



2014

GESCHÄFTSBERICHT



Gesellschaft zur Förderung
der Wirtschafts- und
Beschäftigungsentwicklung
im Landkreis Starnberg mbH

Inhaltsverzeichnis

01 gfw-Überblick	gfw – Mehr als ein Jahrzehnt Erfahrung	04
	Kennenlernen hilft Verstehen	06
02 Schwerpunkte	Wirtschaftsförderung	08
	innoSTA – 14 Jahre Erfolgsgeschichte	12
	Erfolgreiche Standortförderung	14
	Konversionsmanagement – Vom Sperrgebiet zur Freifläche	18
03 Regional- management	<i>SCHULEWIRTSCHAFT</i>	20
	Kultur- und Kreativwirtschaft	25
	Standort-Markenstrategie	28

Mehr als ein Jahrzehnt Erfahrung

Aufgaben der gfw seit 2001

Die gfw Starnberg mbH wurde im Jahr 2001 als eine der ersten Wirtschaftsförderungs-GmbHs in Bayern gegründet. Seit Aufnahme des operativen Geschäftes im Dezember 2001 hat die gfw eine Vielzahl an Aufgaben übernommen, die nicht nur Wirtschaftsstruktur und wirtschaftliches Klima stärken, sondern mit dem **Regionalmanagement** und jüngst auch dem **Konversionsmanagement** für eine integrierte und zukunftsorientierte Regionalentwicklung sorgen.

SCHNITTSTELLE
ZWISCHEN
BEHÖRDEN UND
UNTERNEHMEN -
DIE gfw ALS
MODERATOR
UND LOTSE

Die Wirtschaft der Region stärken – diese Aufgabe steht bei der Arbeit der gfw im Mittelpunkt. Ein möglichst wirtschaftsfreundliches Klima gelingt am besten, wenn Behörden, Investoren und Entscheider konstruktiv zusammenarbeiten. Die gfw übernimmt dabei eine **doppelte Lotsenfunktion**: sie gibt Orientierung für Landkreis und Kommunen und berät auf der anderen Seite die ansässigen Unternehmen. Das Ergebnis ist ein zielgerichtetes Zusammentreffen aller Beteiligten, initiiert und moderiert von der gfw. Mit diesem Engagement gelingt es, selbst bei äußerst komplizierten Verhandlungen zwischen Kommunen und Unternehmen, eine Lösung zu finden. So hat es die gfw mittlerweile geschafft, sich **bei allen wirtschaftsräumlichen Fragen**

als erste Anlaufstelle zu etablieren. Die Bandbreite an Aufgaben ist dabei vielfältig.

AKTIVE STEUERUNG
UND KOMPETENTE
NETZWERKE –
ESSENTIELLE
BESTANDTEILE
JEDES PROZESSES

Eine professionelle Prozesssteuerung von Anfang an ist für raumrelevante Projekte heute wichtiger denn je. Auf dem Weg vom Vorhaben zur Realisierung muss jeder einzelne Schritt exakt geplant und effektiv koordiniert werden. Dazu gehört es, zum richtigen Zeitpunkt die jeweiligen Akteure einzubinden, alle Beteiligten mit relevanten Informationen zu versorgen und eine reibungslose Kommunikation zu gewährleisten. All das ist die Aufgabe der gfw.

Neben dieser Begleitung von Umsetzungsprozessen ist Netzwerkarbeit die zweite wichtige Säule. Die nachhaltige Entwicklung einer Region erfordert eine konstruktive Zusammenarbeit verschiedenster Bereiche. Die gfw verfügt über ein professionelles und engagiertes Netzwerk, aus dem – je nach Projekt – alle notwendigen Kompetenzen abgerufen werden können. Um regionale Stakeholder aktiv zu involvieren, existieren seit Jahren innovative und kreative Projekte: das Netzwerk **SCHULEWIRTSCHAFT** fördert das Potenzial von morgen, die gerade entwickelte **Standort-Markenstrategie Region Starnberg-AmmerSee** findet neue Perspektiven und schafft übergreifendes Denken und die seit Jahren erfolgreiche **Gewerbemesse innoSTA** sorgt für produktiven Austausch zwischen den Unternehmen in der Region.

PERSONELLE AUSSTATTUNG*

* in der Wirtschaftsförderung

gfw

0,231

Mitarbeiter je
10.000 Einwohner

DEUTSCHLANDWEIT

0,3

Mitarbeiter je
10.000 Einwohner

GESTALTUNGSMITTEL*

* Mittel für Projekte und Veranstaltungen

gfw

1.828,46 €

Gestaltungsmittel je
10.000 Einwohner

DEUTSCHLANDWEIT

7.541,77 €

Gestaltungsmittel je
10.000 Einwohner

Quelle: KGST – Bericht aus der Vergleichsarbeit – Ziele und Kennzahlen in der kommunalen Wirtschaftsförderung, Nr. 1/2014

Kennenlernen hilft Verstehen

Unabhängig, um welches Projekt es sich handelt: je mehr Wissen, umso besser das Verständnis!

Nur wer ausreichend über seine Partner und ihre jeweiligen Bedürfnisse informiert ist, kann produktiv mit ihnen zusammenarbeiten. Alle von der gfw organisierten Veranstaltungen haben demnach ein zielgerichtetes Format und einen klaren Fokus: **einander kennenlernen – gegenseitig informieren – Wissen weitergeben – Synergien erzeugen.**

Dafür braucht es Orte und Veranstaltungen, die so organisiert sind, dass sich passende Partner finden können. So können anwesende Unternehmen nicht nur neue Geschäftskontakte knüpfen, sondern auch – durch gegenseitiges Kennenlernen und Informieren – mehr Verständnis füreinander schaffen. Dies gilt vor allem auch für Kontakte zwischen Wirtschaft sowie Kommunen und Verwaltung.

Die Bandbreite an gfw-Veranstaltungen ist dabei äußerst vielfältig: neben der oben angesprochenen **Gewerbemesse innoSTA** und dem **Tag der Ausbildung**, an dem Schüler aus dem Landkreis vor Ort ansässige Unternehmen

kennenlernen können, wird auch jedes Jahr der **Wirtschaftspreis** des Landkreises Starnberg an besonders herausragende Unternehmen verliehen. Für Existenzgründer finden regelmäßig **kostenlose Beratungstermine** statt sowie diverse Veranstaltungen, mit deren Hilfe sie sich ein eigenes Netzwerk schaffen können. Je nach Bedarf existieren auch Termine zu speziellen oder gerade aktuellen Themen, wie **Base II, Unternehmensnachfolge, Exportaufbau oder Förderprogramme.**

Darüber hinaus ist die gfw in zahlreichen Gremien vertreten und wird als Partner für Veranstaltungen auf regionaler, aber auch überregionaler Ebene angefragt.

Als Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Verwaltung hält die gfw kontinuierlich engen Kontakt zu angrenzenden Behörden und Institutionen. Dazu gehören: IHK für München und Oberbayern, Handwerkskammer München, die Europäische Metropolregion, unterschiedliche Ministerien sowie die Regierung von Oberbayern, das Kompetenznetzwerk für Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und viele mehr.



Wirtschafts- förderung



Foto: DSK GmbH

Bestandspflege als Hauptaufgabe

Wenn Unternehmen ihren Standort bereits in der Region haben, muss sich eine Wirtschaftsförderung kontinuierlich dafür engagieren, dass das so bleibt. Hauptaufgabe der gfw ist es demnach **Wünsche, Erwartungen und Probleme der Unternehmen genau zu kennen**, sie ernst zu nehmen und nach individuell passen-

den Lösungen zu suchen. Für eine solch exakte Analyse der jeweiligen Bedürfnisse ist **regelmäßiger Kontakt und Engagement vor Ort** unerlässlich. Zahlreiche Unternehmensbesuche, Stammtische, Befragungen und Kontakte auf Messen etc. haben in den letzten Jahren dafür gesorgt, dass die Unternehmer im Landkreis die gfw als Partner anerkennen und schätzen gelernt haben.

Ziel der für **2015 geplanten Unternehmensbefragung** ist es, deren Wünsche noch genauer zu erfassen, um in Zukunft noch zielgerichteter Unterstützung zu bieten. Dieser intensive Kontakt hat zahlreiche Erfolge vorzuweisen: trotz Standortwechsel wegen Firmenerweiterung ist es so gelungen, dass Unternehmen wie Codello oder Baasel im Landkreis geblieben sind.

Neuansiedlung

Im Gegensatz zu vielen anderen Wirtschaftsförderungsgesellschaften in Deutschland steht bei der gfw die Neuansiedlung von Unternehmen nicht im Fokus. Grund dafür sind die wenigen verfügbaren Grundstücksflächen im Landkreis Starnberg. Dennoch

konnte die gfw in den letzten Jahren immer wieder Unternehmen von den zahlreichen Standortvorteilen des Landkreises Starnberg überzeugen. Einige Beispiele dafür sind AENOVA, OHB und tobi Kindermöbel, die in Bezug auf ihre Standortwahl eng mit der gfw zusammengearbeitet haben



GIS-Datenbank / SISBY-Gewerbe- flächendatenbank

Mit Einführung der **GIS-basierten Unternehmensdatenbank** hat die gfw ihr Aufgaben- und Servicespektrum seit dem Frühjahr 2014 noch einmal deutlich erweitern können. Ziel dieses Geografischen Informationssystems ist die **Präsentation und Visualisierung von Informationen über zahlreiche Unternehmen im**

Landkreis Starnberg. Mit dieser Datenbank wird die Stärke der Region nun für jedermann auf den ersten Blick klar sichtbar: als Standort innovativer Unternehmen, als Hotspot für Kultur- und Kreativwirtschaft und als Magnet für die Tourismus- und Freizeitbranche. Jeder Nutzer kann sich mit einigen Mausklicks über die Region informieren: Welche Firmen sind in der jeweiligen Kommune angesiedelt? Was



Quelle: Planungsverband München 2014

wird dort produziert? Welche Dienstleistung bietet ein Unternehmen an und zu welchem Wirtschaftszweig gehört es? Eine **schnelle und effektive Möglichkeit für Investoren, ansiedlungsinteressierte Unternehmen und potenzielle Kunden**, sich ein Bild von den wirtschaftlichen Stärken und Besonderheiten des Landkreises zu machen.

Der Wunsch nach einer solchen Datenbank stammt aus der Gesellschafterversammlung und konnte durch eine enge Zusammenarbeit mit Kommunen und dem Landratsamt erfolgreich umgesetzt werden.

Derzeit wird eine **Suchfunktion** entwickelt, die es dem Nutzer ermöglichen soll nach unterschiedlichen Kriterien zu suchen und so den angebotenen Service weiter zu verbessern.

Existenzgründung

Seit 2006 existiert das **Beratungsnetzwerk für Existenzgründer** im Landkreis Starnberg und wird seitdem mit großem Erfolg genutzt. Die **Mitglieder des Netzwerkes (IHK, HWK, Aktivsenioren, HBE)** bieten in regelmäßigen Abständen kostenlose Einzeltermine, bei denen z.B. Businesspläne besprochen werden, Steuerfragen geklärt oder sonstige wertvolle Tipps zur Unternehmensgründung gegeben werden. Nicht nur für Neugründer ist das Netzwerk eine Anlaufstelle, **auch bei Betriebs- oder Unternehmensübergaben** können sich die Nachfolger jederzeit Rat holen. Insgesamt ist es das Ziel der gfw, alle Bereiche der Wirtschaft zu unterstützen – vom Existenzneugründer über Freiberufler oder Kleinunternehmer bis hin zum etablierten, erfolgreichen Groß-Unternehmer. **In den letzten 10 Jahren sind knapp 1.000 potenzielle Gründerinnen und Gründer umfassend, kompetent und**

kostenlos beraten worden. Nicht jede Idee wurde nach der Beratung auch wirklich realisiert, manch einer musste sein Konzept verwerfen oder neu überarbeiten. Doch zahlreiche Neugründungen, wie die der Firma Stentec aus Tutzing, legten einen professionellen und erfolgreichen Start hin.

Im Herbst 2013 erweiterte die gfw ihr Angebot um das **Existenzgründer- und Jungunternehmerfrühstück**. Wie geht es für Selbstständige nach Gründung und Startphase ihres Unternehmens weiter? Das ist Thema der Veranstaltungen, die 3-4-mal pro Jahr stattfinden. Eine **längerfristige Begleitung der Jungunter-**

nehmer war Anlass, diesen regelmäßigen Austausch zwischen Selbstständigen ins Leben zu rufen. Jedes Frühstück steht unter einem zentralen, für alle Beteiligten relevanten, Thema, zu dem auch ein externer Referent eingeladen wird. Maximal 20 Teilnehmer und eine jedes Mal wechselnde Location machen die Veranstaltung zu einem spannenden Treffen und ermöglichen intensive Netzwerkarbeit. Zusätzlich findet einmal im Jahr eine kleine Messe zum Thema Existenzgründer statt.

434
Beratungen
SEIT 2011



Wirtschaftspreis 2014

Die langjährige Zusammenarbeit der gfw mit Existenzgründern zeigt auf eindrucksvolle Weise, wie motiviert, kreativ und professionell viele Unternehmen starten und welche Dynamik und Innovationskraft von ihnen ausgeht. **Eine unglaubliche Vielfalt steckt in dieser Gründerszene, die zahlreiche neue Arbeitsplätze schafft** und dem Landkreis Starnberg hohe Erträge liefert. Ein Fakt, der für die Bevölke-

rung oft nicht sichtbar ist und zu wenig wahrgenommen wird.

Aus diesem Grund stellte die gfw den **Wirtschaftspreis 2014 unter das Motto Existenzgründer und Jungunternehmer**. Mit der Auszeichnung wurden erfolgreiche ExistenzgründerInnen und JungunternehmerInnen mit Firmensitz im Landkreis Starnberg für ihre unternehmerische Idee und Leistung, aber auch für

ihren Mut zum Schritt in die Selbständigkeit ausgezeichnet. Dazu wurde beurteilt, inwiefern sich die jeweiligen Firmengründungen positiv auf Wirtschaftsstruktur und Beschäftigungsentwicklung auswirkten. **Tremi Laufgut, das im Oktober 2014 ausgezeichnete Unternehmen**, erfüllte alle in den Richtlinien aufgestellten Kriterien und ist ein beeindruckendes Beispiel für einen erfolgreichen Start aus dem Nichts.

innoSTA - 14 Jahre Erfolgsgeschichte

DIE GEWERBEMESSE IM LANDKREIS STARNBERG



Die innoSTA-Gewerbemesse in der Region Starnberg-AmmerSee

2001 hat die gfw sie ins Leben gerufen, mittlerweile gehört sie im Bereich Wirtschaft zu den wichtigsten Veranstaltungen im Landkreis Starnberg: die innoSTA.

Hier verbindet sich, was zusammengehört und trifft sich, was sich noch nicht gefunden hat.

Von kreativen Kleinunternehmen über traditionsreiche Handwerksbetriebe bis hin zu innovativen Hidden Champions und international agierenden Großunternehmen, die Bandbreite der innoSTA-Aussteller ist beeindruckend und enorm vielfältig. Seit 2007 liegt die Organisation der innoSTA komplett bei der gfw Starnberg mbH, die sich freut mit der Messe jedes Mal aufs Neue zu erleben, wie das Ziel ihrer Arbeit verwirklicht wird: **ein erstklassig funktionierendes Netzwerk der Unternehmen in der Region.**

Die stetige Weiterentwicklung dieser Gewerbesmesse – in quantitativer und qualitativer

Hinsicht – hat dazu geführt, dass heute jedes Mal alle Messestände komplett ausgebucht sind und sich sogar eine Warteliste nicht vermeiden lässt. 2007 hat die gfw die Abwicklung der innoSTA aus finanziellen und organisatorischen Gründen selbst in die Hand genommen und konnte so die Zufriedenheit von Ausstellern und Besuchern weiter steigern. Mittlerweile sind jedes Mal rund **80 Aussteller auf den insgesamt 1.000 qm Ausstellungsfläche** vertreten. Zu den Besuchern zählen nicht nur interessierte Bürger der Region, sondern auch Schülerinnen und Schüler, die die Gelegenheit nutzen wollen, mögliche Arbeitgeber in ihrer Umgebung kennenzulernen.



Erfolgreiche Standortförderung

Wie finden passende Arbeitnehmer und Arbeitgeber zusammen? Projekte zur Beschäftigungsentwicklung

Der **Geschäftsführer der gfw ist Vorsitzender des Beirates Jobcenter Starnberg**. Viermal jährlich stellt das Jobcenter spezielle Themen und Entwicklungen vor und es wird beratschlagt, welche Projekte gerade für das Jobcenter von Bedeutung sein könnten. Darüber hinaus werden Beschlüsse gefasst, die dann der Trägerversammlung vorgelegt werden. Durch die intensive Zusammenarbeit mit dem Jobcenter hat sich zum Beispiel **Start frei** ergeben – ein **Projekt, bei dem jungen allein-erziehenden Müttern der Start oder Wiedereinstieg ins Berufsleben erleichtert wird**. 10 Müttern konnte in diesem Jahr mit Unterstützung der gfw eine berufliche Perspektive gegeben werden.

AUCH MAL IN DIE FERNE SCHWEIFEN - AUSLÄNDISCHE MITARBEITER KOMPENSIEREN FACHKRÄFTEMANGEL Qualifizierte Mitarbeiter zu finden, wird für Arbeitgeber im Landkreis Jahr für Jahr schwieriger. Ausländische Fachkräfte und Auszubildende für diese Stellen zu suchen, kann für beide Seiten eine gewinnbringende Lösung sein, denn Mitarbeiter aus anderen Ländern und Kulturkreisen können ein Unternehmen ungemein bereichern. Oft brauchen aber sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber Ratschläge und viel Erfahrungsaustausch, um eine Integration gut zu meistern. Daher hilft die gfw Unternehmen nicht nur bei

der Suche nach geeigneten Arbeitnehmern, sondern **trifft sich auch regelmäßig mit Personalleitern großer Firmen im Landkreis**. Abgesehen von der Etablierung einer Willkommenskultur für ausländische Mitarbeiter wird beispielsweise besprochen, **wer bei Wohnungssuche und Behördengesprächen weiterhelfen kann**. Im Mai 2014 besuchten 14 Männer und Frauen aus Spanien den Landkreis Starnberg, um sich über Ausbildungsplätze bei Pflegeeinrichtungen zu informieren. Zehn von ihnen haben im Herbst mit dieser Berufsausbildung begonnen. Hier hat die gfw die verschiedenen Pflegeeinrichtungen an einen Tisch gebracht, die Kommunikation mit der Agentur für Ar-

beit koordiniert und während des Schnupperaufenthaltes Unterkünfte bereitgestellt. Angespornt durch die erfolgreiche Zusammenarbeit beim Thema **„spanische Fachkräfte für den Pflegebereich“** wird es ab Ende November regelmäßige Treffen von Personalleitern der größten Arbeitgeber im Landkreis geben. Die Themen haben eine breite Palette: **Personalentwicklung und Talent Management, Employer Branding, Fachkräfte-Rekrutierung** im Hinblick auf die demografische Entwicklung ab 2020, betriebliches Gesundheitsmanagement oder Vergütungsstrukturen bzw. Vergütungsmanagement.

SCHNELLER SURFEN IN DER REGION - BREITBAND Ohne Breitbandversorgung keine wirtschaftliche Entwicklung - **schnelles Internet ist Grundvoraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit einer Region!** Das betrifft nicht nur Großstädte, sondern auch Umlandgemeinden und ländliche Regionen. Auch im privaten Bereich zählt die Möglichkeit zum schnellen Surfen mittlerweile zu den Grundbedürfnissen, die in den Bereich der Da-

seinsvorsorge von Gemeinden fallen Die gfw schenkt diesem wichtigen Thema seit Jahren maximale Aufmerksamkeit. **Ziel ist eine flächendeckende und qualitativ hochwertige Breitbandversorgung im gesamten Landkreis**. Seit Mitte 2012 freuen sich Unternehmen und Bewohner des Landkreises über stetige Fortschritte: im Rahmen des 1. Breitbandförderprogrammes der bayerischen Staatsregierung wurden zahlreiche Ortsteile angebunden und **insgesamt 1,3 Millionen Euro an Fördergeldern in den Landkreis gebracht**. Mit dem 2. Förderprogramm erschließen die Kommunen – unterstützt von der gfw – bisher eher unterversorgte Ortsteile. Beim Thema Breitband soll der Landkreis Starnberg einen Spitzenplatz einnehmen, um so die Zukunft des Wirtschaftsstandortes zu garantieren. **Früh anfangen und regelmäßig dranbleiben – das sind die beiden Schlüsselfaktoren für den Vorsprung der Region Starnberg-AmmerSee** beim Thema Breitbanderschließung. Das konstante Bemühen und die zahlreichen Kooperationsgespräche mit der Wirtschaft zeigen jetzt den gewünschten Erfolg.

1.266.705 €

FÖRDERMITTEL

sind im Rahmen des 1. Förderprogramms in den Landkreis Starnberg geflossen

FLOTT UNTERWEGS MIT BUS UND BAHN - ÖFFENTLICHER PERSONENNAH- VERKEHR ZUM GEWERBEGEBIET

Ein Gewerbegebiet darf nicht ab vom Schuss liegen, soviel ist klar. Aber auch wer nur mit dem Auto erreichbar ist, hat künftig schlechte Karten. Immer mehr Menschen tun der Umwelt Gutes und fahren mit Bus und Bahn zu ihrem Arbeitsplatz. Dieser Trend muss auch im Landkreis Starnberg ernstgenommen werden. Gemeinsam mit der Verkehrsmanagerin des Landratsamtes arbeitet die gfw daran, **Unternehmensstandorte besser an das öffentliche Netz anzubinden**. Die beiden neuen Buslinien 947 und 952 verkehren mittlerweile im 20-Minuten-Takt zwischen den Gewerbegebieten rund um den Sonderflughafen Oberpfaffenhofen und den S-Bahnhöfen Weßling und Gilching – ein großartiger Erfolg, der von den **rund 5.000**

Arbeitnehmern in diesem Gebiet sehr gut angenommen wird. Nächstes Projekt der gfw ist es, den **ehemaligen S- Bahnhof Weichselbaum wie- der in Betrieb zu nehmen**.

Rund um den Sonderflughafen wachsen die Mitarbeiterzahlen stetig, sie alle sollen ihre Unternehmen mit dem ÖPNV gut erreichen können.

KINDER UND BERUF: WIE BRINGT MAN ALLES UNTER EINEN HUT?

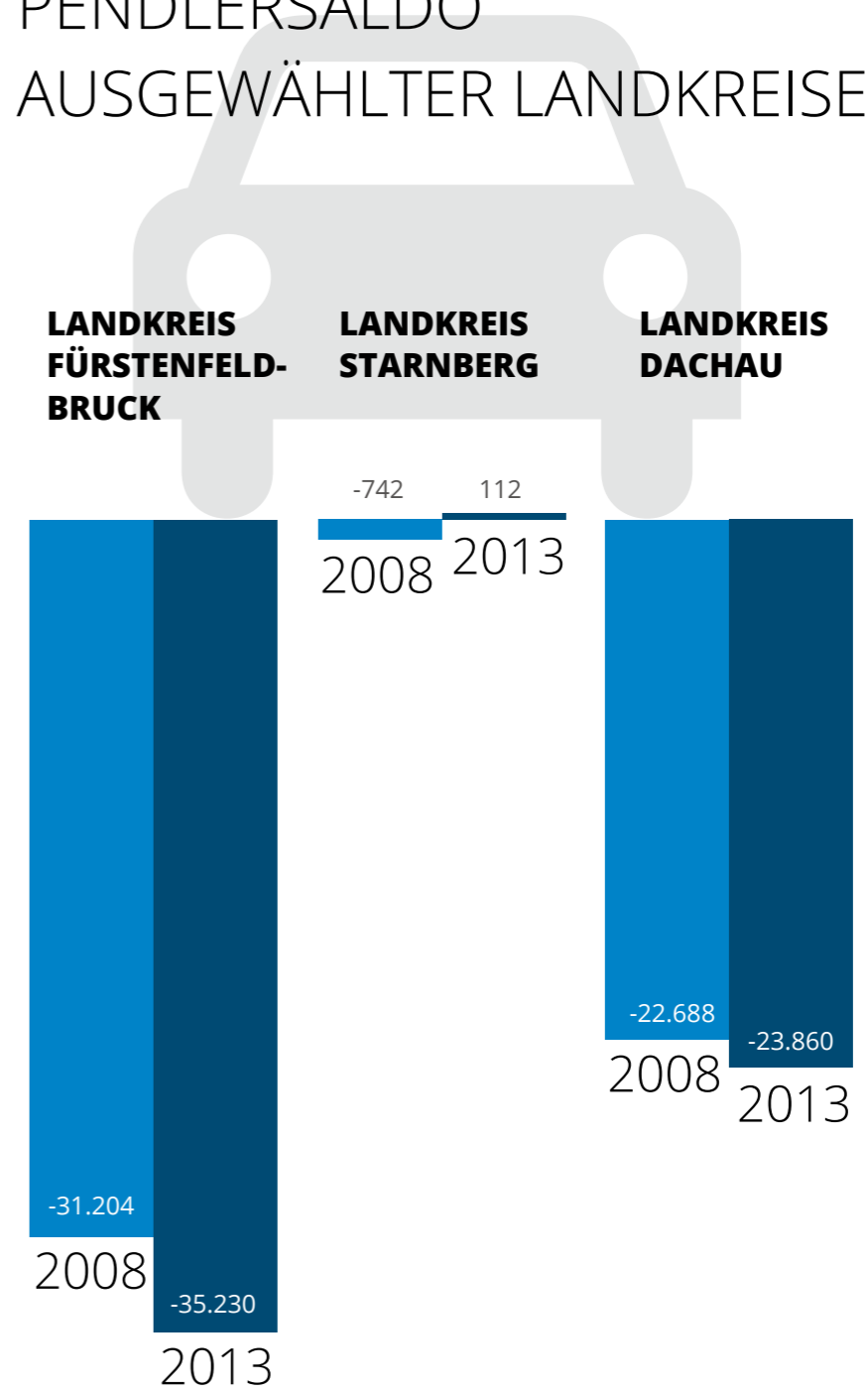
An diesem Thema kommt heutzutage kein Unternehmen mehr vorbei. Die klassische Rollenverteilung mit einem Alleinverdiener in der Familie gehört zunehmend der Vergangenheit an. Gut qualifizierte Frauen suchen berufliche Herausforderungen und Fachkräftemangel sowie gestiegene Lebenshaltungskosten tragen weiter dazu bei, dass in der Regel beide Partner arbeiten. Aus diesem Grund muss die Kinderbetreuung im Landkreis

weiter ausgebaut werden.

Gute Betreuungsmöglich- keiten avancieren zu einem wichtigen Standortfaktor.

Die gfw hat mitgeholfen, im interkommunalen Gewerbe- park Inning/Wörthsee und der Kraillinger Innovationsmeile Kinderbetreuung in unmittelbarer Nachbarschaft zu den Unternehmen zu etablieren. Mit dem TQ Hirschkäfer in Seefeld und den Webastolinis in Gauting/Stockdorf haben **zwei Unternehmen aus dem Landkreis ihre eigenen Kinderbetreuungseinrichtungen geschaffen haben** – ein tolles Vorbild. Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist auch ein Thema für Veranstaltungen des Regionalmanagements im Landkreis. Die zahlreichen neuen Einrichtungen machen nicht nur den Standort Starnberg attraktiver, sondern sorgen auch dafür, dass sich Familien in der Region Starnberg-AmmerSee wohlfühlen, weil das Leben mit Kindern unkompliziert und selbstverständlich ist.

PENDLERSALDO AUSGEWÄHLTER LANDKREISE



Quelle: Planungsverband München 2014

Vom Sperrgebiet zur Freifläche

Neue Nutzungsideen durch Konversionsmanagement

Seit April 2014 existiert bei der gfw ein neuer Bereich: Konversionsmanagement. Der Begriff Konversion bezeichnet einen **Prozess, bei dem Flächen, die zuvor beispielsweise vom Militär genutzt wurden, wieder in den Wirtschafts- und Naturkreislauf eingegliedert werden.** Diese Umnutzung ist oftmals eine aufwändige und komplexe Herausforderung, die vom Bereich Konversionsmanagement unterstützt wird.

Im Landkreis Starnberg/Gemeinde Feldafing existiert eine **ca. 36 ha große Militärfäche der Bundeswehr**, die Führungsunterstützungsschule, deren Schließungstermin im Zuge der Bundeswehrreform mittlerweile seit 2001 kontinuierlich verschoben wurde. Aktuell wird der Umzug für 2019 prognostiziert. **Dieser einmalige Transformationsprozess stellt Feldafing vor eine anspruchsvolle und komplexe Herausforderung**, welche nicht den alltäglichen kommunalen Handlungsrouniten entspricht. Die gfw unterstützte die Gemeinde bei der erfolgreichen Antragstellung des Konversionsmanagements und wird nun den Prozess aus der überörtlichen und fachübergreifenden Pers-

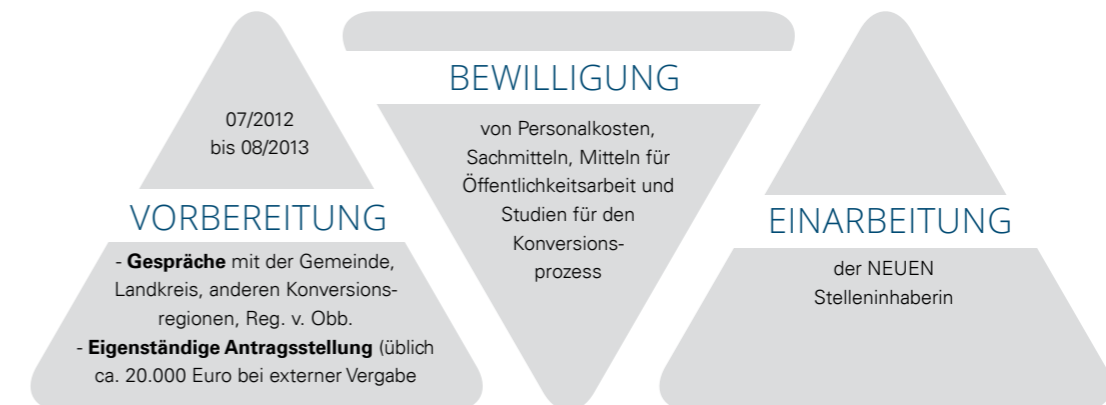


pektive mitbetreuen. Ziel ist ein **maßgeschneidertes, zukunftsfähiges und sozioökonomisch sinnvolles Nachnutzungskonzept, das gemeinsam mit einer breiten Beteiligung erarbeitet wird** und neben der Gemeinde auch der Gesamtregion gerecht wird.

Die Projektstelle wird zunächst für drei Jahre zu 80% vom Bayerischen Staatsministerium für Finanzen, Landesentwicklung und Heimat finanziert. Jeweils 10% steuern der Landkreis Starnberg und die Gemeinde Feldafing bei.

VOM BRAINSTORMING ZUM
FERTIGEN KONZEPT –
KONVERSIONSMANAGEMENT
ALS ZENTRALE SCHNITTSTELLE

ERFOLGREICHE BEWILLIGUNG DES KONVERSIONSMANAGEMENTS



80 % Förderung des Freistaates Bayern für 3 Jahre in Höhe von 271.160 Euro durch die gfw akquiriert

Das Konversionsmanagement als zentrale Netzwerkstelle mit überörtlichem Bezug koordiniert inhaltlich den Prozess und bildet die Schnittstelle für folgende Akteure: angrenzende Kommunen, Landkreis, Regierung, Institutionen, Unternehmen sowie die Bürgerinnen und Bürger. Neben Konzeption und Betreuung zählen Umsetzungsbegleitung, Kommunikation zwischen den Akteuren und Öffentlichkeitsarbeit zu den wichtigsten Aufgaben. Für einen gelungenen Prozess ist es wichtig, Informationen zu kanalisieren und möglichst zentral zu steuern.

Bei der gfw kann das Konversionsmanagement beispielsweise in der Standortentwicklung sowohl auf regionalspezifisches wie auch überörtliches Fachwissen zurückgreifen und bereits vorhandene Netzwerke nutzen. Um die Entwicklung auf dem Bundeswehrgelände nicht isoliert von anderen in der Region zu betrachten und zugleich Synergieeffekte herzustellen, ist die Angliederung bei der gfw ideal.

VOM STELLENANTRITT ZUR
PRAKTISCHEN ARBEIT – WIE
GELINGEN POSITIONIERUNG UND
NEUE ARBEITSSTRUKTUREN?

Jede neu geschaffene Stelle erfordert zunächst den Aufbau eigener Kommunikations- und Arbeitsstrukturen. Alle bisher verfügbaren Informationen und Studien zur Konversionsfläche wurden gesammelt, strukturiert und analysiert, denn sie stellen die Basis für ein **individuell entwickeltes Standortentwicklungskonzept** dar. In einem solch umfangreichen Prozess sind für alle Teilbereiche detaillierte Arbeitspläne mit klaren Deadlines essentiell, die bei regelmäßigen Treffen in einer kleinen Projektgruppe besprochen werden. Ein **Konversionsbeitrag wird im Dezember 2014 erstmals tagen** und unterstützt die Vernetzung lokaler, regionaler und überregionaler Akteure. Zurzeit wird eine Website erstellt, auf der der gesamte Prozess für Bürgerinnen und Bürger, aber auch für externe Interessenten, anschaulich und transparent dargestellt und über alle Aktivitäten auf der Fläche informiert wird.

Um das Potenzial, das in diesem innovativen Pionierprojekt steckt, für die Gemeinde Feldafing und die gesamte Region nachhaltig zu nutzen, braucht es eine umfassende Prozessbegleitung, die regionales Know-how mit einem ressortübergreifenden und interkommunalen Ansatz verbindet – eine optimale Aufgabe für die gfw!

Unterstützung durch Regionalmanagement



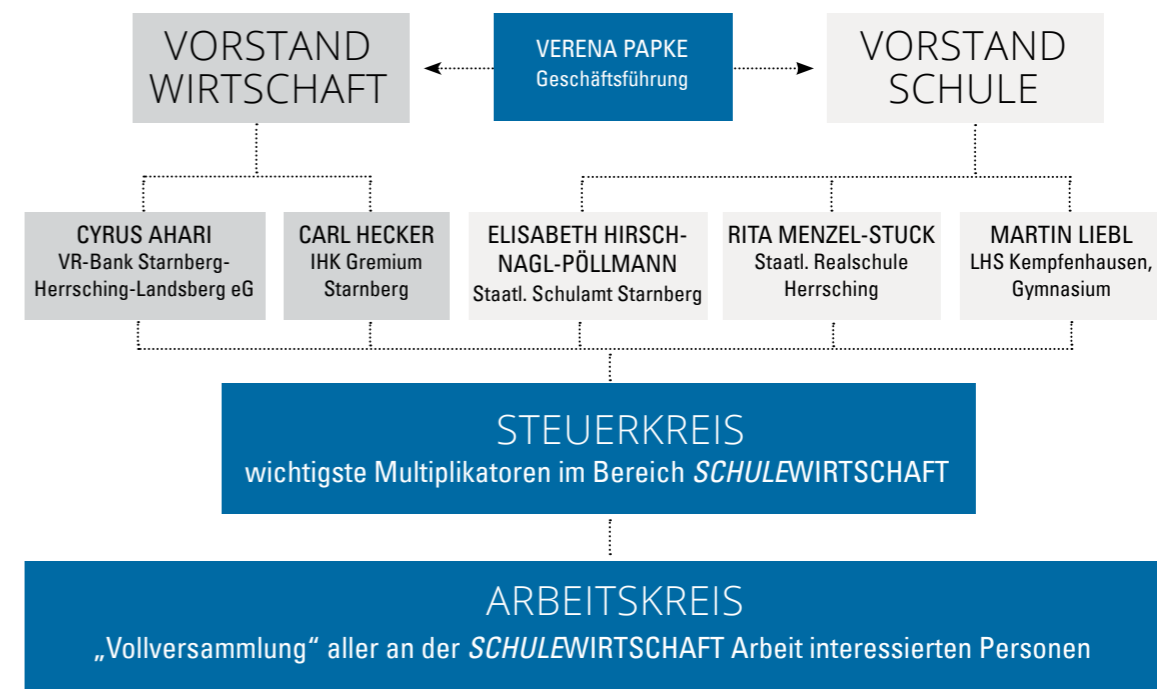
Eine Investition in die Zukunft – der Arbeitskreis *SCHULEWIRTSCHAFT*

Arbeitskreis *SCHULEWIRTSCHAFT*

Gelegentliche Treffen in unregelmäßigen Abständen bringen in der Regel niemanden weiter, sind nicht zielgerichtet und kommen daher kaum zu messbaren Ergebnissen. Der Arbeitskreis *SCHULEWIRTSCHAFT* wurde gegründet, um **für die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Schulen eine eigene Institution zu schaffen**, die das Engagement

vieler kanalisiert, in Wert setzt und zugleich Parallelstrukturen abbaut. Im Arbeitskreis treffen sich regelmäßig Vertreter von Schul- und Wirtschaftsseite mit dem Ziel, mehr voneinander und übereinander zu lernen: Was erwarten Unternehmer von Schülern und Berufsanfängern? Mit welchen Vorstellungen starten diese in ihr Berufsleben und nach

welchen Kriterien entscheiden sie sich für einen Arbeitgeber? Wie sieht ein bestimmter Job in der Praxis wirklich aus? Mit konkreten Workshops und Diskussionen sollen Verständigung und Verständnis füreinander verbessert und gemeinsame Projekte vorangebracht werden.



Arbeitsmarkt- konferenz

Der Übergang von der Schule zu Ausbildung und Beruf ist eine der wichtigsten Phasen im Leben jedes Menschen. Daher ist auch die Schnittstelle zwischen Ausbildung und Beruf ein absolut relevantes Thema, das jede Unterstützung verdient. Hier müssen die richtigen Partner an einen Tisch gebracht werden, um Projekte vorwärts zu bringen.

Die Arbeitsmarktkonferenz ist ein solcher Tisch. Hier treffen sich nicht nur **Vertreter aus Schulen und Unternehmen, sondern auch von der Agentur für Arbeit, dem Jobcenter und dem Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft**. IHK, HWK und vbw sind ebenfalls mit dabei. In diesem Forum wird die **derzeitige Arbeitsmarkt- und Ausbildungssitu-**

ation analysiert und diskutiert. Auf dieser Grundlage entstand im Übrigen auch der mittlerweile weit bekannte und beliebte Tag der Ausbildung, zuletzt von der bayerischen Regierung als Best-Practice-Projekt ausgezeichnet.



Tag der Ausbildung

Bereits zum vierten Mal fand 2014 der Tag der Ausbildung im Landkreis Starnberg statt. An diesem Tag können sich Schülerinnen und Schüler aller weiterführenden Schulen Unternehmen aussuchen, die sie besuchen möchten, um einmal

direkt vor Ort einen ganz praktischen Einblick zu bekommen. Eine solch einmalige Möglichkeit, durch die jeweiligen Büroräume zu spazieren und von Mitarbeitern Fragen zum Unternehmen erklärt zu bekommen, kann keine Informationsbroschüre oder Ausbil-

dungsmesse bieten. Diesmal fuhren **fast 400 SchülerInnen aus 15 Schulen verteilt auf 21 Busse durch den Landkreis, um jeweils vier der insgesamt 80 beteiligten Unternehmen und Betriebe** zu besuchen.



Foto: Gemeinde Planegg

Azubi-Akademie

Die BDS Azubi-Akademie ist eine Initiative vom Bund der Selbständigen – Bezirksverband Oberbayern West – in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Wirtschaftsvertretern vor Ort bzw. im Landkreis. Unter der Schirmherrschaft von Landrat Karl Roth, der gfw

Starnberg und dem Unternehmerverband Starnberg (UWS) **können Unternehmen ihre Auszubildenden ohne zusätzliche Kosten besser qualifizieren.** Die Azubis profitieren vom Blick über den Tellerrand, sie verbessern ihre Teamfähigkeit und bauen ihr Wissen aus.

Berufsinformationsabend

Die gfw engagiert sich auf zahlreichen Berufsinfoabenden und bei anderen Projekten, die von Seiten der Schulen organisiert werden, wie beispielsweise das **Bewerbercafé der Realschule Herrsching.**

Bildungsregion in Bayern – ein Qualitätssiegel für gelungene Zusammenarbeit

Schulen und außerschulische Partnerinstitutionen wie Kommunen und andere Bildungsträger sollen künftig mehr zusammenarbeiten, um Kinder **vom Kindergarten bis hin zum Schul- oder Hochschulabschluss** gemeinsam zu unterstützen. Eine gezielte Förderung je nach individuellen Lernstärken und -schwächen steht im Zentrum des

Engagements. **Ein Bildungssystem muss ganzheitlich und inklusiv gedacht und auf allen Ebenen möglichst durchlässig gestaltet sein**, um zu gewährleisten, dass jedes einzelne Kind optimal integriert wird und sein gesamtes Potenzial entwickeln kann. Wer sich hier engagiert zeigt, kann sich um das **Qualitätssiegel Bildungsregion** bewer-

ben. Die gfw leitet die **Säule 2 Schulische und außerschulische Bildungsangebote und Bildungsträger vernetzen – Schulen in die Region öffnen** und organisiert und moderiert hierzu regelmäßige Treffen. Die dabei erzielten Ergebnisse fließen in die Bewerbung des Landkreises um den Status Bildungsregion.



Kultur- und Kreativwirtschaft



Die Kultur- und Kreativwirtschaft im Landkreis Starnberg soll als Wachstumsbranche und eigenständiges Wirtschaftsfeld etabliert werden und in den politischen Fokus rücken. Dies ist das Ziel aller Initiativen rund um diese Branche. Zusätzlich gilt es ein Netzwerk für die Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft aufzubauen und so deren Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Standortanalyse Hochschule München

Die gfw begleitete und unterstützte eine Gruppe von Studenten der Hochschule München bei ihrem Projekt, eine Standortanalyse zu erstellen, die das wirtschaftli-

che Potenzial der Kultur- und Kreativwirtschaft im Landkreis Starnberg zum Thema hatte. In enger Zusammenarbeit mit der gfw analysierten die Studenten nicht nur die einzelnen Teilbranchen und die Verteilung der Kreativen im Land-

kreis, sondern untersuchten auch die jeweils entstehende Wertschöpfung. Die Ergebnisse dieses Projektes bilden eine fundierte Grundlage, um in Zukunft mit der Kultur- und Kreativbranche gezielter weiter zu arbeiten.

Europäische Metropolregion München – AG Kultur- und Kreativwirtschaft

Die gfw ist Teil dieser Facharbeitsgruppe, da auch der Landkreis Starnberg zur Metropolregion München gehört. Gemeinsam mit dem Referat für Arbeit und Wirtschaft, dem

Kulturreferat der Landeshauptstadt München, dem FilmFernsehFonds Bayern und der IHK für München und Oberbayern wurde eine **Grundlagenstudie zur Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft in der Metropolregion München** erarbeitet. Mit diesem überregionalen Ansatz wird ein

Netzwerk geschaffen, das für alle Partner der Kultur- und Kreativwirtschaft relevant ist. Der Branche wird so eine Plattform ermöglicht, der Austausch untereinander und auch die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern gefördert.

Veranstaltung erfolgreich kreativ - kreativ erfolgreich

150 Gäste trafen sich im April 2013 zu einer Veranstaltung bei der LimeLight Veranstal-

tungstechnik GmbH, darunter **nicht nur Kulturschaffende und Kreative, sondern auch weitere Stakeholder und politische Mandatsträger aus der Region.** Thema war die

wirtschaftliche Bedeutung und das bisher mehr oder weniger unbeachtete Potenzial der Kultur und Kreativwirtschaft.

creative Monday

Fünf Kreative präsentieren in Kurzvorträgen ihre Unternehmen, Projekte, Ergebnisse und ihren persönlichen Weg in die Selbständigkeit. Außer-

dem haben alle Teilnehmer Gelegenheit, sich über ihre Arbeit und Geschäftsideen auszutauschen. Der creative Monday ist **eine gemeinsame Veranstaltung der gfw, dem**

Regionalbüro Bayern, dem Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes und wird unterstützt von der VR-Bank Starnberg, Herrsching, Landsberg eG.

Wirtschaftspreis 2013: Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft

Kultur- und Kreativwirtschaft lautete im letzten Jahr das Motto für den Wirtschaftspreis des Landkreises Starnberg.

Gesucht wurden Unternehmen, die **mit ihren kreativen Produkten oder Dienstleistungen wirtschaftlich erfolgreich** sind. Mit der feierlichen Preisverleihung und umfassenden Berichterstattung rund um den begehrten Award zog die

Branche große Aufmerksamkeit auf sich und wurde von der Öffentlichkeit endlich und zu Recht so wahrgenommen, wie sie es schon lange verdient gehabt hätte.



Format:Bühne Marktzugang, Preisgestaltung, Positionierung, Akquise und Vernetzung – das ist nur eine Auswahl an Themen, wie sie bei Format:Bühne besprochen werden. Auf der Bühne sitzen jeweils zwei Titelträger des bundesweiten

Wettbewerbs Kultur- und Kreativpiloten Deutschland plus ein Kreativunternehmer aus dem Landkreis Starnberg. Im Publikum wartet eine Vielfalt an kleineren und größeren Unternehmern aus der Branche. Die drei Akteure auf der Bühne geben Einblick in persönliche

Erfolge und Schwierigkeiten und erklären, wie sie ihren eigenen Weg zum Kreativunternehmer gemeistert haben. Das Publikum kann Fragen stellen und sich an den Diskussionen beteiligen.

Standort-Markenstrategie Region Starnberg-AmmerSee



WARUM SOLLTE EINE REGION ÜBERHAUPT EINE EIGENE MARKE SEIN?
WOZU BRAUCHT ES EINE KLARE POSITIONIERUNG?

Doch jede Region steht in Konkurrenz zu anderen, und zwar in vielen Bereichen: Man möchte **Unternehmen die besten Standortbedingungen bieten und Privatpersonen attraktive Wohnmöglichkeiten**. Für Touristen soll die Region ein Magnet sein mit beeindruckenden Landschafts- und Kulturerlebnissen. Und Familienfreundlichkeit ist zudem eine Selbstverständlichkeit. Nicht leicht, hier in allen Bereichen gut aufgestellt zu sein. Doch noch wichtiger ist die Zukunft: **In welche Richtung möchte und könnte sich die Region weiterentwickeln und welcher Weg führt dorthin?** Auf diese Fragen gab es zunächst keine Antwort.

Wird ein Strategieprozess auf den Weg gebracht, bedeutet das nicht primär ein „Mehr“ an Investitionen. Vielmehr geht es darum, Ressourcen zu bündeln und zielgerichtet einzusetzen. Bei welchen Projekten ist in der Zukunft eine Investition sinnvoll? Welche Kompetenzen müssen in einer Kommune ausgebaut werden und – fast noch wichtiger – welche nicht?

Durch den analytischen Prozess einer Markenentwicklung kristallisiert sich nach und nach ein präzises Bild heraus, wo Stärken und Spitzenleistungen einer Region liegen. So entsteht eine klare Identität, die als Leitfaden genutzt werden kann und auf deren Basis Entscheidungen über künftige Investitionen und andere Projekte deutlich einfacher getroffen werden können.

LEBENS-, ARBEITS- UND
URLAUBSQUALITÄT -
WIE GELINGT ES TROTZ
NEUER HERAUSFORDERUNGEN
EINE ATTRAKTIVE REGION
ZU BLEIBEN?

Mit dieser Kernfrage beschäftigt sich der Markenstrategie-Prozess, von der gfw in der Region geleitet und von Brand Trust professionell begleitet.

Besonderheiten und Spitzenleistungen der Region zu bündeln und in Form einer Marke zum Ausdruck zu bringen, sind die Ziele dieses Prozesses. **Eine Marke aber ist kein Logo.** Jede starke Marke muss von innen nach außen wachsen. Der Gewinn aus einer Markenstrategie ist Klarheit. **Sie bietet Bürgern, der Politik und allen Leistungsträgern die nötige Orientierung.** Nur so können operative Kräfte, Investitionen und insbesondere Budgets nachhaltig auf relevante Erfolgstreiber der Zukunft konzentriert werden.

PROZESS

Jeder, der für die spätere Umsetzung des Projekts wichtig ist, muss von Anfang an mit einbezogen werden. Das ist für einen gelungenen Prozess unabdingbar. Der Verlauf muss transparent und für jedermann einsehbar sein.

25 Vertreter aus Tourismus, Unternehmen, Kultur, Kommunen und dem Landkreis sind seit Beginn dabei und erarbeiten die Strategie gemeinsam. In **sechs ganztägigen Workshops** setzte sich die Gruppe unter der Führung von Brand Trust mit den Markenkernwerten der Region auseinander. Dafür wurden nicht nur **60 Interviews** geführt, sondern auch Marketingmittel und andere Unterlagen ausgewertet und Homepages aus der Region untersucht. Bisher trägt der Tourismus allein die Marke Starnberger Fünf-Seen-Land – das war eine zentrale Erkenntnis im Prozess. Doch die Vielfalt der Region bietet deutlich mehr als nur Freizeitvergnügen am See mit Blick auf die Berge. Die erarbeiteten Kernwerte liefern den Beleg und sorgen dafür, dass sich der Charakter der Region präzise formulieren lässt. Vor allem die Positionierung als **„hochwertigster Lebens- und Wirtschaftsraum in direkter Nachbarschaft einer Weltstadt“** zeigt das Nebeneinander von Leben und Arbeiten, das im System einer Verbundmarke zum Ausdruck kommt.

Die Vorstellung der Ergebnisse am 30. Juni 2014 markierte den ersten Meilenstein im Prozess der gemeinsamen Markenstrategie. Sie bilden die Grundlage für die weitere Arbeit, auf dieser Basis können die Netzwerke der Region nun gemeinsam aufbauen.

WOFÜR STEHEN WIR
UND WIE MÜSSEN WIR UNS VERHALTEN?



UNSERE NR. 1 POSITIONIERUNG
Die Region Starnberg-AmmerSee ist der hochwertigste Lebens- und Wirtschaftsraum in direkter Nachbarschaft einer Weltstadt

UNSER EIN-WORT-WERT
WERT-SCHÄTZEND

DAS WERTESYSTEM DER REGION STARNBERG-AMMERSEE

In Zukunft wird es darum gehen, all jene Unternehmen, Gemeinden und Organisationen, die das gemeinsame Wertesystem teilen, geschickt zu vernetzen. Jeder Einzelne soll von der Verbundmarke profitieren und über sein eigenes Verhalten wiederum dazu beitragen, **der Region klare Konturen und eine unverwechselbare Identität zu verleihen, mit der sie sich scharf vom Wettbewerb abgrenzt.**

Die Verbund-Marke Region Starnberg-AmmerSee wird dem bestehenden Netzwerk an Unternehmen aus den verschiedensten Bereichen und dem gemeinsamen Wertesystem der Region viel besser gerecht als das Starnberger Fünf-Seen-Land in seiner jetzigen Organisation. **Hat sich die Marke etabliert, bietet sie und ihre Werte zugleich Leitlinien und Orientierung für alle Gewerbetreibenden vor Ort, aber auch für die Kommunalpolitik und andere politische Entscheider.**

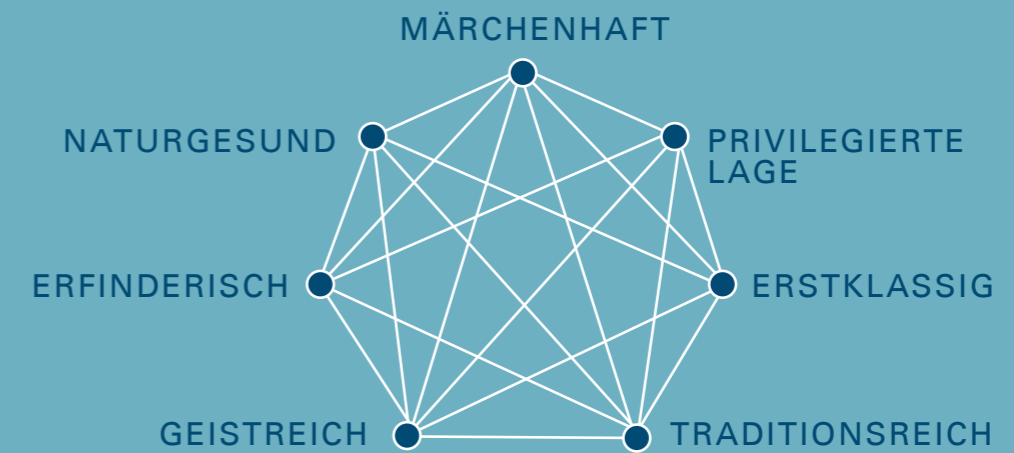
Sie definiert die Position der Region und gibt ein klares Handlungsschema vor: Wer sind wir, was macht uns aus und wohin wollen wir uns entwickeln? **Deutschlandweit ist Starnberg-AmmerSee die erste Region, die das System Marke nicht nur als Logo begreift, sondern als Management-Instrument nutzbar machen will.** Das ist einzigartig und „erstklassig“.

GOVERNANCE UND IMPLEMENTIERUNG

Die neue Verbundmarke braucht eine Führungsstruktur, die ihrer Bedeutung und übergreifenden Aufgabe gerecht wird. Nachdem der grundsätzliche Strategieteil des Prozesses nun abgeschlossen ist, müssen als nächstes Schritte zur konkreten Umsetzung folgen. Um die Verbundmarke in den einzelnen Gemeinden und bei den Leistungsträgern erfolgreich zu implementieren, sind klare Strukturen notwendig.

WAS MACHT UNS AUS?

Die Markenkernwerte der Region Starnberg-AmmerSee



Impressum

Herausgeber:
gfw Starnberg mbH
Christoph Winkelkötter
Strandbadstr. 2
82310 Starnberg
www.gfw-starnberg.de

Redaktion:
Daniela Tewes,
gfw Starnberg mbH
Grafik:
Hülya Bergmann, Kreativkiosk

Fotonachweis:
Soweit nicht anders
angegeben, alle Bilder
von der gfw Starnberg mbH



Gesellschaft zur Förderung
der Wirtschafts- und
Beschäftigungsentwicklung
im Landkreis Starnberg mbH

Strandbadstr. 2 | Tel. 08151/ 148-489 | info@gfw-starnberg.de
82319 Starnberg | Fax 08151/ 148-654 | www.gfw-starnberg.de