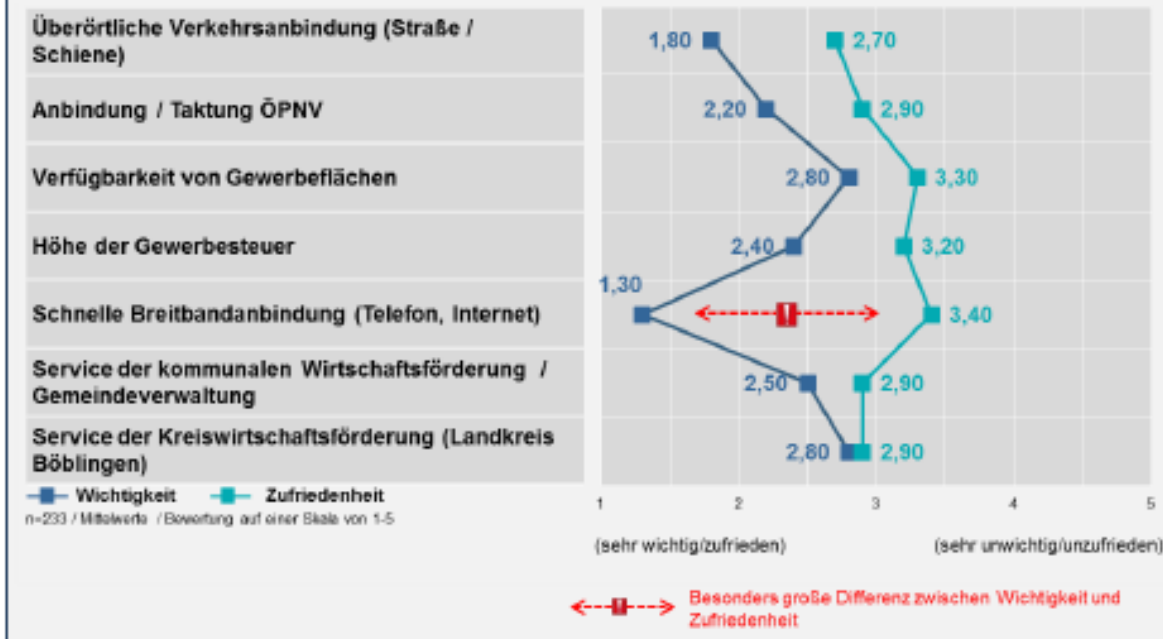
RISIKEN

- Tendenzen im Bereich der Bildungswanderung erhöhen Risiken der fehlenden Arbeitskräfte vor Ort
- Hohe Lebenshaltungskosten erschweren wirtschaftliche Entwicklung und Arbeitskräftebindung
- Abhängigkeit von Großunternehmen ist derzeit hoch, v.a. Automobilindustrie
- Durch Exportquote hohe Abhängigkeit von internationaler politischer Lage
- Digitale Infrastruktur kann bei fehlender zeitnaher Abdeckung zur sinkenden Attraktivität von einzelnen Standortlagen führen
- Fachkräfte- und Arbeitskräftemangel kann die Leistungsfähigkeit beeinflussen
- Konkurrenz durch Großunternehmen kann für KMU die weitere Entwicklung deutlich erschweren
- Unternehmensnachfolgen sind oftmals nicht geklärt

Zufriedenheit mit Standortfaktoren

Grafik: Wichtigkeit & Zufriedenheit mit Standortfaktoren (1)

Frage 9 / 10: Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte für Ihr Unternehmen und wie zufrieden sind Sie aktuell mit diesen?

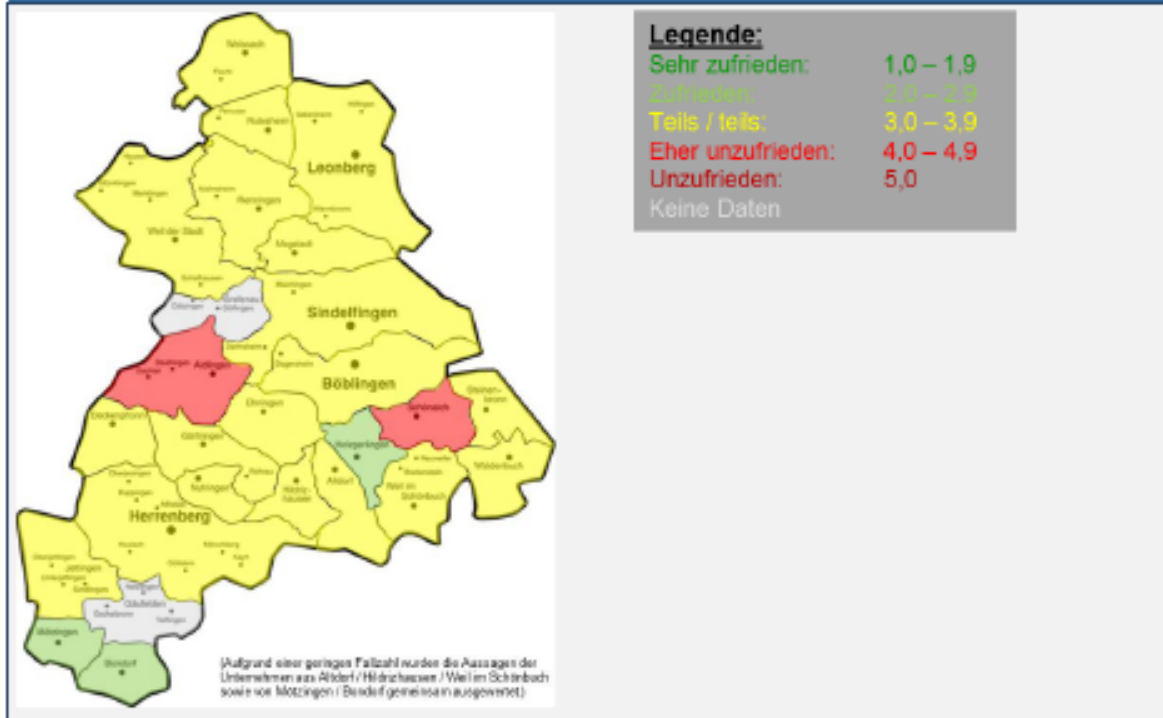


Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Gewerbeflächen

Grafik: Zufriedenheit Verfügbarkeit Gewerbeflächen

Frage 10: Wie zufrieden sind Sie aktuell mit folgenden Aspekten?
Verfügbarkeit Gewerbeflächen

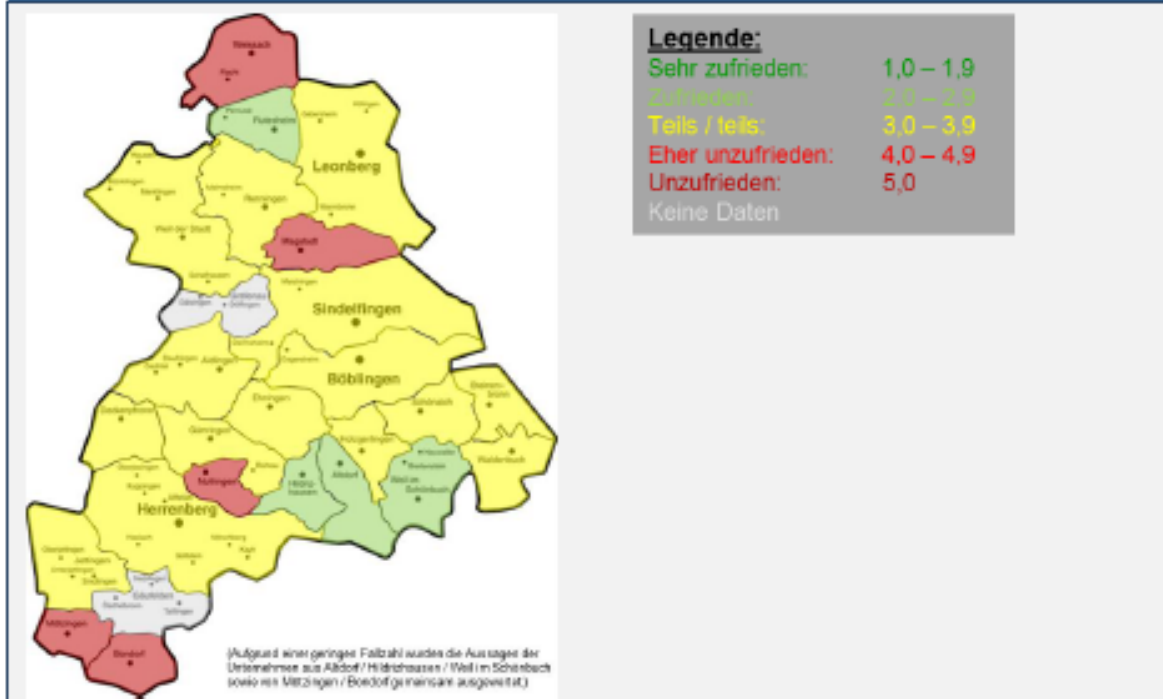


Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Breitbandausbau

Grafik: Zufriedenheit Breitbandausbau

Frage 10: Wie zufrieden sind Sie aktuell mit folgenden Aspekten?
Breitband

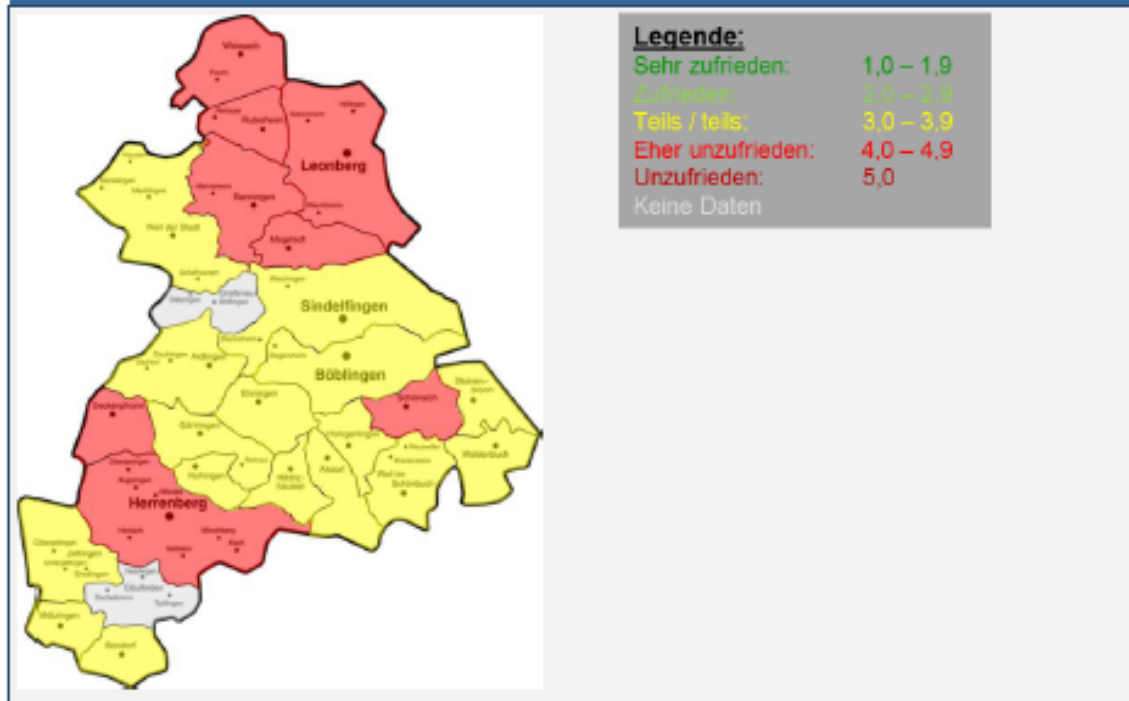


Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Fachkräfte

Grafik: Zufriedenheit Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften

Frage 10: Wie zufrieden sind Sie aktuell mit folgenden Aspekten?
Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften

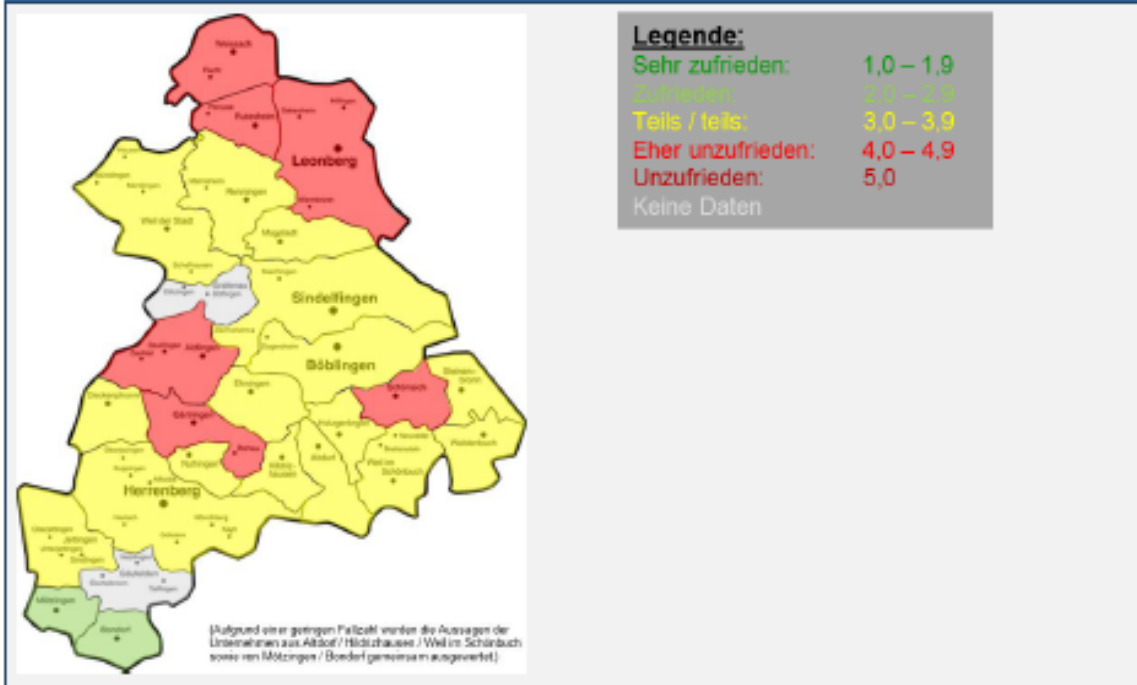


Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

Wohnraum

Grafik: Zufriedenheit Angebot an Wohnraum

Frage 10: Wie zufrieden sind Sie aktuell mit folgenden Aspekten?
Angebot an Wohnraum



Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

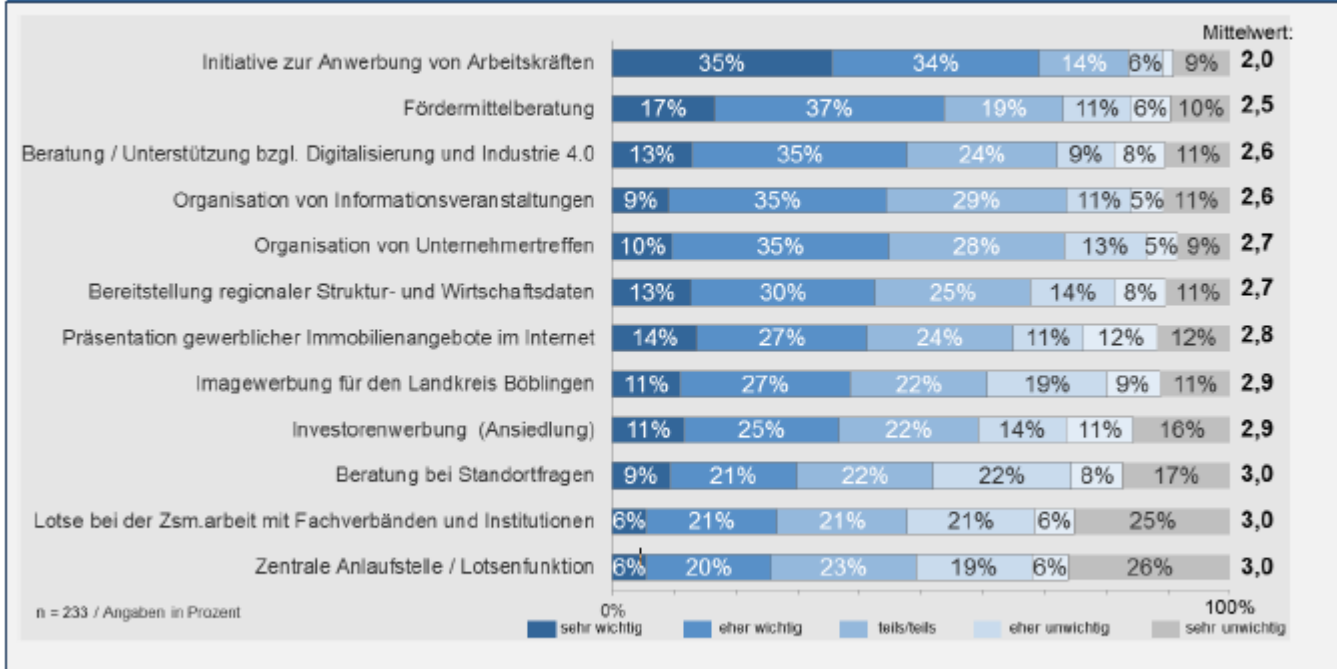
Wichtige Themen für Wirtschaft

Wichtige Themen	Häufigkeiten
Fachkräftemangel	92
Digitalisierung	74
Internetanbindung / Breitbandversorgung / Mobilfunknetz	52
Verkehrsanbindung (ÖPNV, Straße)	43

Wichtigkeit der Aktivitäten Wifö

Grafik: Wichtigkeit Aktivitäten der Wirtschaftsförderung

Frage 12a: Wie wichtig sind die folgenden Aktivitäten der Wirtschaftsförderung des Landkreis Böblingen in Zukunft für Ihr Unternehmen?



Quelle: imakomm AKADEMIE, Unternehmensbefragung, 2018.

7 Schwerpunkte und 5 Querschnittsthemen

Zukunftsstrategie



Quelle: imakomm AKADEMIE, 2018.

Task Force „Wirtschaftsstarker Landkreis BB“

Task Force „Wirtschaftsstarker Landkreis BB“

Inhalte / Aufgaben:

- Regelmäßige Überprüfung der Ziele und Schwerpunkte
- Evaluation / Zwischenstandsberichte zu Maßnahmen in Umsetzung
- Fortschreibung Umsetzungsstand der Maßnahmen

Teilnehmer

Fester interdisziplinärer Personenkreis auf Basis der Teilnehmer der Projektgruppe / Regional Labs

Bei Bedarf für speziellen Themenschwerpunkt **ergänzt um weitere Experten** / betroffene Institutionen

Organisation

Regelmäßiges Treffen z.B. **alle vier Monate** (fester Termin/Ort) je nach Thema wechselnde Organisation, Kontrolle bei Kreiswirtschaftsförderung
Pro Sitzung **ein Themenschwerpunkt** (gemeinsame Definition für die nächste Sitzung) für den konkrete Maßnahmen auf Basis der Zukunftsstrategie umgesetzt / konkretisiert / Aufgaben verteilt werden

Öffentliche Information nach Themen, angegliedert an andere Veranstaltung; **Teilnehmer:** u.a. Kommunen, Unternehmen, HGVs, weitere Multiplikatoren

Inhalte: aktueller Stand Umsetzung

Ziel: Akzeptanz, Sichtbarkeit, breitere Teilnahme und Umsetzung

Strukturen und Umsetzung

- viele Maßnahmen benötigen **Vernetzung und Zusammenarbeit** (nicht nur in Verantwortung einer Organisation oder Verwaltungsebene).
- es sollen **keine Eingriffe** in Ziele von Kommunen und Institutionen erfolgen!!
- Allerdings: eine **breitere Kommunikation, Vernetzung und Zusammenarbeit** kann viele Aufgaben erleichtern und personelle und finanzielle Ressourcen schonen!

Die Wirtschaftsförderung

- Wirtschaftsförderung bedarf eines **Zusammenspiels** aller beteiligten Akteure.
- Kreiswirtschaftsförderung sollte vor allem die **Rolle als „Vernetzer“ und „Vermittler“** einnehmen.
- Deshalb ist bei zahlreichen Maßnahmen eine **Einbindung verschiedener Akteure** notwendig. Verantwortungen für einzelne Maßnahmen dabei auch entsprechend verteilen, im Sinne eines „Patenmodells“.

Aufbau Abstimmungsstrukturen

Strukturen und Umsetzung	Kooperation und Vernetzung der Akteure	
Maßnahme:	Einrichtung einer Kommunikationsplattform für die „Task-Force“ sowie die kommunalen Wirtschaftsförderer	
Beschreibung:	Umsetzungszeitraum	Verantwortlichkeit, (Beteiligung)
Um die Kommunikation und den Austausch zwischen den verantwortlichen Wirtschaftsförderern aber auch anderen wichtigen Akteuren zu stärken, soll eine zukunftsorientierte technische Kommunikationsplattform eingerichtet werden. Nutzen der Kommunikationsplattform: - Austausch von Informationen - vereinfachte Kommunikation - Datenablage - Terminvormerkungen - Kurzabfragen Login: Nicht öffentlich	kurzfristig	Administrator und Moderator: Landkreis Nutzer: alle Beteiligten
Praxisbeispiel:		
Kommunikationsplattform der Arbeitsgemeinschaften des Städte-tags Baden-Württemberg: http://www.staedtetag-bw.de/index.php?object=bx%7C2295.2652.1&NavID=2295.50&La=1		

2. Funktion von Kommunikationsplattformen

Welche Möglichkeiten bieten Kommunikationsplattformen?

Netzwerk
Austausch von Informationen
Datenablage
Terminvormerkungen
Kurzabfragen

Kommunikationsplattform

Landkreis Baden-Württemberg

STÄDTETAG
BADEN-WÜRTTEMBERG

Arbeitsmarkt / Fachkräfte

- Standortimage aufbauen: **Marke „Landkreis Böblingen“** als Arbeitsort attraktiv präsentieren und Vorteile sowie Besonderheiten des Standortes in der Vermarktungsstrategie klar kommunizieren und nutzen.
- **Ausbau Ausbildungs- und Hochschulangebot / -standort vorantreiben** Mit dem weiteren Ausbau kann der Standort eine klare Positionierung als digitaler praxisorientierter Hochschulstandort erreichen.
- Landkreis organisiert **„Tag der Beschäftigung“**, Unternehmen gehen in die Schulen. Die Kooperation zwischen den ansässigen Unternehmen und den Schulen sämtlicher Schulformen ist eine wesentliche Grundlage auf der Suche nach Auszubildenden und zukünftigen Arbeitskräften.

Gründer/Unternehmensnachfolge

- **Gründerlotse:** Bündelung der Unterstützungen: Hilfe im Fördermittel- und Beratungs-“dschungel“. Zur Unterstützung potentieller / vorhandener Existenzgründer soll ein einheitlicher Service ins Leben gerufen werden. Dieser kann in Form eines konkreten Ansprechpartners aber auch um eine Serviceplattform im Internet erweitert werden, Anschluss an: startup-bb.de.

Digitalisierung

- **IT-Girlsday** Zur verstärkten Förderung von Frauen und Mädchen in digitalen Berufen
- **Genehmigungsverfahren vereinfachen** Im Rahmen der EU-Dienstleistungsrichtlinie besteht auch im Landkreis Böblingen der einheitliche Ansprechpartner mit dem Ziel der grenzüberschreitenden Dienstleistungserbringung und damit auch der Vereinfachung von bürokratischen Verfahren. Auch forciert der Landkreis bereits einen Ausbau der digitalen Genehmigungsverfahren.

Verkehr / Erreichbarkeit / ÖPNV

- **Sharing Lösungen** Shared Mobility wird in den kommenden Jahren deutlich zunehmen und an Bedeutung für alle Teile der Bevölkerung gewinnen. Der Landkreis muss sich aus diesem Grund insbesondere in folgenden Bereichen gut aufstellen: Carsharing / Bikessharing, Ridesharing (Mitfahr- und Taxi-dienste), Shared Parking (Parkplatzdienste)
- **Flexibilisierung von Arbeitsformen** Um die vorhandenen Fachkräfte in der Region zu halten und angesichts der künftigen Entwicklungen zusätzlich Fachkräfte für den Standort zu gewinnen, müssen die Arbeitsplätze zusätzlich attraktiver gestaltet werden. Eine Flexibilisierung der Arbeitsformen bringt im Idealfall beispielsweise eine Entlastung für Pendler und damit eine höhere Zufriedenheit der Mitarbeiter mit sich.

Flächen Wohnen / Gewerbe

- **Kümmerer für Reaktivierung von Flächen und Leerständen** Zur Bündelung von personellen und finanziellen Ressourcen ist die Schaffung eines Kümmerers sinnvoll, welcher alle Flächen und Leerstände im Landkreis aktiv betreut.

Abhängigkeit / Entwicklung Automobilindustrie

- **Risikoanalyse** Die Verflechtungen unter den Branchen und Betrieben und deren Auswirkungen insbesondere in Krisenfällen, müssen im Rahmen einer Risikobewertung analysiert, die **Eintrittswahrscheinlichkeit** berechnet sowie **Maßnahmen zur Minimierung der Auswirkungen** festgehalten werden
- **Neue Mobilitätskonzepte** Die Vermarktung des Landkreises muss verstärkt über das Thema Mobilität erfolgen. Hierbei müssen insbesondere neue Mobilitätskonzepte in den Fokus gestellt werden und in der Region erlebbar sein.
- **IT-Unternehmen im Digital Hub vernetzen** Neben der Beratung ist eine Vernetzung auch von IT-Unternehmen denkbar, die auch weitere Beratungsangebote einbringen können oder über einen Austausch praktisches Know-How untereinander weitergeben.

Weiche Standortfaktoren

- **Belohnungen“ für Nutzung von ÖPNV und Fahrrad**

Zahlreiche denkbare Ansätze hier denkbar:

- **Kooperationen** mit den Unternehmen zur gemeinsamen Definition von Belohnungen bei einer erhöhten Nutzung der Mitarbeiter von ÖPNV und Fahrrad
- **Arbeitbergutschein** für ÖPNV-Nutzung / SSB - Firmenticket-Infotag
- **Stadtradeln** mit Gewinnen von Unternehmen
- **Firmenfahrrad**. Anders als beim Dienstwagen ist das Firmenfahrrad zu 100 Prozent privat nutzbar. Bei einem Rad

Zeitplan zur Umsetzung der Kern- und Strukturmaßnahmen

Themen / Schwerpunkt	2019	2020	2021 - 2025
Struktur	Etablierung Task Force „Wirtschaftsstarker Landkreis BB“		
Struktur	Aufbau Abstimmungsstrukturen Wirtschaftsförderung		
Struktur	Kontaktaufnahme mit ansässigen Großunternehmen		
A	Tag der Beschäftigung		Standortimage aufbauen
B			Gründerlotse Vermarktung Gründergründe
C	IT-Girlsday		
D			Flexibilisierung von Arbeitsformen
E	Übersicht Flächenpotenziale		Kümmerer Flächen
F	Digital Hub einführen / IT-Unternehmen vernetzen		Risikoanalyse
G	Belohnungen Nutzung ÖPNV / Fahrrad		

Viele Aufgaben dauerhaft!

Quelle: imakomm AKADEMIE, 2018.