

Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept für die Wartburgstadt Eisenach 2019



Kurzpräsentation ausgewählter Ergebnisse

Eisenach, 10.03.2020



JOSEF ROTHER

GEFAK – für die Zukunft unserer Städte und Regionen



- seit 1990 in Marburg
- 20 festangestellte Mitarbeiter
- Wirtschaftsförderung
 - CRM-System KWIS
 - Fachkräftesicherung
 - Gewerbeflächenmanagement
- Kunden: 250 Städte und Regionen
- Leitbild Nachhaltigkeit seit 2009
 - Mitarbeitergeführte GmbH
 - solidarisches Gehaltsmodell
 - Nachhaltigkeitsberichte

→ www.gefak.de



Begriffsklärungen



„Standortentwicklung“ + „Wirtschaftsförderung“

= Mittel zum Zweck

Zweck = Lebensqualität aller Bürgerinnen und Bürger

Zielgrößen von Standortentwicklung
und Wirtschaftsförderung:

attraktives Lebensumfeld (Wohnraum, Versorgung, Kultur...)
+ attraktive Arbeitsplätze

Unsere Rahmenbedingungen



Gute wirtschaftliche Entwicklung Eisenachs in den
vergangenen Jahren, aber:

- Branchenfokus auf Automobilsektor
- Umwälzungen im Verkehrs- und Mobilitätsbereich
- Fachkräftemangel
- Demographischer Wandel
- Digitalisierung
- Klimawandel

Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept Lenkungsgruppe des Projektes



Name	Institution
Katja Wolf	Oberbürgermeisterin Stadt Eisenach
Kerstin Menge	Leitung Amt für Stadtentwicklung
Joachim West	Gewerbeverein Eisenach 1991 e.V.
Hans-Joachim Hook	berufener Bürger im Ausschuss für Wirtschaft, Kultur und Tourismus
Shpetim Alaj	Geschäftsführer Zoll & Speditionsservice Eisenach
Prof. Dr.-Ing. Matthias Gröger	Duale Hochschule Gera-Eisenach
Tino Richter	Wartburg-Sparkasse
Roland Mahler	Jobcenter Eisenach
Heike Schäfer	Eisenach-Wartburgregion Touristik
Carola Schumacher	Eisenach-Wartburgregion Touristik
Thomas Breidenbach	Sankt-Georg Klinikum Eisenach
Alexandra Nieding	Kreishandwerkerschaft Eisenach
Stephan Herrmann	Agentur für Arbeit Eisenach
Sebastian Stolz	Firma Filmwild
Joachim Gummert	GIS GmbH
Jens Hartlep	Wirtschaftsförderung Eisenach



JOSEF ROTHER

10.03.2020

5

Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept Bausteine des Projektes



		März			April				Mai					Juni				Juli				August					September				Oktober			
Arbeitspakete	KW	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
Vorgespräch (11.03.)																																		
Lenkungsgruppenworkshops (04.04.; 02.07.; 09.09.)																																		
SWOT-Analyse																																		
Vorbereitungen Unternehmensbefragung																																		
Durchführung Unternehmensbefragung																																		
Zwischenbericht Unternehmensbefragung																																		
Entwurf Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept																																		
Fragen der Organisationsentwicklung																																		
Abschlussbericht und Projektabschluss																																		
Ferien in Thüringen																																		

- **21.10.2019: Workshop mit allen Amtsleitern**
- **06.11.2019: Öffentliche Präsentation**

JOSEF ROTHER

10.03.2020

6

Stärken-Schwächen-Analyse: Ökonomie



GEFAK



Stärken	Schwächen
W1: Wirtschaftliche Vielfalt W2: Zentrale Lage, gute Verkehrsanbindung W3: ÖPNV W4: Tourismus, Kultur- und Bildungstourismus W5: Marke Eisenach, insbesondere für Tourismus und Regionalmarketing W6: Höchster Anteil an produzierendem Gewerbe in Thüringen W7: Nähe zu überregional bedeutsamen Wanderwegen und Radfernwegen W8: Pendlerüberschuss W9: Kaufkraft: zweithöchste Wert in Thüringen W10: Einzelhandelszentralität: 153	W11: Städtische Finanzen W12: Mangelndes Angebot an nicht innenstädtischen Gewerbeimmobilien W13: Technische Infrastruktur (Digitalisierung) W14: Fehlende Forschungseinrichtungen W15: Zugverbindung Eisenach – Meiningen – Sonneberg zu langsam
Chancen	Risiken
W16: Zentrale Lage / gute Infrastruktur W17: Duale Hochschule W18: Zuwanderung W19: Auspendler als Potential W20: Neue Arbeitswelt (als Modellvorhaben) W21: „Gesunde Mitte“ (nicht zu ländlich, nicht zu städtisch) W22: moderate Wohnungsmieten und -preise W23: Integrierte Zusammenarbeit mit WAK im Bereich Gewerbe- und Brachflächen W24: Bündelung unternehmensorientierter Dienstleistungen W25: Sicherung und Weiterentwicklung der F&E-Standorte W26: Tourismusentwicklung W27: Wichtigkeit von Elektronik und Sensorik in Autoindustrie	W28: Automobil lastig W29: Fachkräftemangel als größte Wachstums- und Beschäftigungsbremse W30: Überalterung (Demographischer Wandel) W31: Lohngefälle zu anderen Standorten W32: Gewerbeanmeldungen leicht unter -abmeldungen (wie in ganz TH) W33: Automobilindustrie muss fokussiert und rasch handeln (vor allem Zulieferer betroffen) W34: Produktinnovationen gefordert in: neuen Werkstoffen, neue Antriebe, Vernetzung der Fahrzeuge und autonomes Fahren W35: Weitere Erhöhung des Leerstandes in Ortsteilen

7

Stärken-Schwächen-Analyse: Soziales



GEFAK



Stärken	Schwächen
S1: Gute Kitas, Vielfalt der Kinderbetreuung S2: Gute Infrastruktur bei Einrichtungen für „Alte“ und Behinderte S3: Ehrenamt/Mäzenatentum S4: Fachliche Betreuung S5: Gesundheitsversorgung S6: Überdurchschnittlich großes kulturelles Angebot S7: Relativ große Wohnungen S8: Existenz eines Runden Tisches zu Zus.-Arbeit im Bereich Wohnungsbau	S9: Überalterung S10: Hohe Kinderarmut S11: Zu wenig Sport-Infrastruktur S12: Fehlende Soziokultur S13: Fehlende Spiel-, und Bolzplätze S14: Fehlende Bolzplätze S15: Fehlender Platz für Hausbau S16: Fachkräftemangel im Pflegebereich S17: Schrumpfende Alterskohorten von 18-25 Jahren 2011 bis 2015
Chancen	Risiken
S18: Zuzug junger Familien S19: leicht mehr Zuzug als Wegzug S20: Zuzug von Bevölkerung aus dem Ausland S21: Ausbau Ausbildung /Hochschule S22: Studis in Stadt integrieren S23: Integration S24: Hohe Beschäftigungsquote/robuster Arbeitsmarkt S25: Großer sozialer Arbeitsmarkt S26: Gutes Angebot für „Junge Kultur“, damit auch zukünftig attraktiv	S27: Zuzug „Alter“ S28: Schließung von Kulturangeboten durch Wegzug junger Leute S29: Angespannter öffentlicher Haushalt S30: Integration

Stärken	Schwächen
Ö1: ICE-Anbindung Ö2: Natur in der Umgebung Ö3: neues ÖPNV – Konzept	Ö4: Fehlende Anbindung an Schiene Opel Ö5: Verkehrsführung Innenstadt Ö6: Zustand Straßen Innenstadt Ö7: Geringes Umweltbewusstsein
Chancen	Risiken
Ö8: Bürgerschaft – Hand in Hand Ö9: Alternative Antriebe Ö10: Umweltbildung Ö11: Saubere Industrie Ö12: Mobilität? Ö13: Bahnhof weiter entwickeln	Ö14: Saubere Industrie Ö15: Mobilität?

Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

Ausgewählte Ergebnisse

10.03.2020

1. Standortzufriedenheit
2. Vernetzung
3. Entwicklungspläne
4. Flächenbedarf
5. Fachkräfte
6. Digitalisierung
7. Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

Zielgruppe

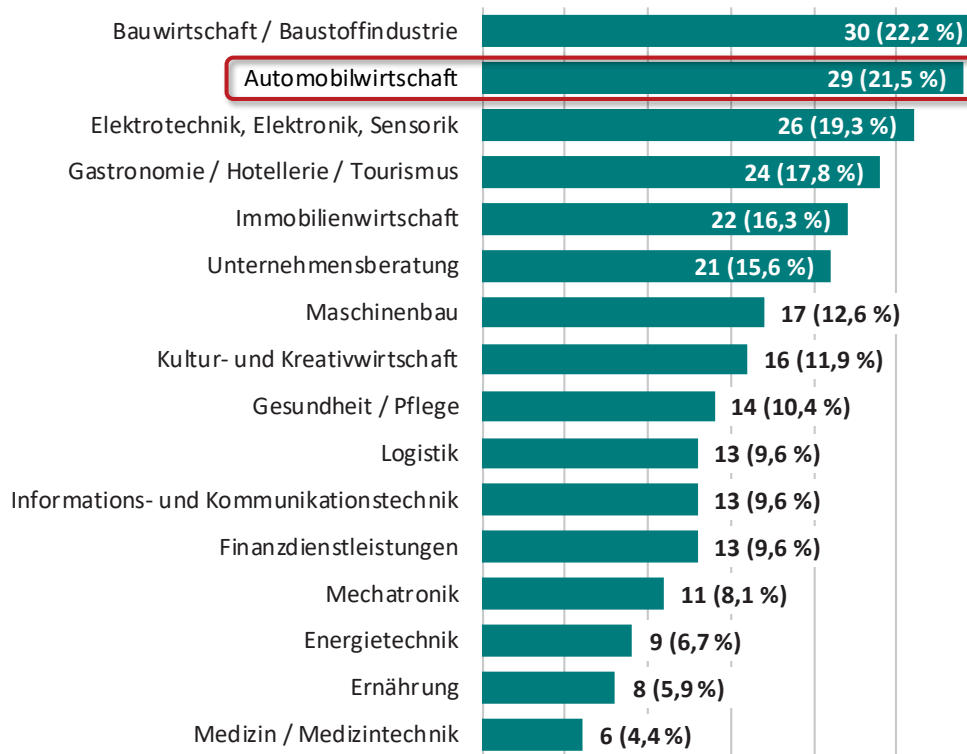
839 Betriebe, über alle Branchen und Größen

Rücklauf

- 143 Fragebögen (ca. 17 %)
- > 5.500 Beschäftigte (jeder fünfte Arbeitsplatz)

Methodik

- online
- nicht-anonym
- Übernahme der Daten in KWIS



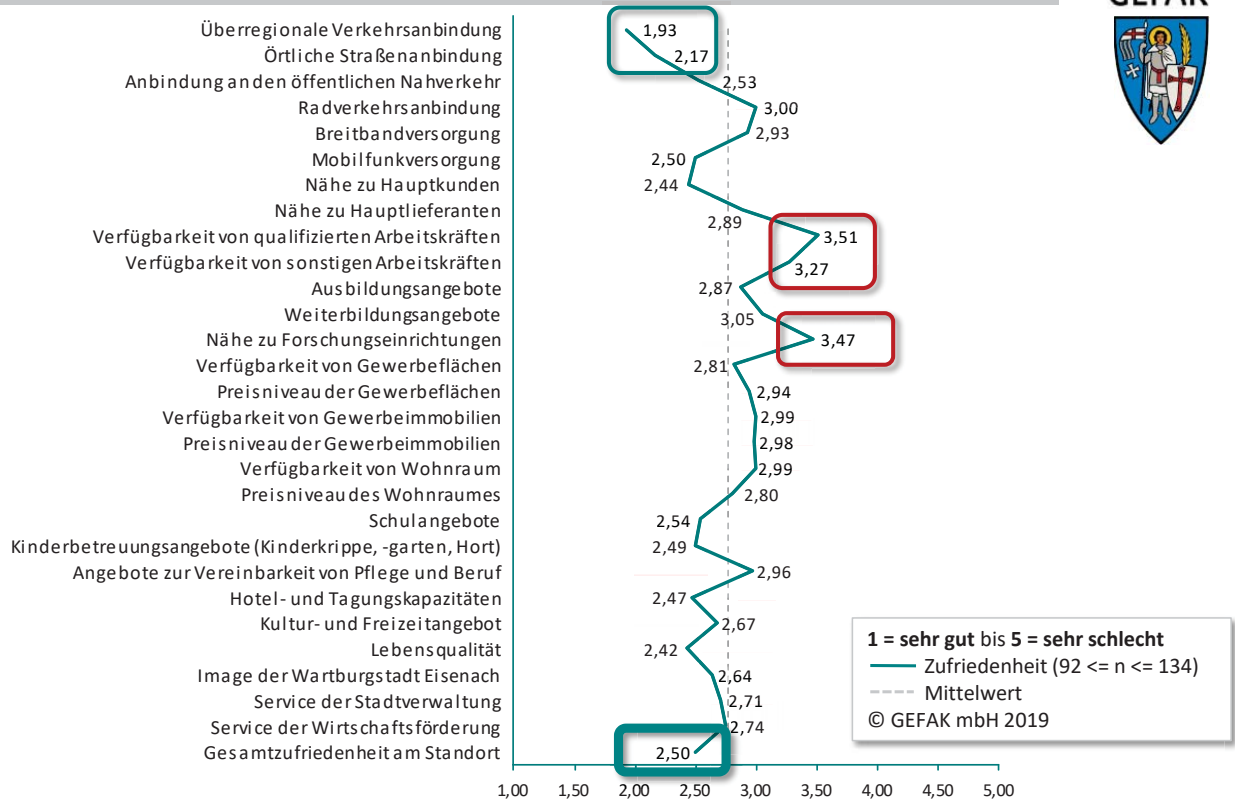
n = 135

Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

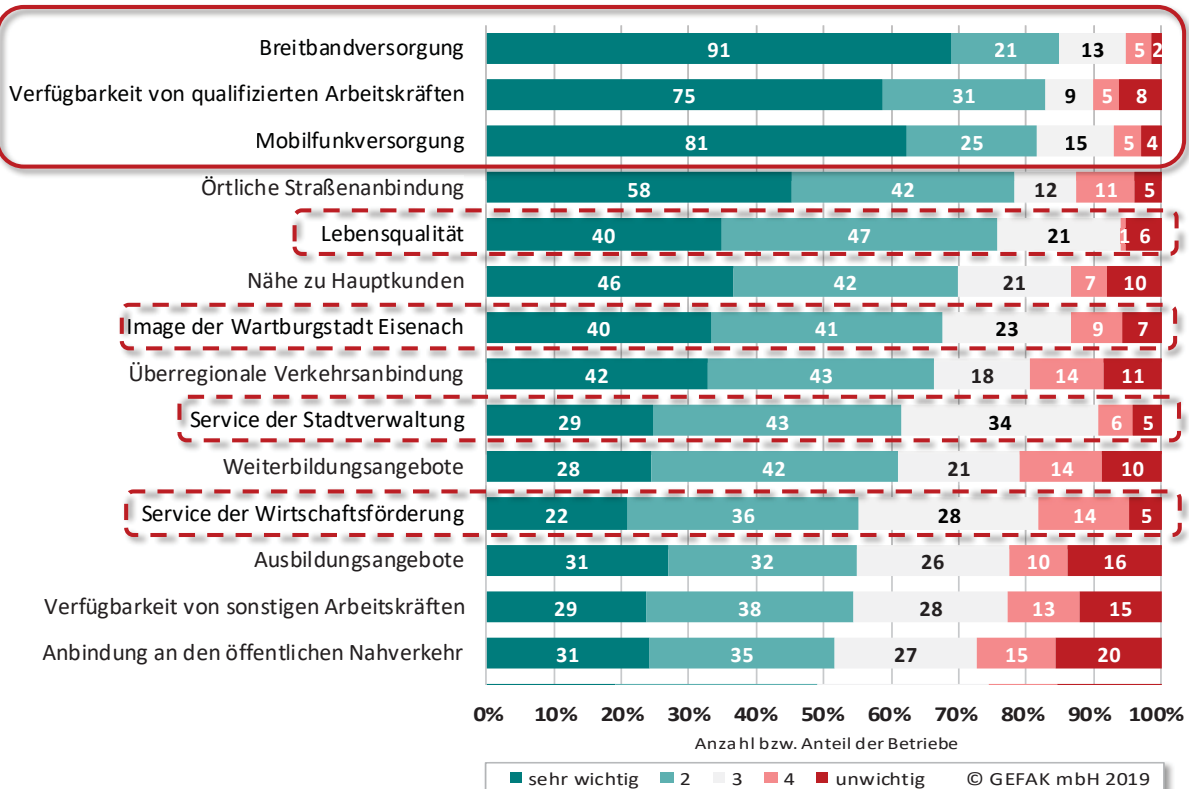
Standortzufriedenheit

10.03.2020

Standortfaktoren – Zufriedenheit (Mittelwerte)

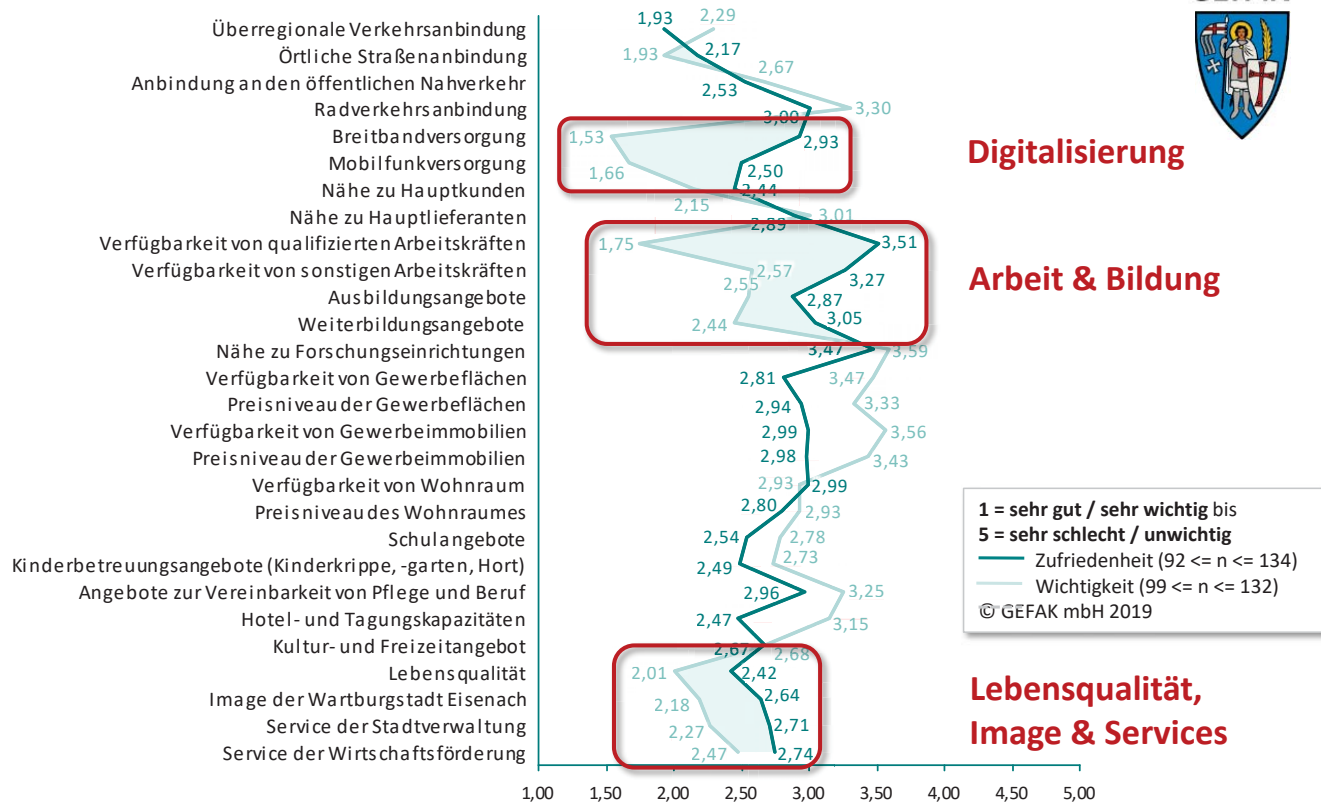


Wichtigkeit Standortfaktoren – absolute Nennungen



99
 <= n <= 132

Standortfaktoren – Zufriedenheit und Wichtigkeit



JOSEF ROTHER

10.03.2020

17

Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

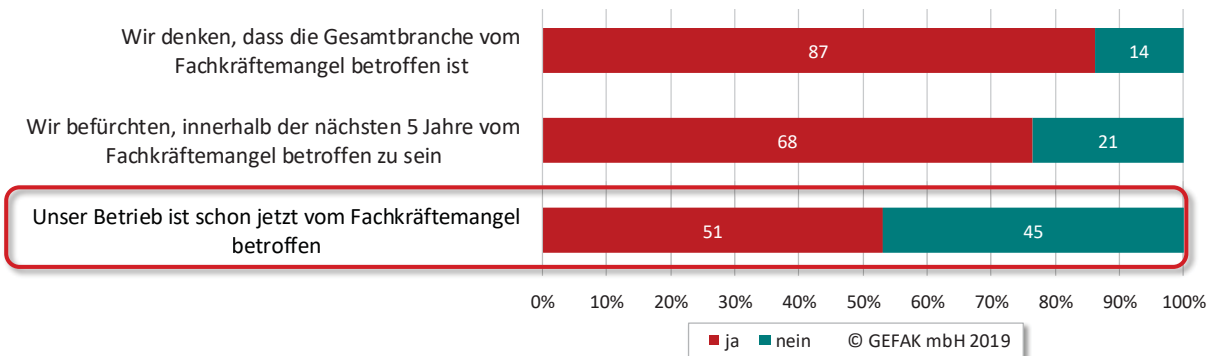
Fachkräfte

10.03.2020



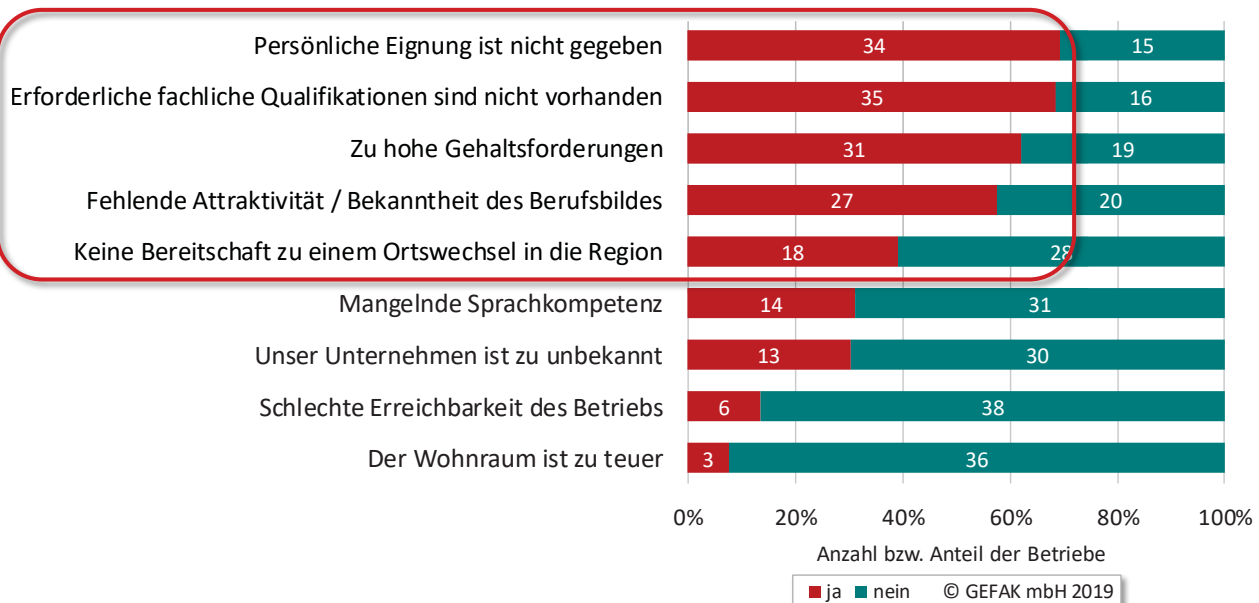
JOSEF ROTHER

Fachkräftemangel – Betroffenheit



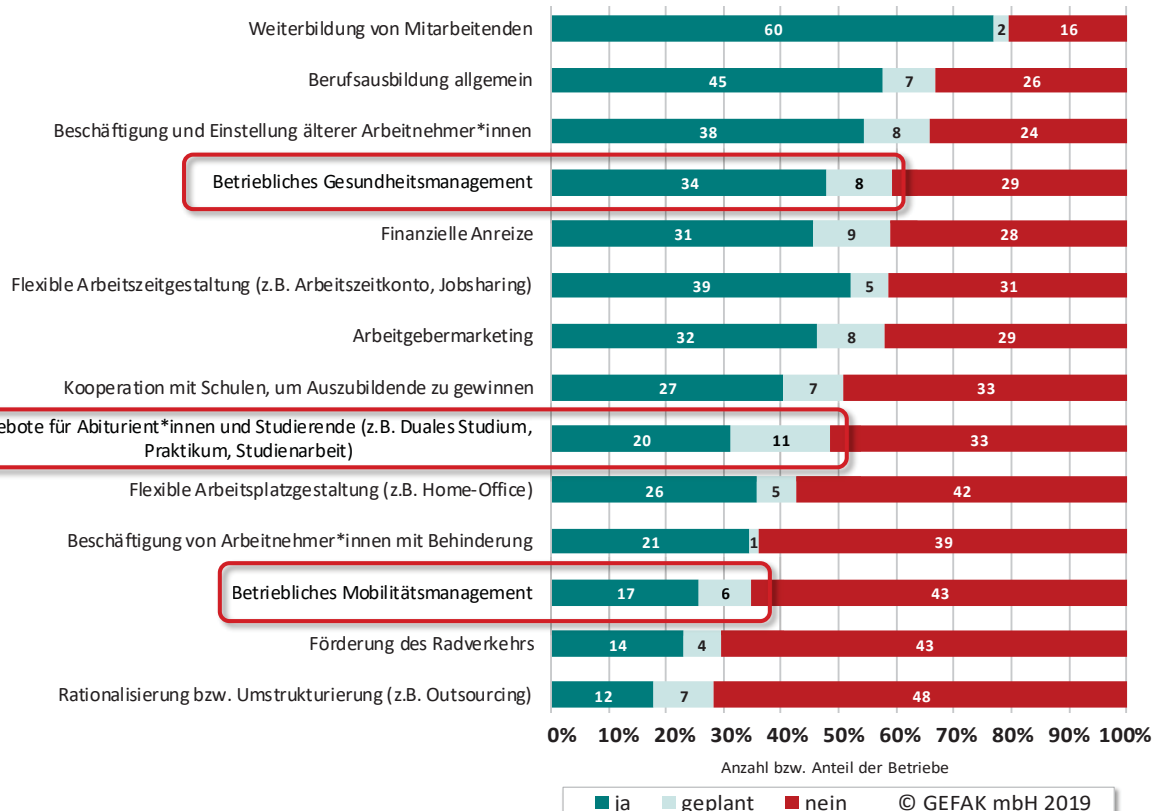
n = 108

Ursachen für Stellenbesetzungsprobleme: Zielgruppe **Fachkräfte**



n = 57

Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung (1 von 2)



n = 91

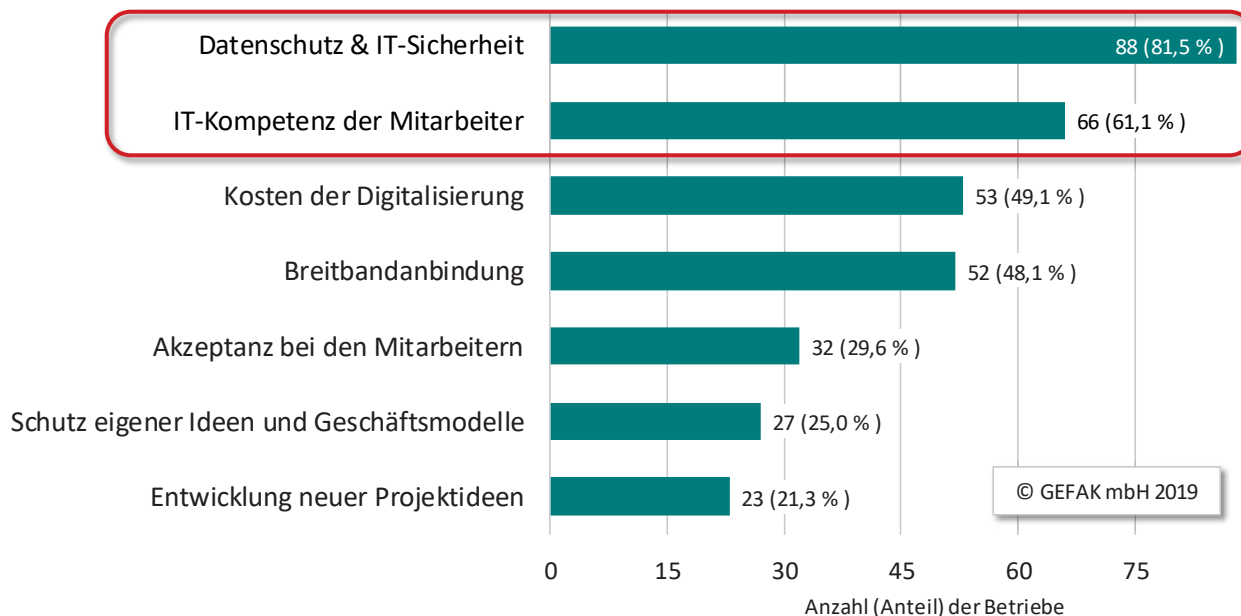
Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

Digitalisierung

10.03.2020



Digitalisierung: Herausforderungen aus Sicht der Betriebe



n = 108

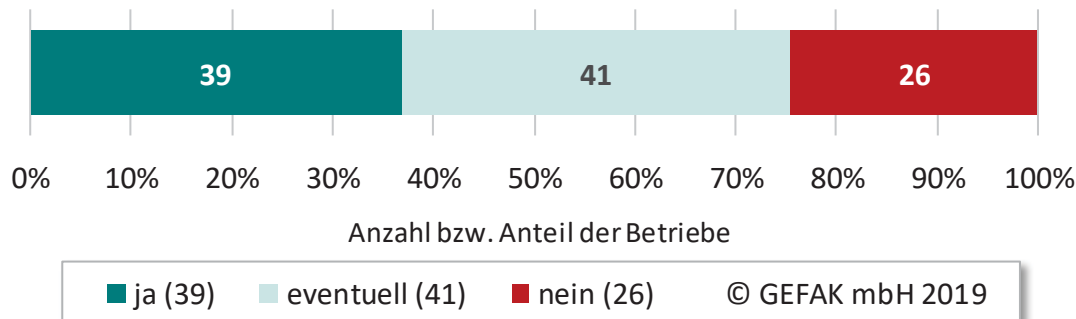
Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

Corporate Social Responsibility

10.03.2020



Bereitschaft zum finanziellen oder ehrenamtlichen Engagement für die Region



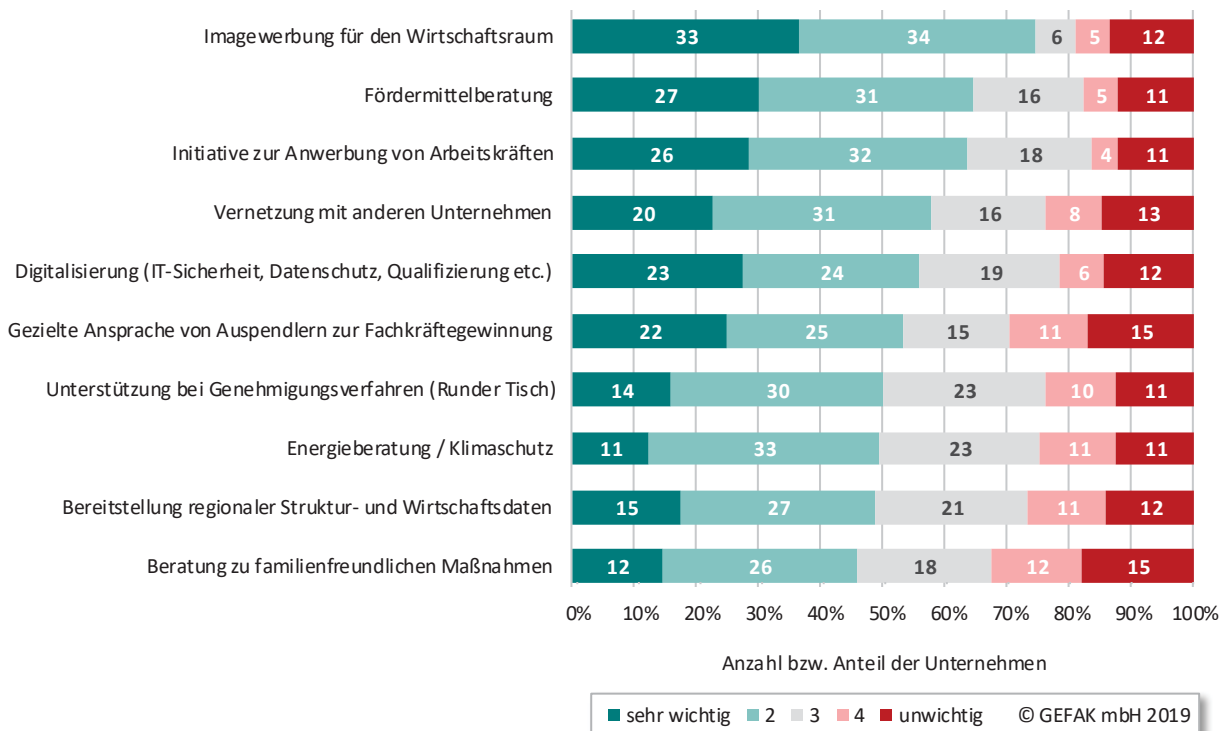
Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

Wirtschaft und Wirtschaftsförderung

10.03.2020

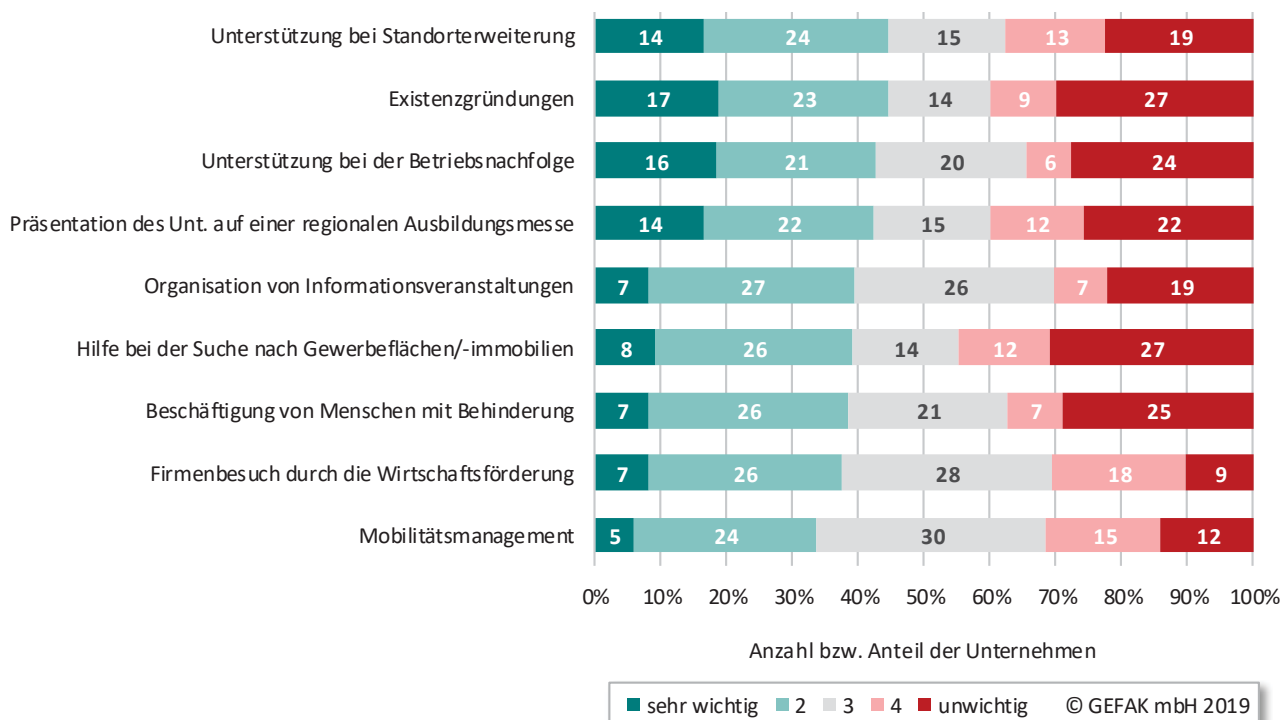


Wichtigkeit der Wirtschaftsförderungsaktivitäten (1/2)



n = 98

Wichtigkeit der Wirtschaftsförderungsaktivitäten (2/2)



n = 98

Von der Analyse zu den Handlungsfeldern



10.03.2020

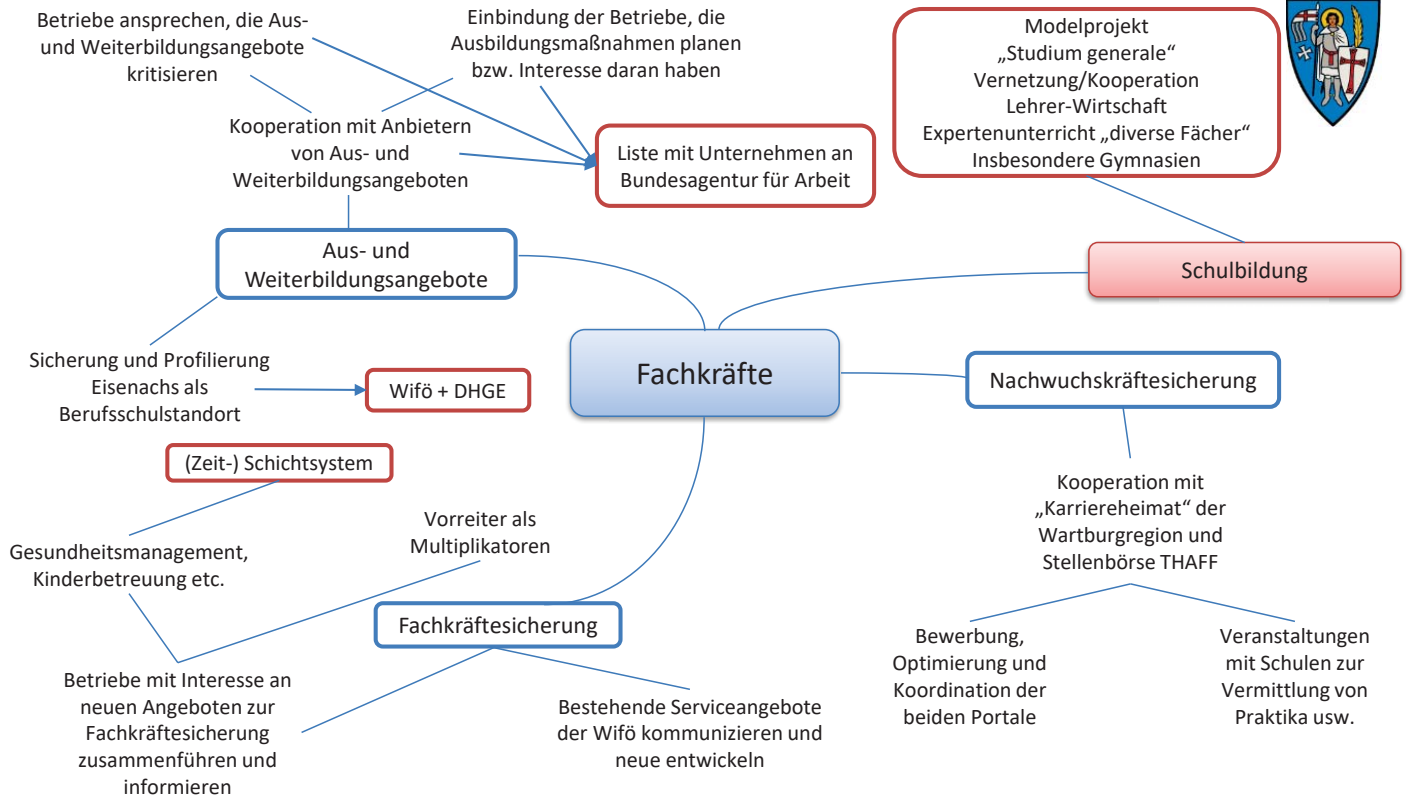


JOSEF ROTHER

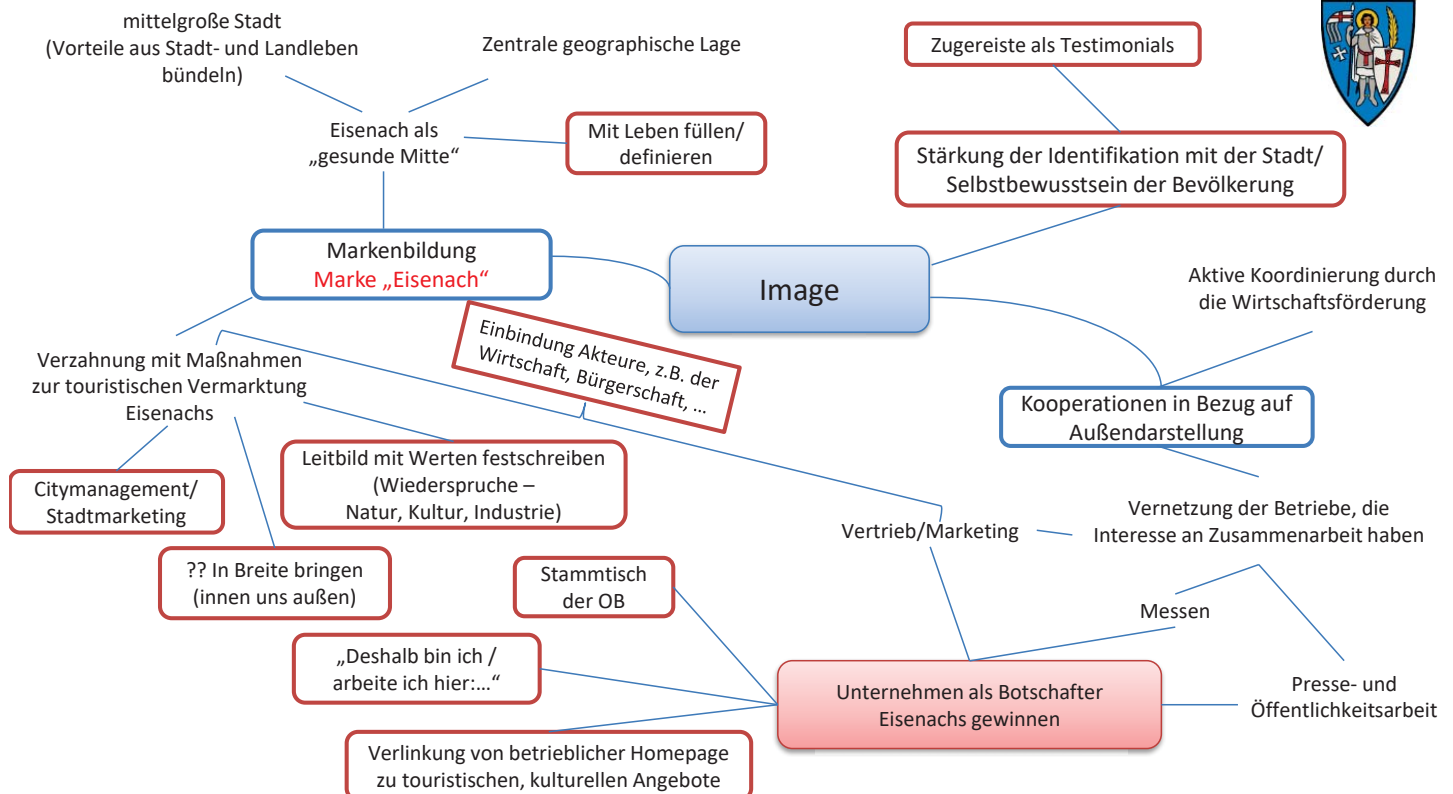
6 + 1 Handlungsfelder



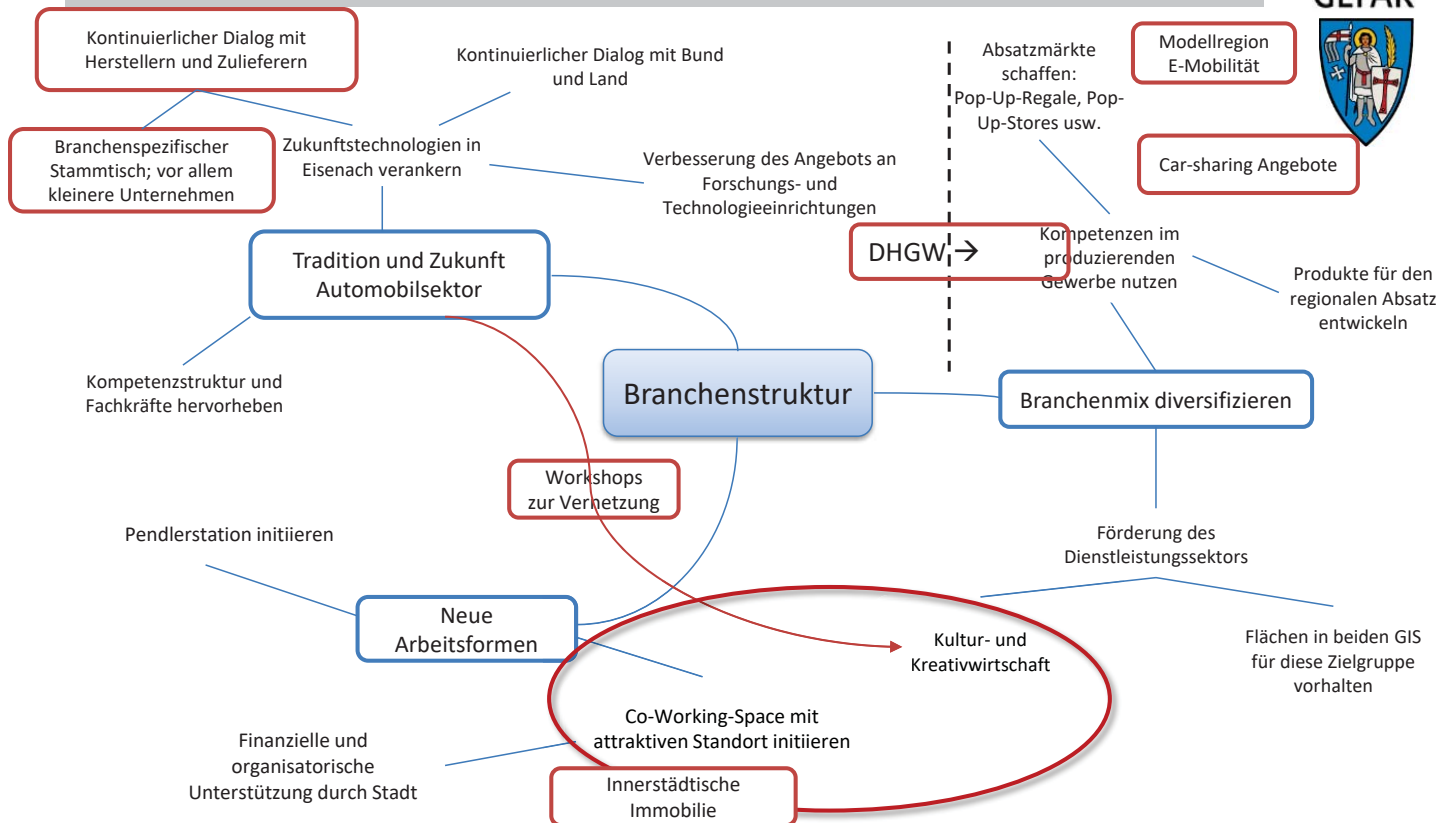
Handlungsfeld I: Fachkräfte



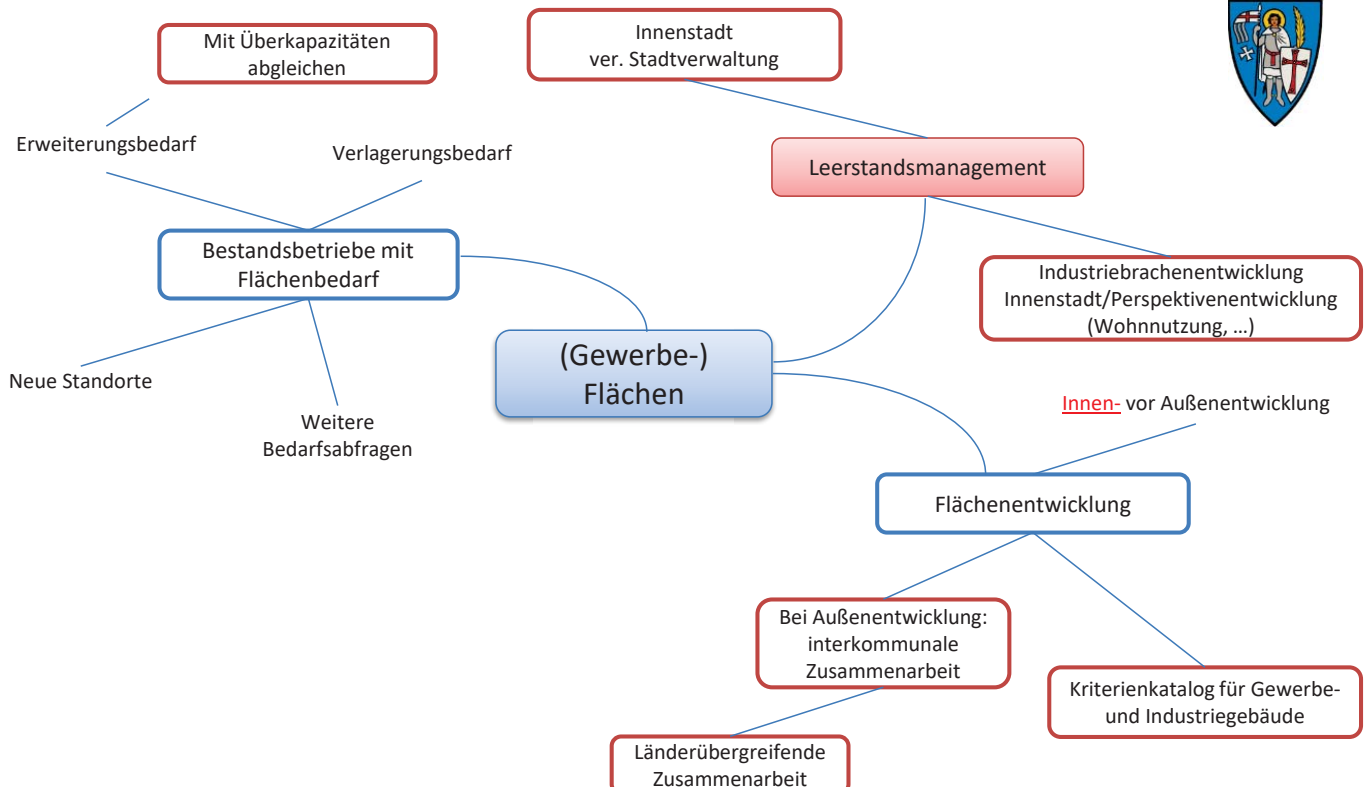
Handlungsfeld II: Image



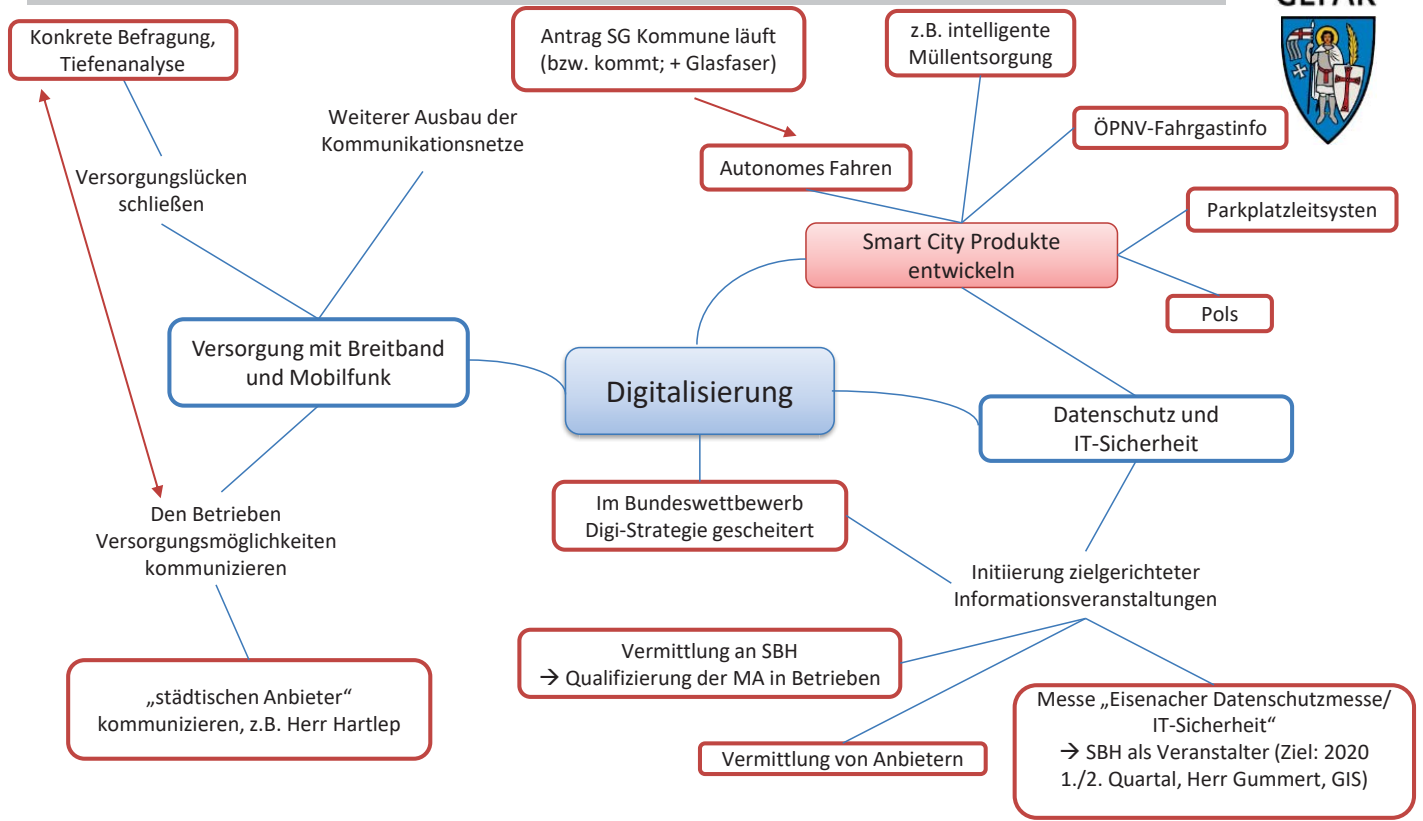
Handlungsfeld III: Branchenstruktur



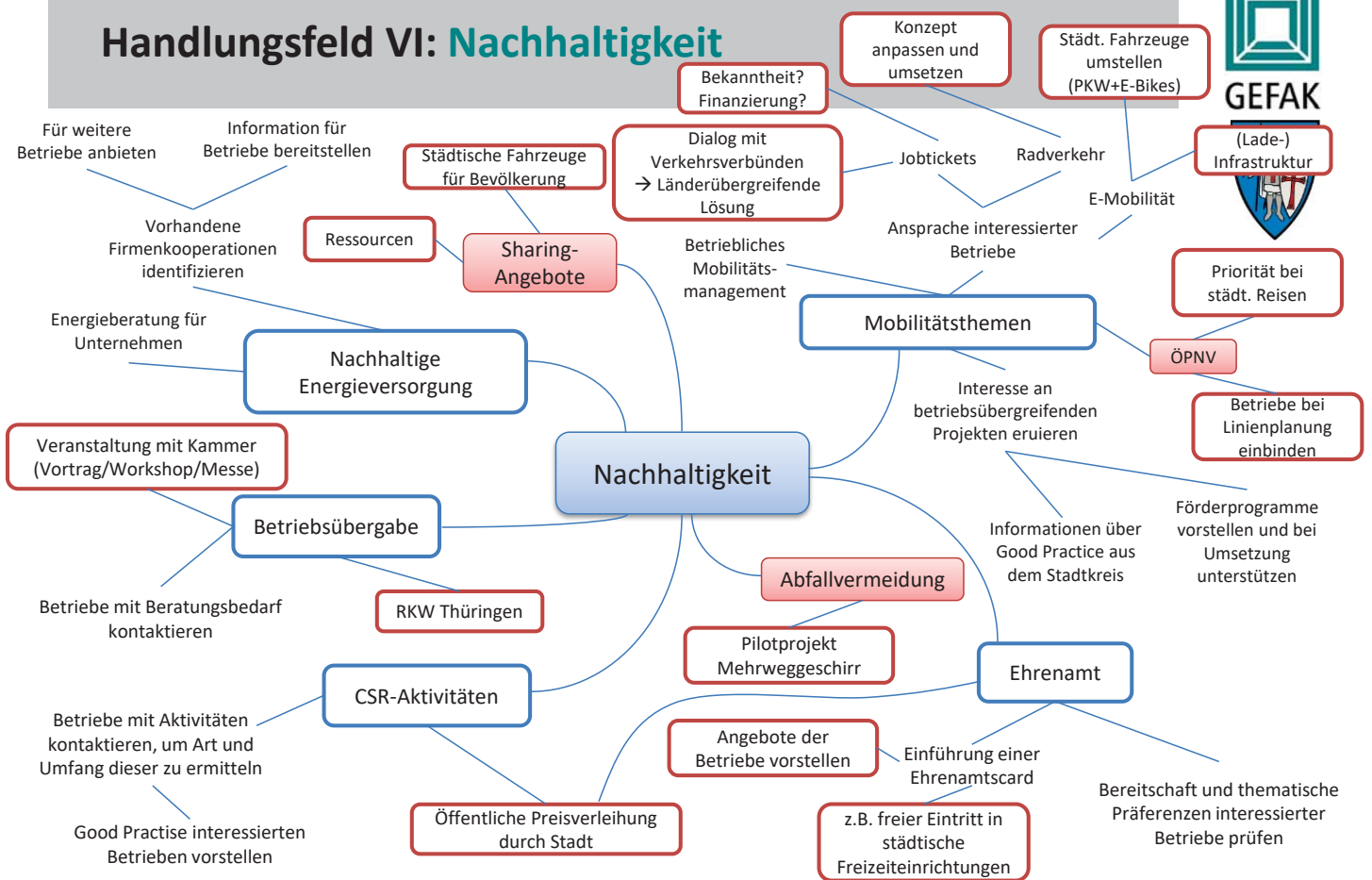
Handlungsfeld IV: Flächen

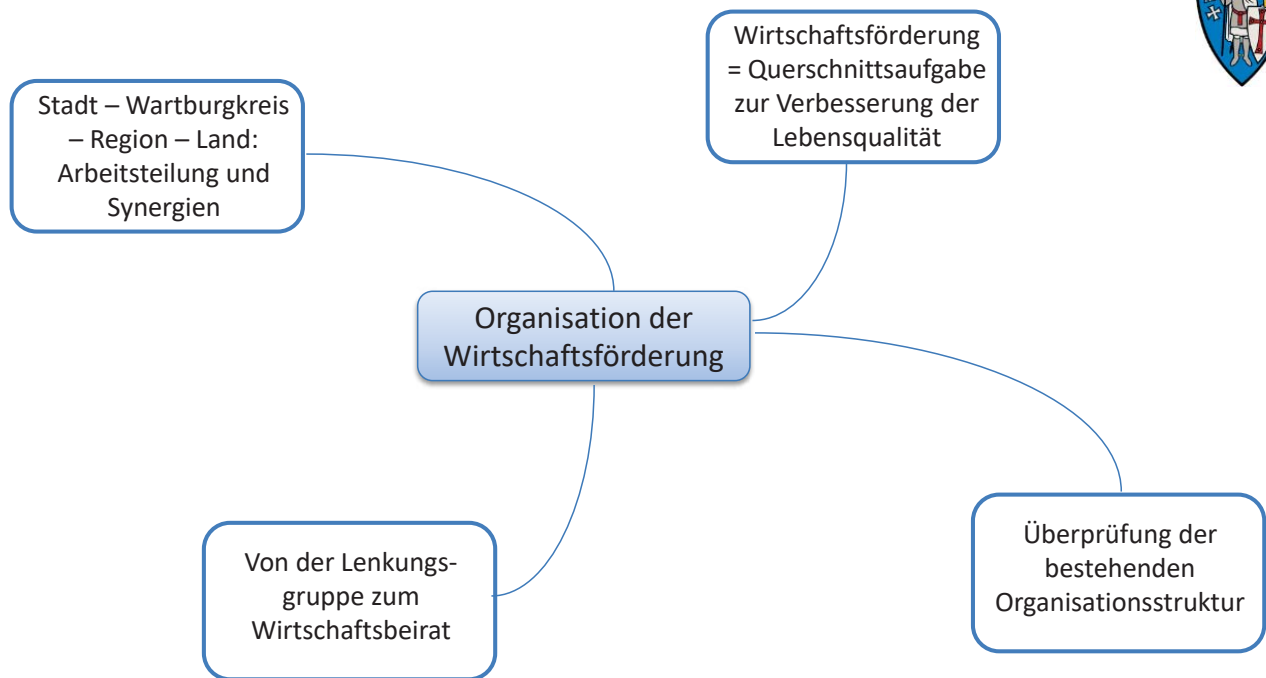


Handlungsfeld V: Digitalisierung



Handlungsfeld VI: Nachhaltigkeit





Vom Konzept zur Realisierung: 5 + 1 Leitprojekte

10.03.2020

Leitprojekt 1: Fach- und Nachwuchskräfte für Eisenach

Bezug zu Handlungsfeld: I - II - VI

Ziele/Bausteine:

- Vernetzung Schule/Wirtschaft
- Vernetzung Hochschule/Wirtschaft
- Vernetzung Wirtschaft/Wirtschaft
- Betriebsübergabe an Existenzgründer

Die nächsten Schritte:

- Unternehmen mit Interesse an Nachwuchskräfte-sicherung zusammenbringen
- Schulleiter einbinden (Interesse, Motivation, Grenzen)
- Schüler-/Absolventenbefragung
- Aktionswoche Offene Unternehmen
- Bewerbung und Nutzung des Portals „Karriereheimat“
- Beratung von Betrieben ohne Nachfolger
- Ansprache von potenziellen Ausgründern



Leitprojekt 2: Neue Arbeitsformen für Eisenach

Bezug zu Handlungsfeld: I, II, III, IV, V, VI

Ziele/Bausteine:

- Coworking Space in der Stadtmitte
- Pendlerstation
- Maker Space
- Creative Hub
- Pop-Up-Store



Leitprojekt 2: Neue Arbeitsformen für Eisenach



Bezug zu Handlungsfeld: I, II, III, IV, V, VI

Ziele/Bausteine:

- Coworking Space in der Stadtmitte
- Pendlerstation
- Maker Lab
- Creative Hub
- Pop-Up-Store „Made in EA“

Die nächsten Schritte:

- Standortauswahl
- Bedarfsanalyse (Kreative/Pendler)
- Betreibermodell



Leitprojekt 3: Imagekampagne für Eisenach



Bezug zu Handlungsfeld: I, II, III, V, VI

Ziele/Bausteine:

- Innenmarketing (Lebensqualität/Regionale Identität)
- Außenmarketing (Verzahnung Tourismus-/Wirtschaftsmarketing)
- Markenbildung „Gesunde Mitte“





Bezug zu Handlungsfeld: I, II, III, V, VI

Ziele/Bausteine:

- Innenmarketing (Lebensqualität/Regionale Identität)
- Außenmarketing (Verzahnung Tourismus-/Wirtschaftsmarketing)
- Markenbildung „Gesunde Mitte“
- Botschafter für Eisenach (Unternehmer*innen, Zugezogene, Einheimische)
- Wirtschaftsbürgertum (CSR/Mäzenatentum)
- Jugendmarketing zur Nachwuchskräfteversicherung

Die nächsten Schritte:

- Imagekampagne in Auftrag geben
- Schüler-/Absolventenbefragung (vgl. Leitprojekt 1)
- Sammlung von Projektvorschlägen zur Förderung durch CSR



Leitprojekt 4: Veranstaltungsreihe „Zukunft für Eisenach“



Bezug zu Handlungsfeld: I, II, III, IV, V, VI

Ziele/Bausteine:

- Information / Präsentation von Good Practice („Zukunft aus Eisenach“) / Vernetzung
- Mögliche Themen: - Betriebliches Gesundheitsmanagement
 - Ältere Mitarbeiter*innen
 - (Über-)Betriebliche Kinderbetreuung
 - Existenzgründung als Betriebsnachfolge / Ausgründungen („Macher für Eisenach“)
 - Datenschutz und IT-Sicherheit



Die nächsten Schritte:

- Konzeption der Veranstaltungsreihe (Turnus, Location, Referenten)
- Kommunikationskonzept (Flyer, digitale Bewerbung etc.)

Leitprojekt 5: Nachhaltige Gewerbeflächenentwicklung für Eisenach



Bezug zu Handlungsfeld: III, IV, VI

Ziele/Bausteine:

- Potenzialanalyse Innenentwicklung
- Leerstandsmanagement
- Interkommunales Gewerbe(flächen-)entwicklungskonzept
- Gewerbeflächenvergabe nach Nachhaltigkeitskriterien

Die nächsten Schritte:

- Gewerbeflächenbedarf der ansässigen Betriebe präzisieren
- Aufbau bzw. Fortführung eines Leerstands- und Brachflächenkatasters
- Abstimmung mit dem Wartburgkreis
- Erarbeitung eines Kriterienkatalogs zur Gewerbeflächenvergabe



Leitprojekt 6: Ein Wirtschaftsbeirat für Eisenach



Bezug zu Handlungsfeld: I - VII

Ziele/Bausteine:

- Sicherstellung der Umsetzung des Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzeptes
- Verstetigung der Arbeit der Lenkungsgruppe
- Zusammenführung mit weiteren Akteuren (Industriestammtisch, Gewerbeverein)
- Systematischer Dialog Wirtschaft – Politik/Verwaltung

Die nächsten Schritte:

- Beschreibung der Funktion des Beirats
- Festlegung und Einladung potenzieller Mitglieder
- Konstituierende Sitzung
- Priorisierung der (Leit-)Projekte
- Bildung von Projektgruppen zur Begleitung der Umsetzung



Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept



Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept für die Wartburgstadt Eisenach 2019



Ergänzungsfolien

10.03.2020



JOSEF ROTHER

Standortentwicklungs- und Wirtschaftsförderungskonzept Unsere Ziele



- Stärken der Stadt herausarbeiten
- Standortprofil Eisenachs weiter schärfen
(Ziele – Leitlinien – Handlungsfelder - Maßnahmen)
- Fortschreibung der Unternehmensbefragung aus 2012

Unsere Prinzipien



- Lokale und regionale Potenziale ausschöpfen
- Umsetzungsorientierung
- Partizipation
- Synthese aus lokalem Knowhow und dem Blick von außen

Unternehmensbefragung: Themen und Zielgruppe

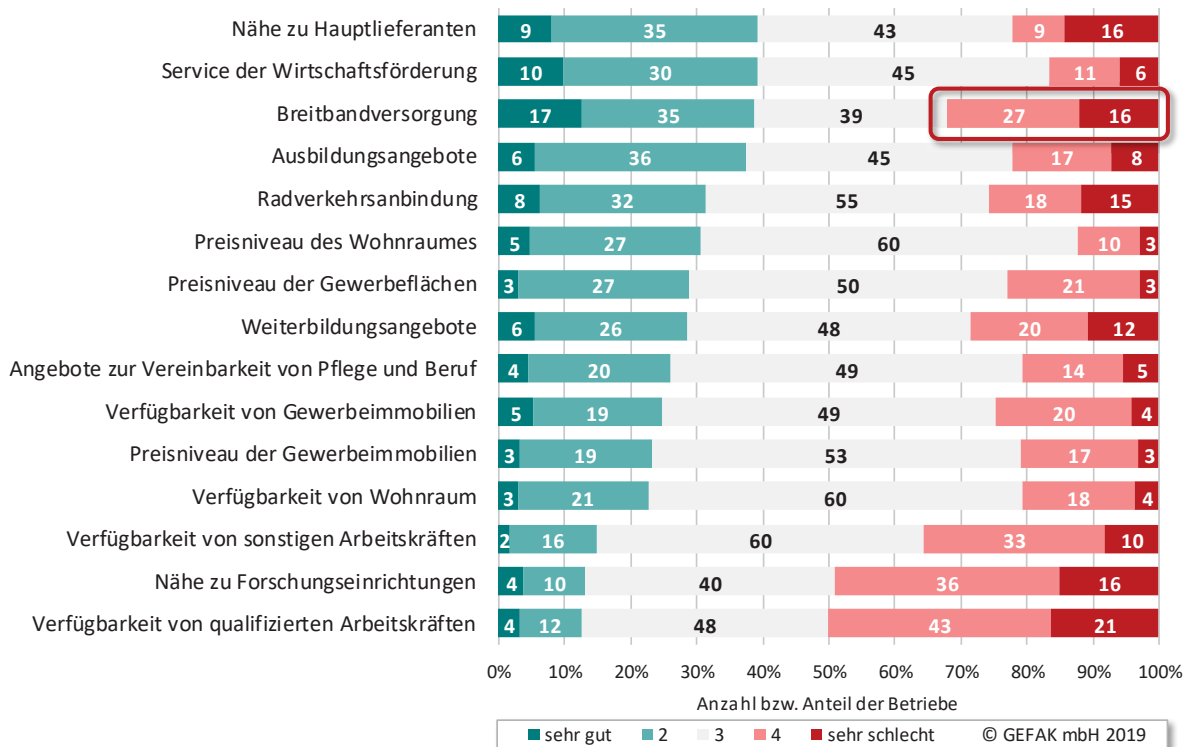


1. Standortzufriedenheit
2. Vernetzung
3. Entwicklungspläne
4. Flächenbedarf
5. Fachkräfte
6. Digitalisierung
7. Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

Zielgruppe

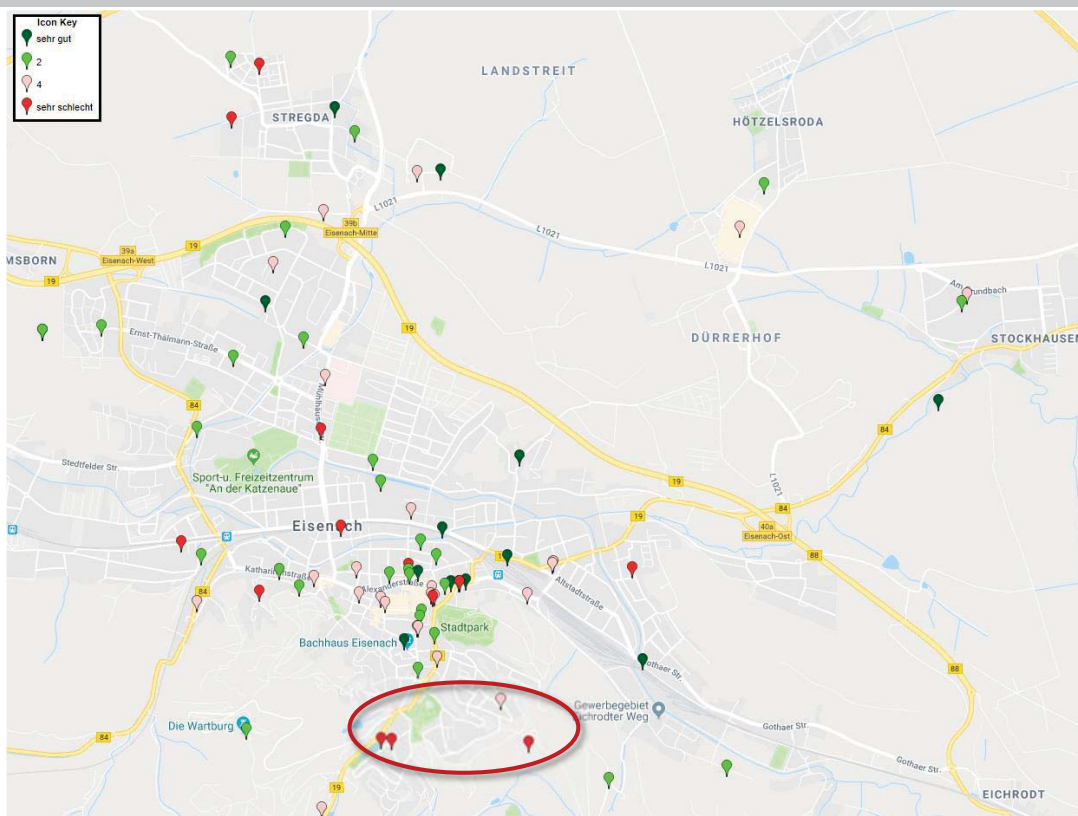
839 Betriebe, über alle Branchen und Größen

Standortzufriedenheit – absolute Nennungen



92
≤ n ≤
134

Zufriedenheit mit der Breitbandanbindung: Standorte der Betriebe

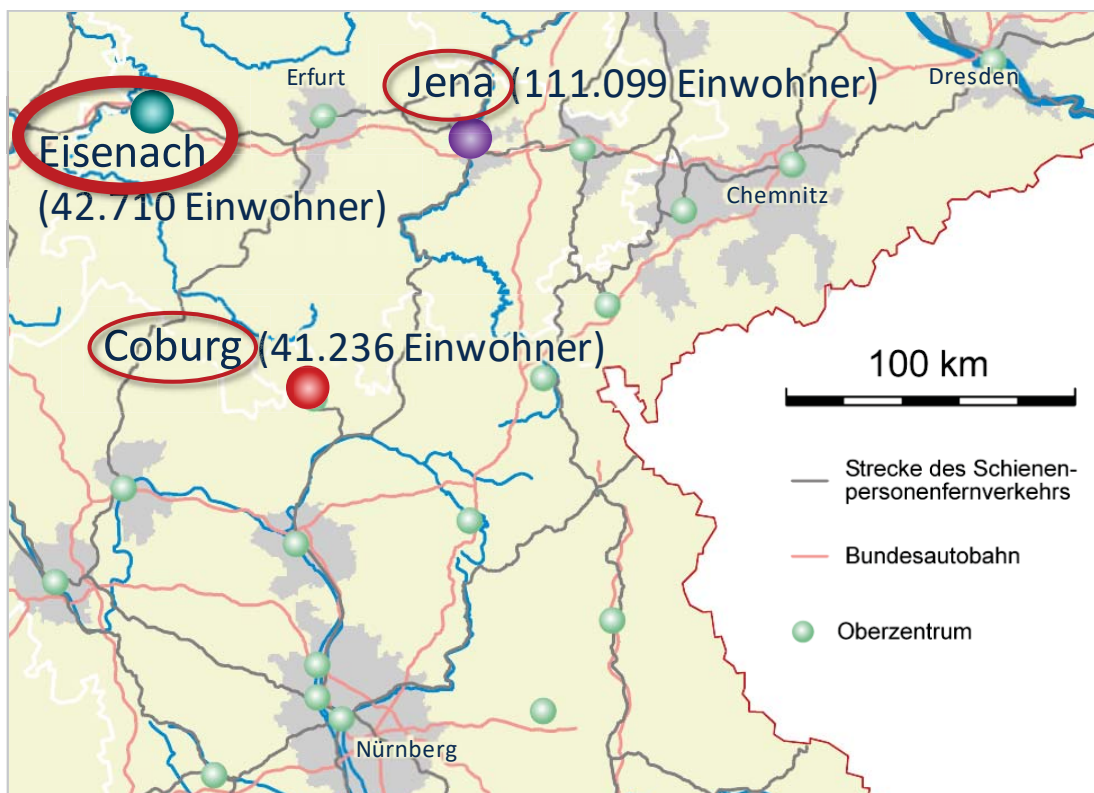


Standortzufriedenheit – absolute Nennungen

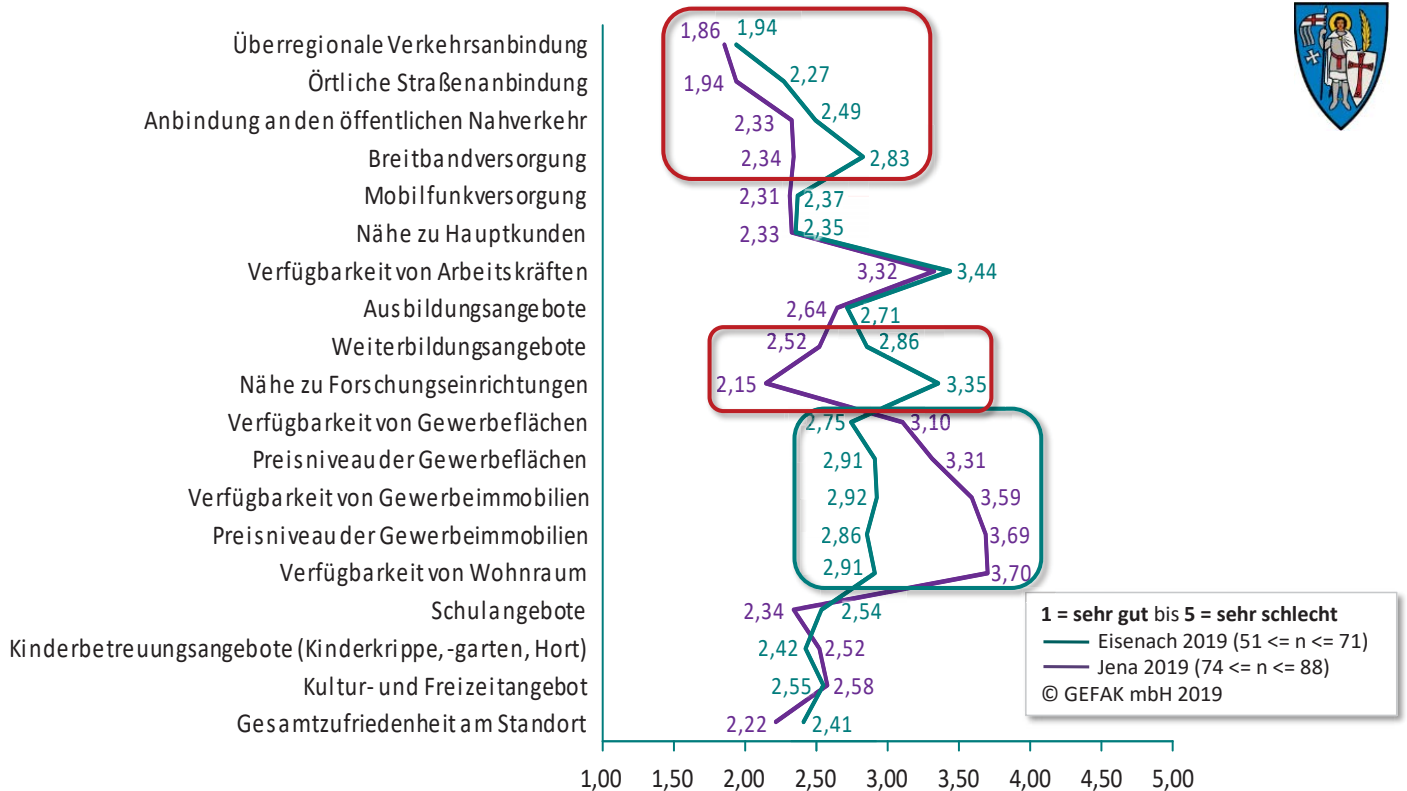


92
 <= n <= 134

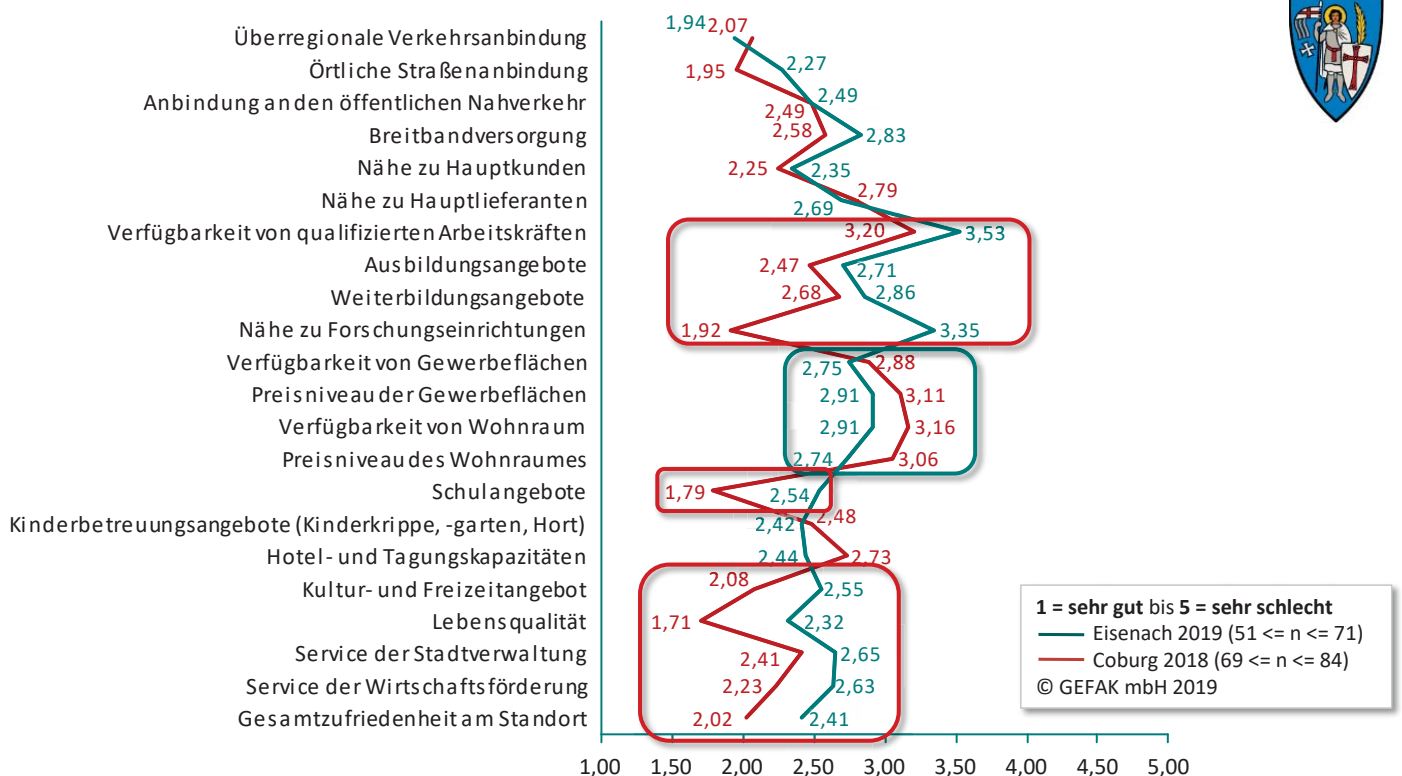
Standortzufriedenheit im Städtevergleich



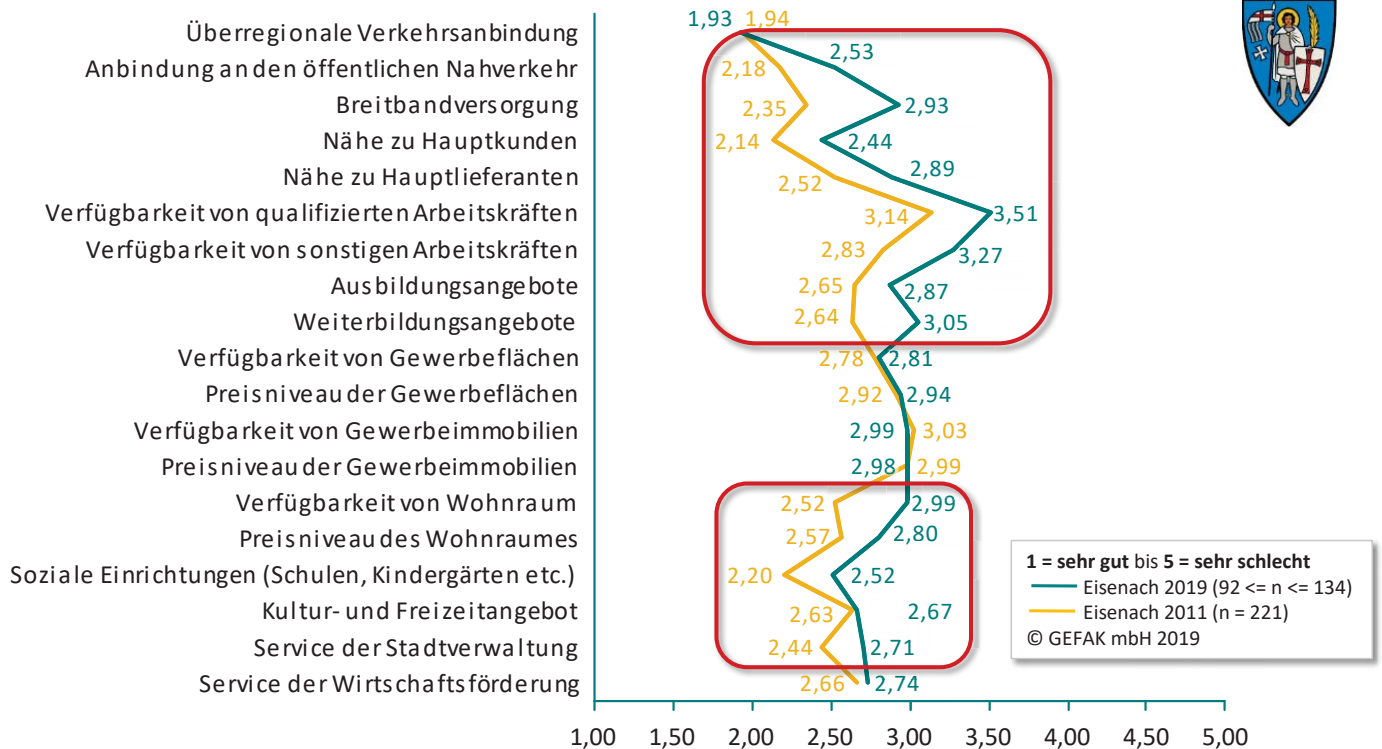
Standortzufriedenheit im Städtevergleich: Jena



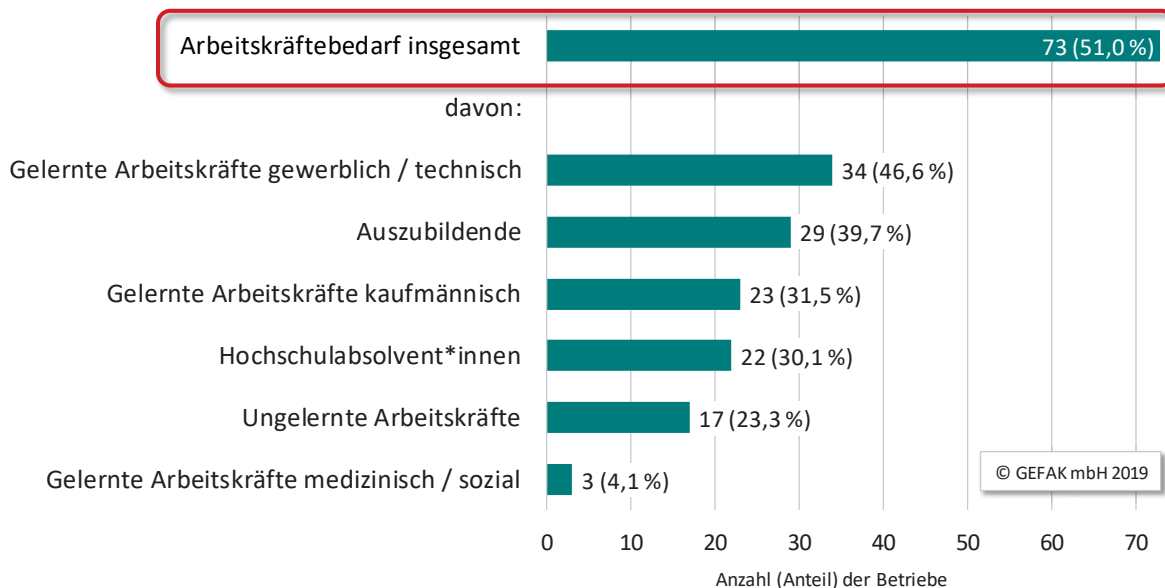
Standortzufriedenheit im Städtevergleich: Coburg



Standortzufriedenheit im Zeitvergleich: Eisenach 2011 und 2019



Betriebe mit Arbeitskräftebedarf in den kommenden zwölf Monaten

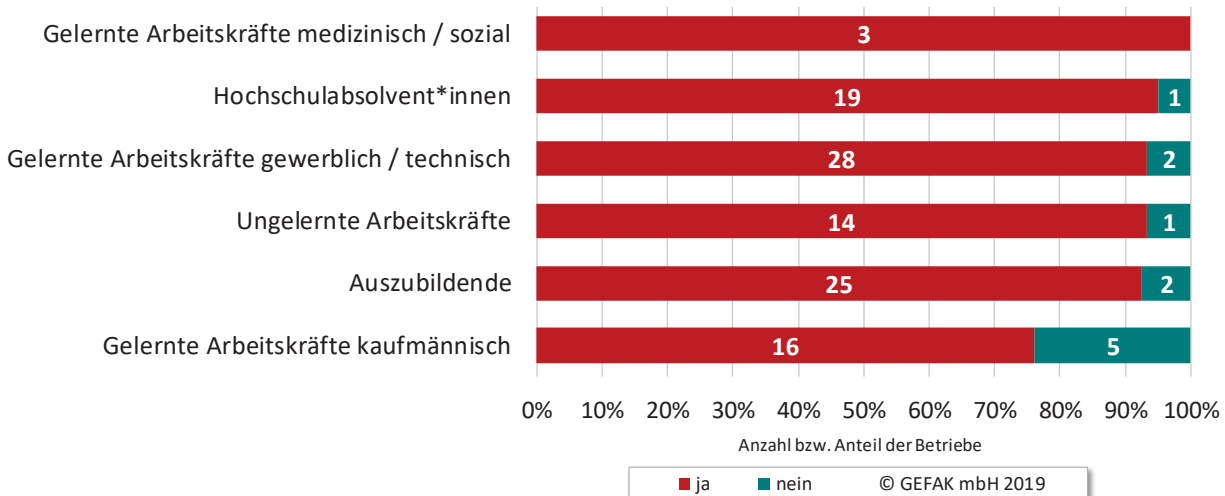


n = 143

Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate

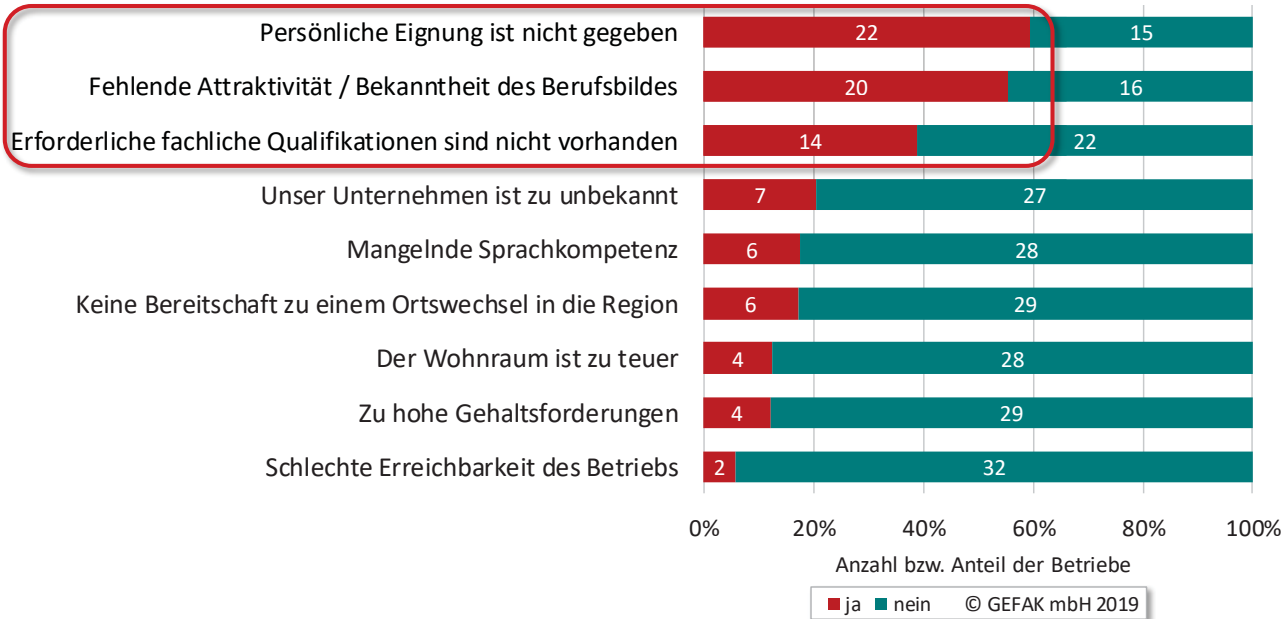
Arbeitskräfte	Unternehmen mit Bedarf	Unternehmen, die den Bedarf quantifiziert haben	Summierter Arbeitskräftebedarf
Hochschulabsolvent/-innen	22	30	85
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich / technisch	34	30	85
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	23	20	40
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch / sozial	3	3	33
Ungelernte Arbeitskräfte	17	15	105
Auszubildende	29	26	83
Summe:	73*	57*	431

Stellenbesetzung – Erwartete Schwierigkeiten nach Berufsgruppen



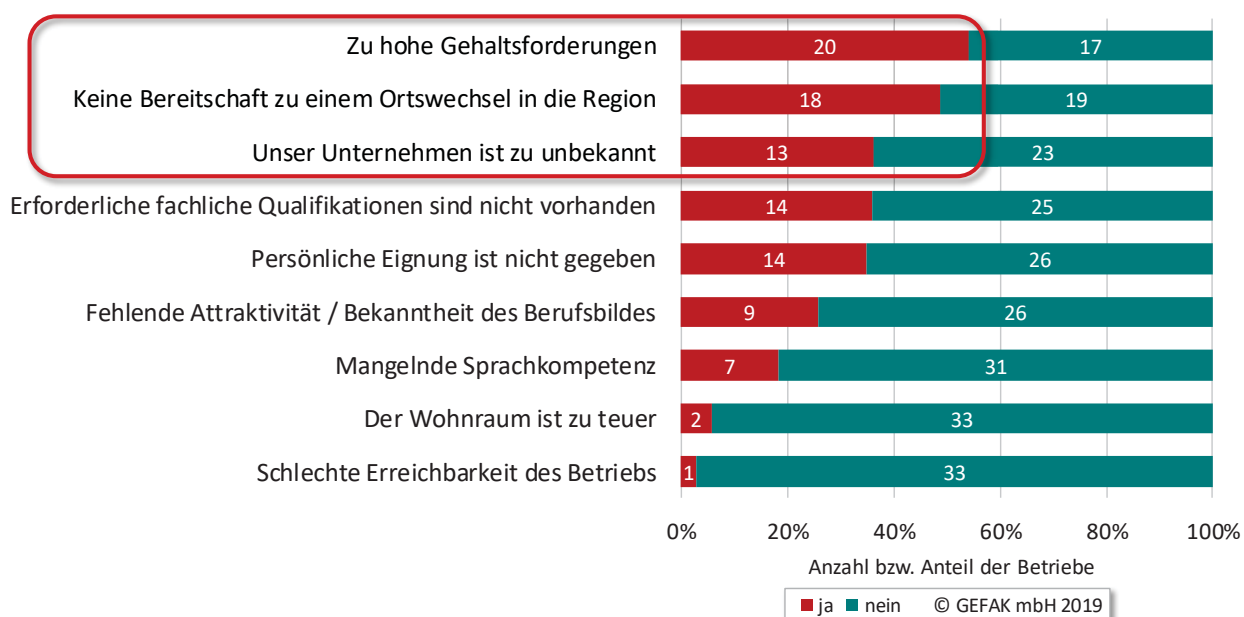
n = 66

Ursachen für Stellenbesetzungsprobleme: Zielgruppe **Auszubildende**



n = 40

Ursachen für Stellenbesetzungsprobleme: Zielgruppe **Akademiker*innen**

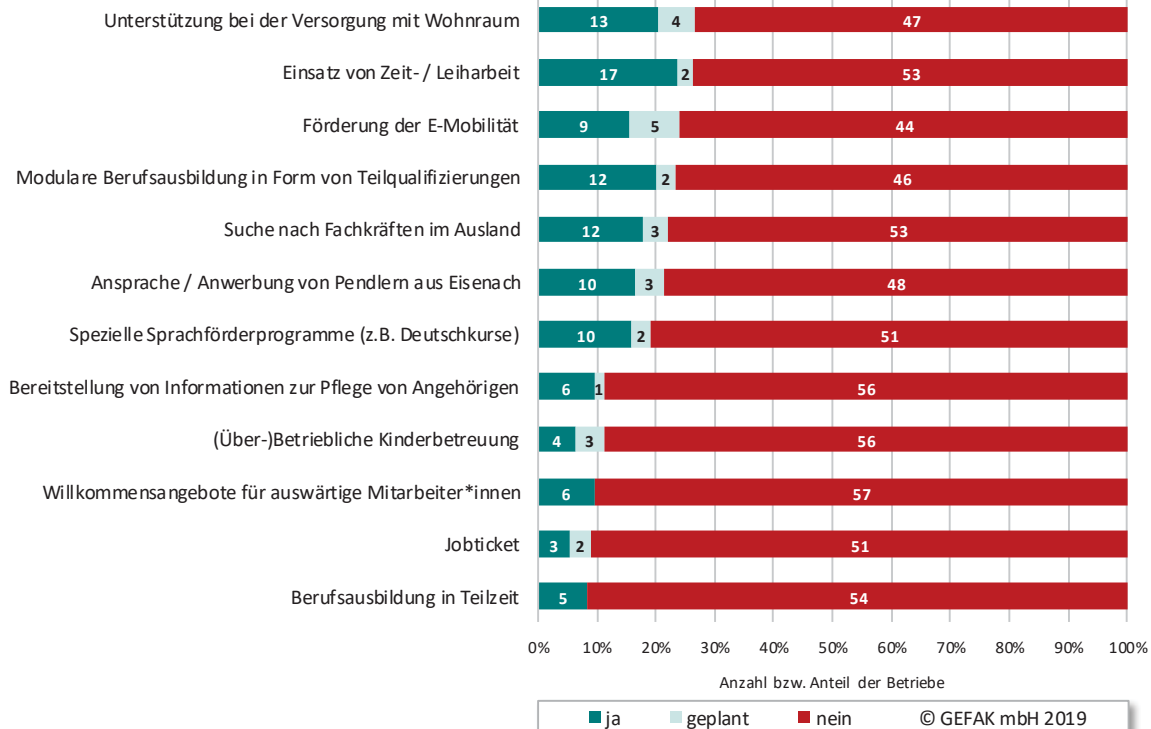


n = 45

Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung (2 von 2)



Darstellung auf dem regionalen Fachkräfteportal der Wartburgregion
(www.karriereheimat.de)



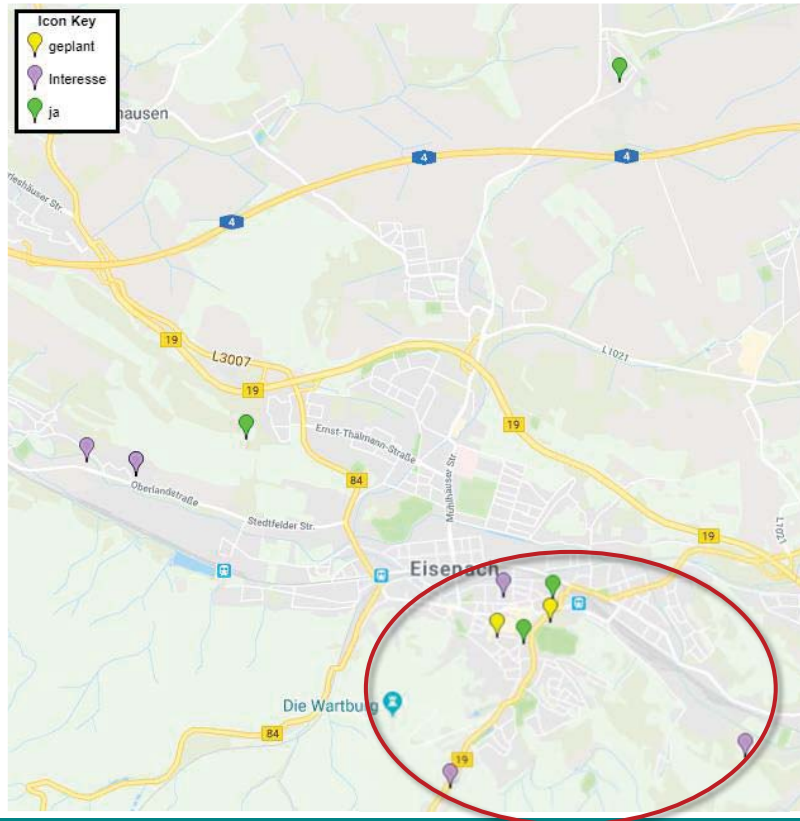
n = 91

Betriebe mit Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung (1 von 2)

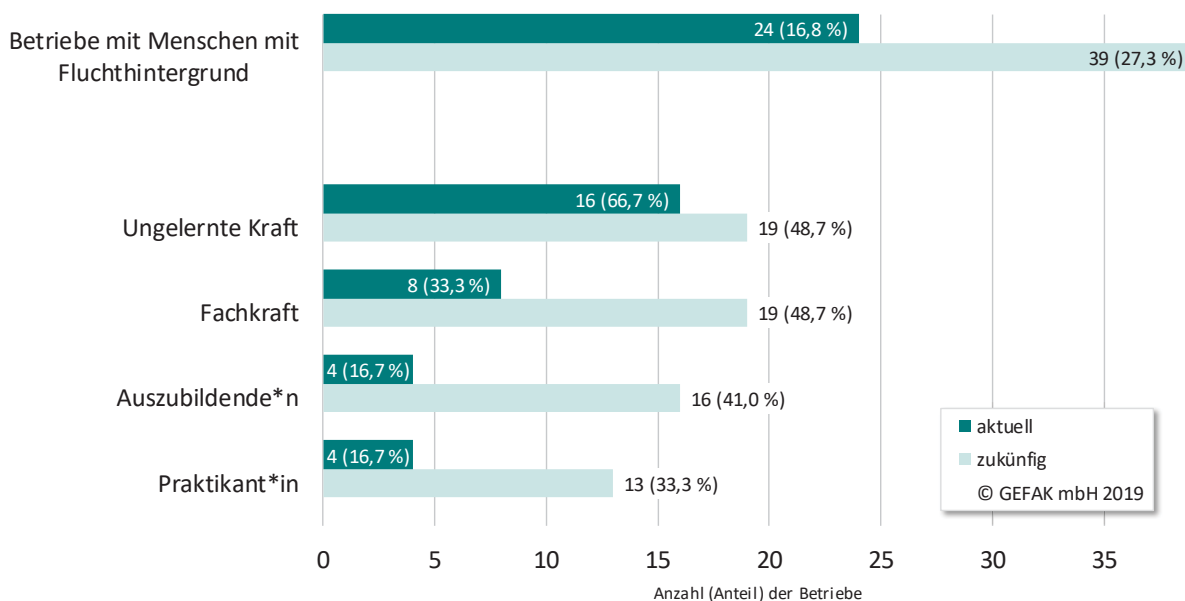


n = 23

Kinderbetreuung vorhanden oder geplant: Standorte der Betriebe



Beschäftigung von Menschen mit Fluchthintergrund



Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

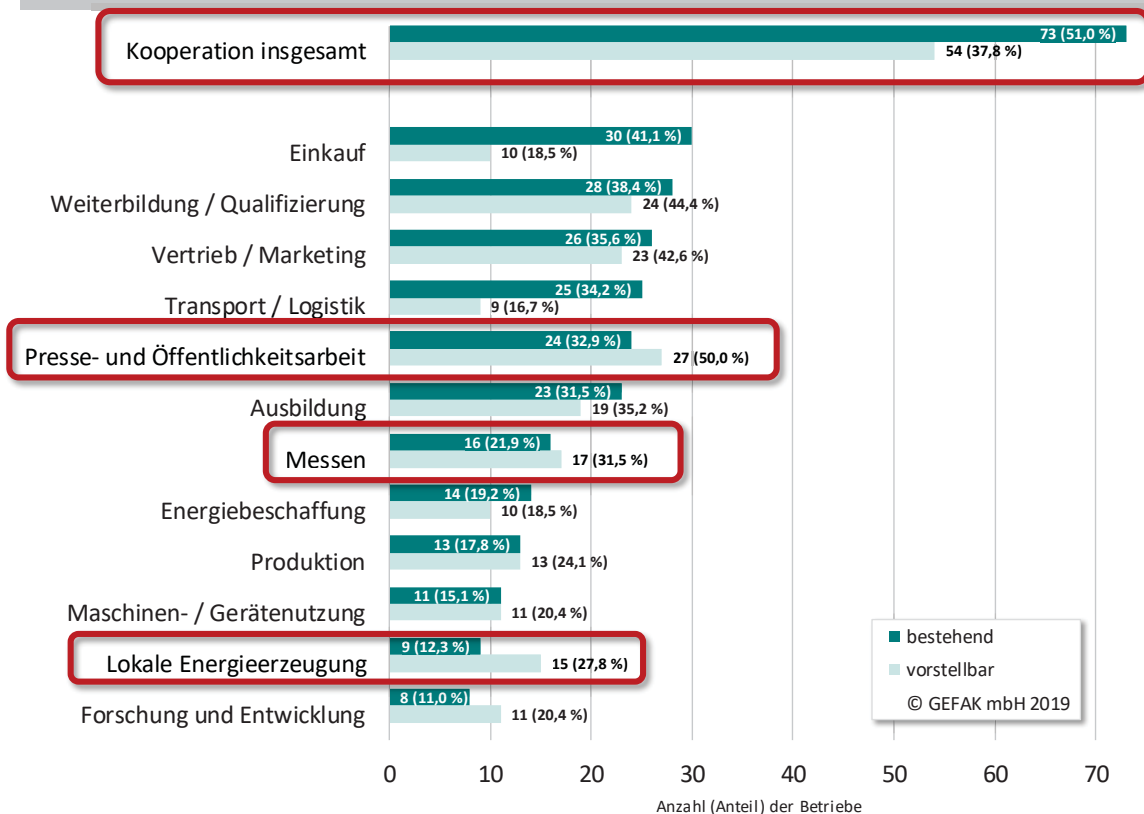


Vernetzung

10.03.2020

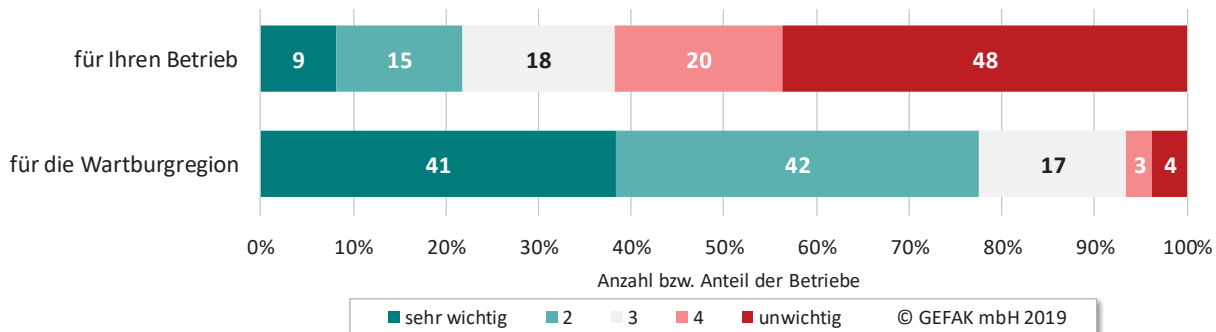
JOSEF ROTHER

Kooperationen: Bestand und Potenzial



n = 143

Bedeutung der DHGE aus Sicht der Betriebe



n = 112

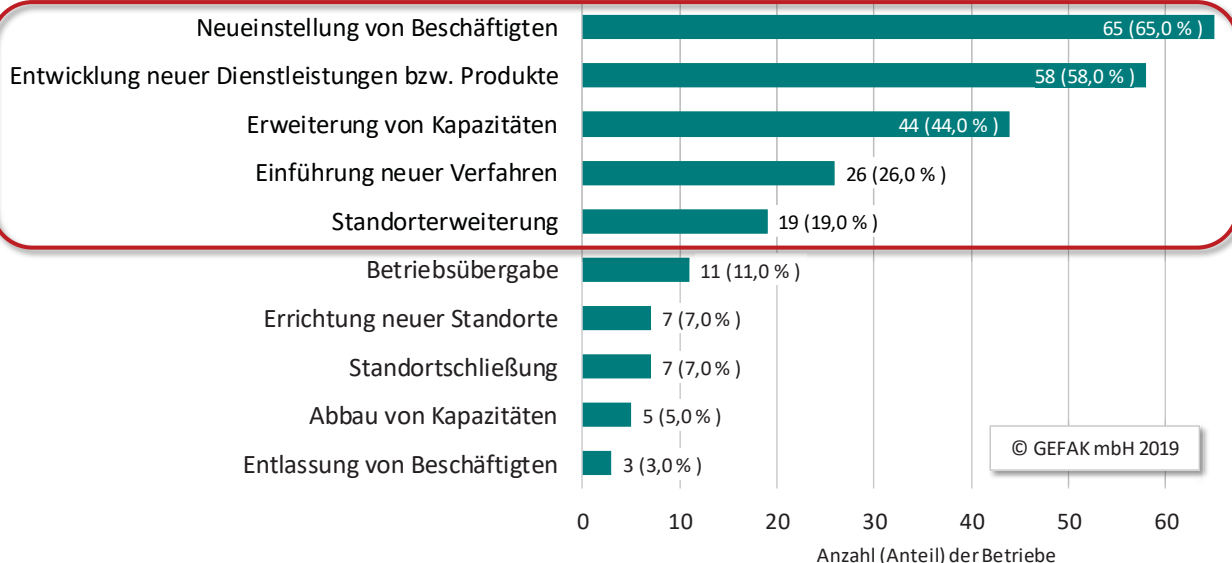
Unternehmensbefragung Stadt Eisenach 2019

Entwicklungspläne & Gewerbeflächen

10.03.2020

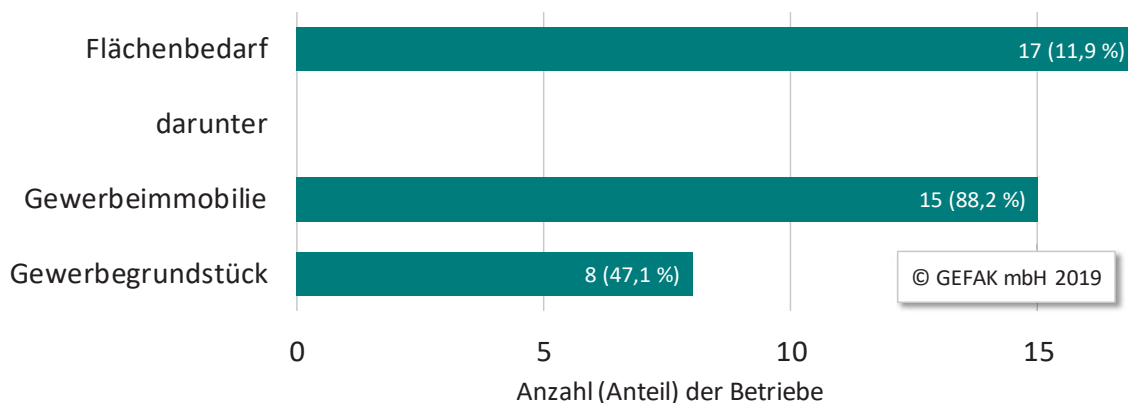


Unternehmensplanungen für die kommenden 3 Jahre



n = 100

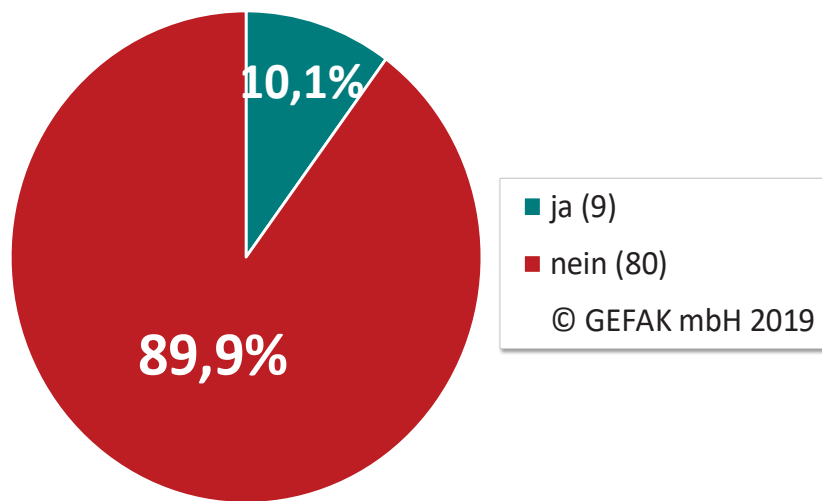
Betriebe mit Gewerbeflächenbedarf (bis 2021)



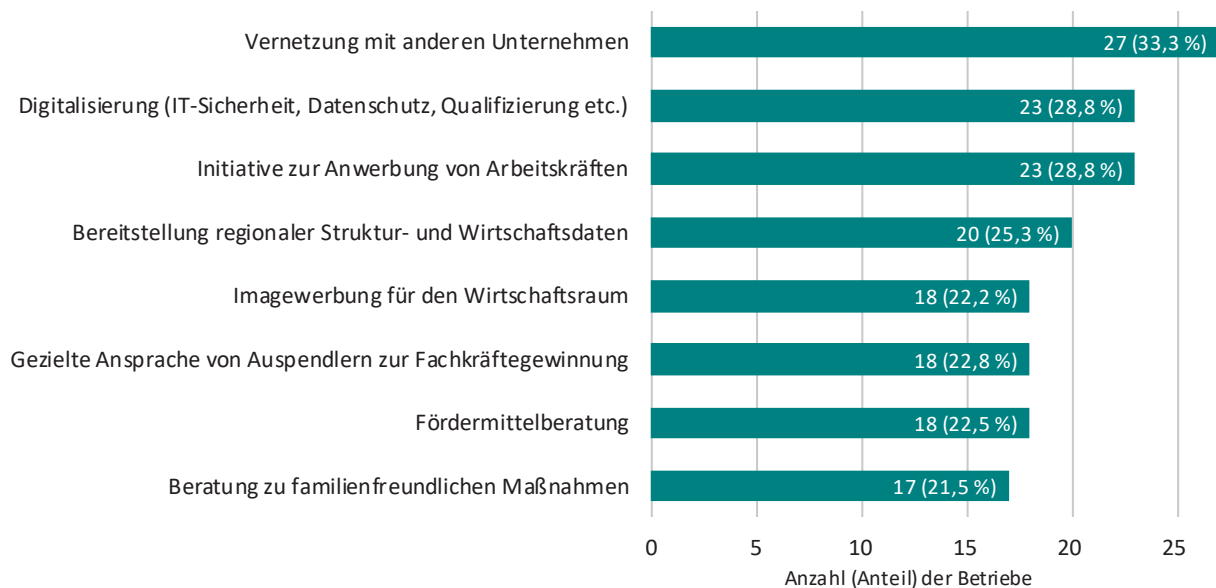
n = 143

Art des Flächenbedarfs	Betriebe mit Bedarf	Betriebe mit quantifiziertem Bedarf	insgesamt Umfang in m ²
1. Gewerbegrundstück	8	2	8.800
2. Gewerbeimmobilie	15	9	6.990

Unser Geschäftsbericht enthält nichtfinanzielle Aspekte der Berichterstattung

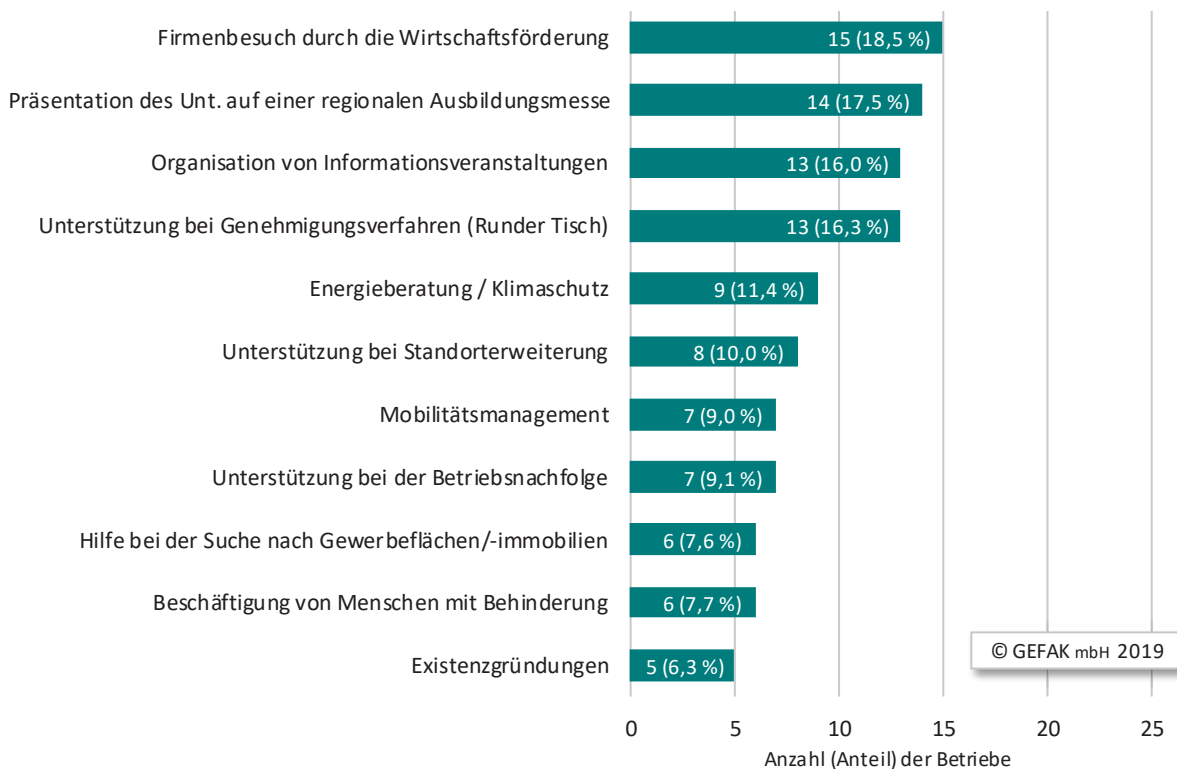


Konkreter Bedarf an der Wirtschaftsförderung (1/2)



n = 143

Konkreter Bedarf an der Wirtschaftsförderung (2/2)



n = 143

Wirtschaftsförderung = Querschnittsaufgabe zur Verbesserung der Lebensqualität

„Lebensqualität“...

- ... ist die oberste Richtschnur der kommunalen Daseinsvorsorge
- ... wird zuletzt durch wohnortnahe Arbeitsplätze erreicht
- ... ist ein wichtiger Standortfaktor - für die Bevölkerung ebenso wie für Unternehmer (erst recht in Zeiten des Fachkräftemangels!)

→ **Die Förderung der Wirtschaft muss ein zentrales Ziel jeglichen Verwaltungshandelns sein, um die Lebensqualität zu sichern bzw. zu steigern**

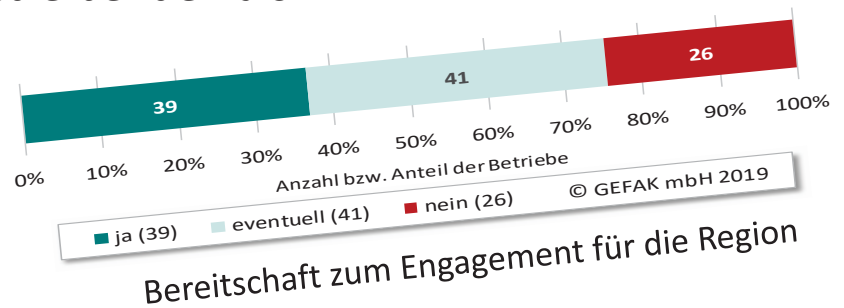
Wirtschaftsförderung = Querschnittsaufgabe zur Verbesserung der Lebensqualität



→ Die Förderung der Wirtschaft muss ein zentrales Ziel jeglichen Verwaltungshandelns sein, um die Lebensqualität zu sichern bzw. zu steigern

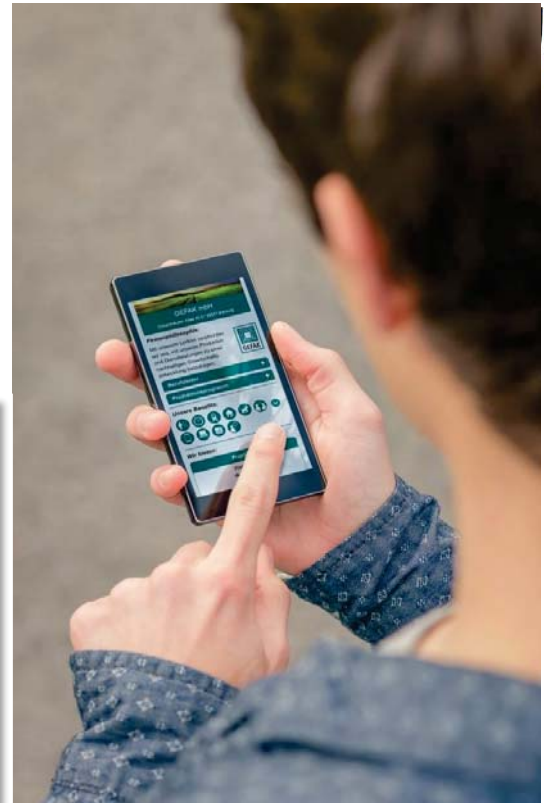
→ Jede Verwaltungseinheit „dient“ den Bürgerinnen und Bürgern...

→ ... und den Wirtschaftstreibenden als „Wirtschaftsbürgern“



Wirtschaftsförderung = Querschnittsaufgabe zur Verbesserung der Lebensqualität





Regionale Fachkräftesicherung unterstützen

- Kostenlose Darstellung regionaler Unternehmen als Arbeitgeber
- Darstellung latenter Angebote (wie Praktika, Ausbildungsstellen etc.)
- Integriertes Anmelde-Tool, um Schüler und Unternehmen zusammenzubringen
- 11 Projekte deutschlandweit
- Südwestthüringen: www.karriereheimat.de

Agenda der 1. Sitzung der Lenkungsgruppe



Zur künftigen Organisation von Wirtschaftsförderung der Ausblick – die nächsten Schritte

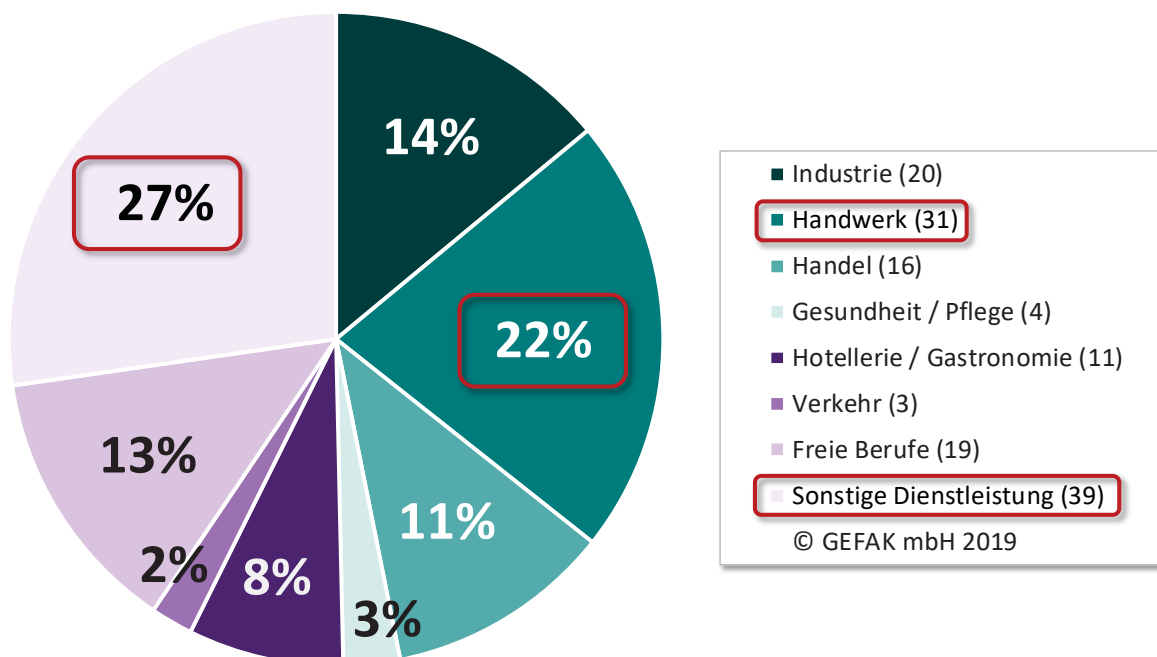


Rücklauf nach Betriebsgröße

Betriebsgröße*	Rücklauf	
	Unternehmen	Anteil
1 - 4 Beschäftigte	54	37,76%
5 - 9 Beschäftigte	21	14,69%
10 - 19 Beschäftigte	22	15,38%
20 - 49 Beschäftigte	14	9,79%
50 - 99 Beschäftigte	10	6,99%
100 und mehr Beschäftigte	8	5,59%
Ohne Angabe	14	9,79%
Summe	143	100,00%

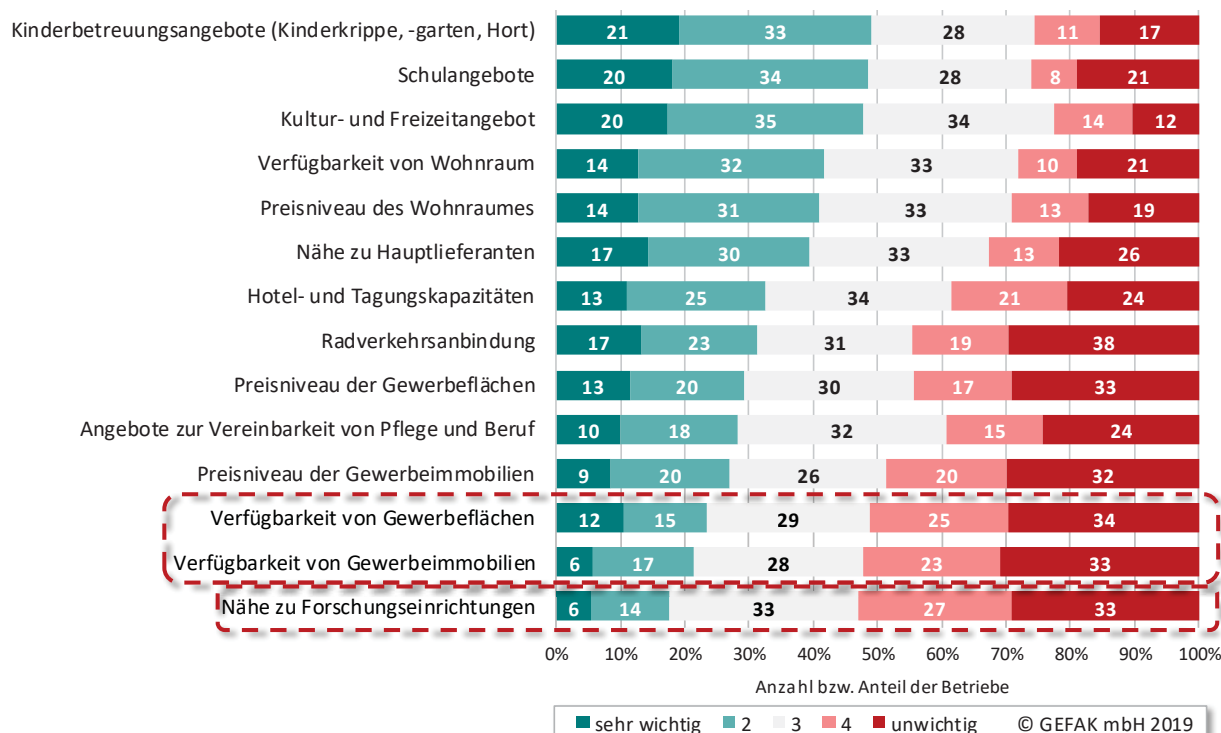
Mehr als die Hälfte der Antworten kommt von Kleinbetrieben

Rücklauf nach Wirtschaftsbereichen (Unternehmen)



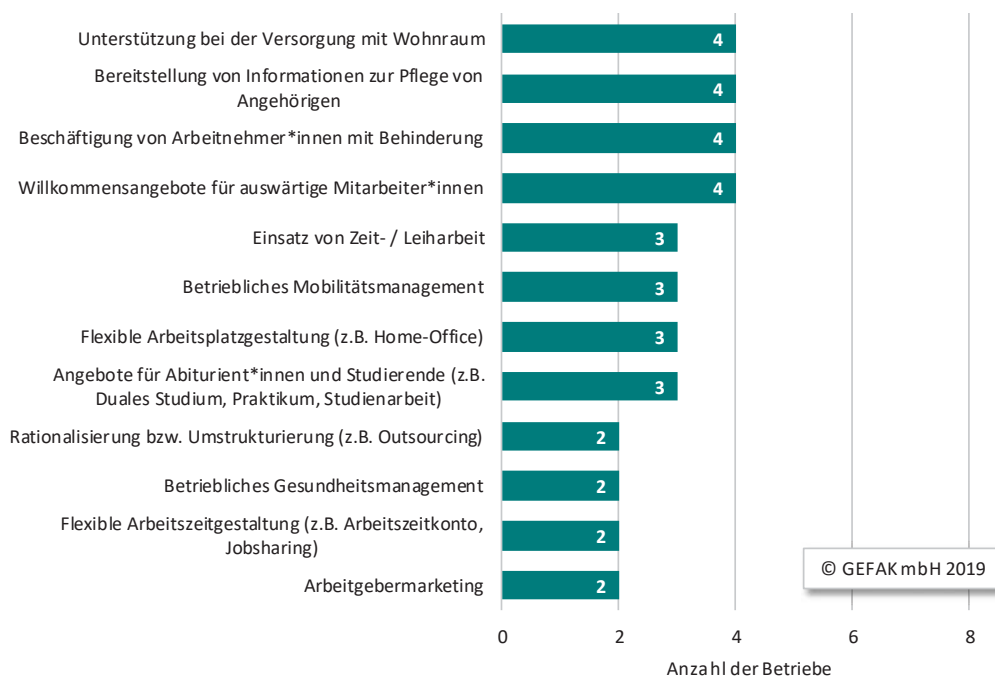
n = 143

Wichtigkeit Standortfaktoren – absolute Nennungen



99
≤ n ≤
132

Betriebe mit Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung (2 von 2)



n = 23

Handlungsfelder

