

Strategisches Wirtschaftsförderungskonzept der Stadt Weißwasser

Inhaltsübersicht:
Einleitung

I. Bestandsaufnahme - was können wir vorweisen, was macht uns besonders?

1. Rohstoffe/ Infrastruktur/ Verkehrsanbindung
2. Gewerbeflächen
3. Abgaben/ Steuern
4. soziale Bedingungen
5. touristische Attraktionen, Natur und Erholung

II. Ziele definieren - was ist besonders wichtig?

1. Marketing, Image der Stadt
2. Qualität der Wirtschaftsförderung
3. Präsenz der Wirtschaftsförderung
4. Direktmarketing zur Standortansiedlung
5. Unternehmen vor Ort unterstützen - Bestandspflege
6. Kräfte bündeln und Überschneidungen von Aufgaben vermeiden
7. Verwaltung als Dienstleister für Unternehmen

III. Maßnahmen festlegen - wie können wir es besser machen?

1. Verbesserung von Marketing und Image der Stadt
2. Qualifizierung/ Weiterbildung des Mitarbeiters für Wirtschaftsförderung
3. Zielgruppen aus der Wirtschaft ansprechen - Direktmarketing
 - a. Auswahl anhand der vorhandenen Arbeitskräfte
 - b. Auswahl anhand vorhandener Ressourcen
4. Unternehmen unterstützen - Bestandspflege - geben und nehmen
5. Zusammenarbeit mit Partnern
6. personelle Unterstützung der umzusetzenden Aufgaben -Personalbedarf
7. Konzept Mittelstandsfreundliche Verwaltung

Anlage 1: Gewerbeflächen

I. Bestandsaufnahme - was können wir vorweisen, was macht uns besonders?

Weißwasser liegt im Herzen der Lausitz zwischen Cottbus und Görlitz eingebettet zwischen Heidelandschaften, Kiefernwäldern und vielen natürlichen Seen und Teichen. Knapp 5 km sind es bis zur polnischen Grenze in Bad Muskau, wo der Bad Muskauer Park mit seinem rekonstruierten Schloss als Weltkulturerbe anerkannt wurde. Das Tourismusgebiet Lausitzer Seenland grenzt ebenfalls direkt an die Stadtgrenze. Auf der südlichen Seite schneidet sich der Tagebau nahe der Stadt durch die Landschaft.

zu I.1. Rohstoffe/ Infrastruktur/ Verkehrsanbindung

1.1. Rohstoffe

Weißwasser ist eine Stadt des Bergbaus und der Glasherstellung. Aus unseren Lausitzer Böden kommt Energie in Form von Braunkohle. Zukünftig können Kupfervorkommen eine große Rolle in unserer Entwicklung spielen. Konkrete Ergebnisse zur Wirtschaftlichkeit der Kupfervorkommen aus den diesbezüglichen Bohrungen durch die polnische Firma KGHM werden derzeit ermittelt. Die tatsächliche Förderung und Verarbeitung dauert auch bei positivem Ergebnis nochmals ca. 5 - 10 Jahre.

Wald, Wasser und ein besonders sonnenreiches Klima sind außerdem unsere natürlichen Ressourcen.

1.2. Infrastruktur Energie

Im Bereich Energieversorgung (Gas, Fernwärme, Strom, Wasser) ist Weißwasser komplett erschlossen.

Gas- und Fernwärmeversorgung in WSW

Eine große wirtschaftliche Reserve und auch Chance liegt bei der Fernwärmeversorgung. Da durch den Stadtumbau ein großer Teil der Abnehmer weggefallen ist, die Stadtwerke WSW jedoch vertraglich große Abnahmemengen mit Vattenfall gebunden haben, muss mehr für die Fernwärme bezahlt werden, als die tatsächlichen Abnahmemengen dies rechtfertigen würden. Bei einer erhöhten Abnahmemenge (z.B. durch entsprechendes Gewerbe) könnten die Kosten für Fernwärme auch für alle Verbraucher gesenkt werden.

Fernwärme kommt als stabiler, umweltfreundlicher und für die nächsten 50 – 60 Jahre gesicherter Energiequelle eine große Bedeutung zu. Von Vorteil ist auch, dass die Fernwärmeleitungen durch den damals weit größeren Verbrauch in der Stadt von der Dimension her Erweiterungen für Gewerbe zulassen und diese Leitungen in den Abrissgebieten sogar direkt anliegen. (Investitionsentscheidung)

Energieversorgung/ Strom

Das gesamte Stadtgebiet ist umfassend mit Stromanschlüssen abgedeckt. Durch die Industriebrachen, die ehem. große Stromanschlussdimensionen hatten (Porzellina, Teichstraße, Bärenhütte) kann die Versorgung größerer Gewerbebetriebe an diesen Stellen mit den vorhandenen Dimensionen ebenfalls abgesichert werden. Bei einer Reaktivierung der Anschlüsse sind daher geringere Netzanschlusskosten als bei komplettem Neubau zu erwarten.

Wasser/ Abwasser

Das Vorhergesagte trifft ebenfalls auf die Wasserversorgung bzw. –entsorgung zu.

Breitbandversorgung

Die Breitbandversorgung in WSW mit UMTS u.ä. Medienträgern erfolgt über die Telekom. Der derzeitige Stand ist nicht bekannt.

Verkehrsnetz ÖPN/ Stadtverkehr

WSW verfügt über eine Regionallinie mit Bussen, die den Stadtbereich eingeschränkt abdeckt. Zusätzlich verkehrt eine Stadtlinie in Weißwasser. Durch die direkte Anbindung der Bahnlinie Berlin – Görlitz besteht eine sehr gute Verkehrsanbindung.

Straßenverkehr

Weißwasser wird von der Bundesstraße B 156 und der Staatsstraße S 126 durchquert.

Die europäische Ost-West-Verbindung über den neuen Grenzübergang nach Polen hat für die Entwicklung der Wirtschaft in Weißwasser und Umgebung eine große Bedeutung. Der Ausbau der Mitteltrasse der B 160 ist noch nicht erfolgt.

zu I. 2. Abgaben/ Steuern

Mit einer Gewerbesteuer von 360 % ab 2007 lag WSW bei einem Vergleich mit den anderen Gemeinden im besseren Mittelfeld. Ab 2010 hat sich dies mit 395 % wieder geändert. Die Gewerbesteuer stellt damit keine herausragend günstige Besonderheit für WSW mehr dar. In 2006 lagen wir im schlechteren oberen Bereich, 2010 liegen wir nunmehr leicht unter Landesdurchschnitt.

Bei der Grundsteuer A, die bei Betrieben der Land- und Forstwirtschaft erhoben wird, lag der Hebesatz im Jahr 2008 in Deutschland bei durchschnittlich 296% und damit einen Prozentpunkt über dem Wert von 2007. Der durchschnittliche Hebesatz der Grundsteuer B (für Grundstücke) hat sich bundesweit mit 400% für das Jahr 2008 gegenüber dem Vorjahr nicht verändert.

In WSW beträgt die Grundsteuer A 300 % und die Grundsteuer B 385 %. Dies stellt keine hervorhebenswerte Besonderheit dar.

zu I. 3. Gewerbeflächen

Der Flächennutzungsplan vom 16. Juni 2006 weist im Stadtgebiet Weißwasser 9 Gewerbeflächen aus. Es handelt sich bei diesen Flächen um solche im städtischen als auch im Privateigentum. Konkret haben wir folgende Gewerbeflächen:

1. Telux Spezialglas GmbH (ehem. Glaswerk Einheit)

Lage: östl. Zentrum zwischen Straße der Einheit/ Hermannsdorfer Str. und ehem. Bahnlinie Bad Muskau

Größe: ca. 7 ha (davon frei/ ungenutzt 4 ha)

2. Berliner Straße

Lage: Ortszentrum neben ehem. Porzellina

Größe: ca. 3,8 ha

Plan: kein großflächiger Einzelhandel

3. Gebiet an der Bahnlinie nach Bad Muskau

Lage: östl. Stadtgebiet, zw. Bahnlinie und Robert-Koch-Straße

Größe: ca. 9 ha (davon frei: ca. 4,5 ha)

4. Industriegebiet Ost

Lage: südöstliches Stadtgebiet

Größe: ca. 28 ha (z.Zt. komplett verplant)

5. Heinrich-Heine-Straße

Lage: nördlich des Industriegebietes

Größe: ca. 10 ha (kaum noch Flächen frei)

6. Erdgastankstelle

Lage: südliche Stadtzufahrt B 156

Größe: ca. 0,5 ha (z. Zt. als Erdgastankstelle bebaut – unbenutzt)

7. Straßenmeisterei

Lage: nördliche des Stadtgebietes

Größe: ca. 2,2 ha (z. zt. Keine freien Flächen)

8. ehem. Kläranlage

Lage: westliche Ortsausfahrt, am Halbendorfer Weg

Größe: ca. 4,2 ha

9. George-Beck-Straße

Lage: südwestliches Stadtgebiet, Stadtrand

Größe: ca. 1,0 ha

Darüber hinaus kann Weißwasser folgende sog. **Vorhalteflächen** als geplante gewerbliche Bauflächen zur Verfügung stellen.

1. Geschwister- Scholl-Straße

Lage: südliches Stadtgebiet

Größe: ca. 7,7 ha

2. Teichstraße / Grube-Herrmann-Straße

Lage: nordwestlicher Bahnhof Waldeisenbahn

Größe: ca. 1,9 ha (komplett frei, z.Zt. Gewerbebrache)

3. Bärenhütte

Lage: nördlicher Stadtrand, an Bahnlinie nach Forst

Größe: ca. 5,7 ha (davon frei: 4,2 ha)

Es besteht auch die Möglichkeit in der bisher unerschlossenen Gemarkung hinter dem Industriegebiet Ost bis hin zur Bundesstraße Richtung Boxberg/Bautzen Gewerbeflächen zu schaffen. Diese Waldflächen sind nicht im Eigentum der Stadt. Auch im Stadtgebiet können Flächen, die derzeit als Mischgebiet ausgewiesen sind, sowie freie Gebäude/ Räume im Rahmen der zulässigen Lärmgrenzen als Gewerbeflächen genutzt werden.

Aufgrund der Vielzahl der freien Standortangebote besteht kein Handlungsbedarf hinsichtlich einer Erweiterung von Gewerbeflächen.

Ein Lageplan der Stadt mit den jeweiligen Nutzungsbeschreibungen der einzelnen Flächen ist als **Anlage 1** diesem Konzept beigelegt.

zu I.4. soziale Bedingungen

Es ist schön, in Weißwasser zu leben.

Im Landesentwicklungsplan 2003 als Mittelzentrum festgeschrieben, sichert Weißwasser die Grundversorgung der hier lebenden Menschen und in den umliegenden Gemeinden.

Weißwasser bietet seinen Bürgern mit einer Schwimmhalle, einem Eisstadion, zahlreichen Sportplätzen und Turnhallen gute Voraussetzungen ihre Freizeit sportlich aktiv zu gestalten. Das gut ausgebaute Radwegenetz ermöglicht es, die attraktiven Sehenswürdigkeiten im Umland (Weltkulturerbe Park Bad Muskau; Kromlauer Park, Bärwalder See, Findlingspark) auch radelnd zu erreichen oder einfach nur Ausflüge in die schöne Heidelandschaft zu unternehmen. Unsere Bibliothek wartet nicht nur mit einer großen Auswahl von Medien verschiedener Arten (Bücher, CD, DVD) sondern auch mit regelmäßigen Veranstaltungen (Kabarett, Ausstellungen) auf. Weißwasser ist eine Stadt mit lebhafter Vereinstätigkeit und vielen Festen. Die Stadt bietet den Besuchern ausschließlich kostenlose Parkplätze. Zwei große Tageszeitungen haben in Weißwasser eine lokale Niederlassung, ein privater Rundfunksender „Radio WSW“ strahlt tägliche TV- und Radiosendungen bis nach Bautzen aus. In Weißwasser können Filialen von 4 verschiedenen Banken (Sparkasse, Raiffeisenbank, Deutsche Bank und Postbank) genutzt werden.

Mit einer Vielzahl von Allgemein- und Fachärzten, dem modernisierte Kreiskrankenhaus mit vielen Fachabteilungen, mit 6 Apotheken sowie einem großem Angebot von Physiotherapeuten und weiteren medizinischen Einrichtungen ist eine sehr gute medizinische Versorgung in Weißwasser sichergestellt. Verschiedene Pflegeeinrichtungen ermöglichen eine gute Betreuung unserer älteren Menschen. Es existieren ein großes Dienstleistungsangebot und zahlreiche Handwerksbetriebe.

Weißwasser bietet besonders für junge Familien sehr gute Möglichkeiten der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. In den 9 Kindertagesstätten in kommunaler und freier Trägerschaft kann jedes Kind einen Betreuungsplatz erhalten. Weißwasser hat 4 Grundschulen, eine Mittelschule,

1 Gymnasium und kann auch nach der Schulbildung mit einem Beruflichen Schulzentrum die Ausbildung sicherstellen. Die Volkshochschule im Ort hat ein breites Bildungsangebot.

Eine gute Wohnqualität zu sozial verträglichen Preisen wird mit stetigen Modernisierungen durch die großen Wohnungsanbieter WBG GmbH und WGW sichergestellt.

zu I. 5. touristische Attraktionen, Natur und Erholung

Neben den vorgenannten Sehenswürdigkeiten kann der Besucher in Weißwasser z.B. mit der Waldeisenbahn fahren, das Glasmuseum besichtigen, den Tierpark besuchen oder sich den Tagebau am Stadtrand ansehen. Die Stadt bietet individuelle feine Attraktionen, die entdeckt werden wollen. (Pfad der Elemente, Audio Tour) Trotz der Einschränkungen durch den Tagebau kann der Besucher z.B. auf den Radwegen, in den Parks oder an der Neiße Erholung in der Natur finden. Der Faltenbogen und die Wasserscheide in WSW sind geologische Besonderheiten. In Weißwasser und Umgebung gibt es vorwiegend kleine Hotels und Pensionen, das Hotel Kristall in WSW, in Bad Muskau das Kulturhotel und in Krauschwitz des Pückler Hotel sind die größten Hotels in der näheren Umgebung. Der Schwerpunkt liegt im Individualtourismus.

II. Ziele definieren - was ist besonders wichtig?

1. Marketing, Image der Stadt
2. Qualität der Wirtschaftsförderung
3. Präsenz der Wirtschaftsförderung
4. Direktmarketing zur Standortansiedlung
5. Unternehmen vor Ort unterstützen - Bestandspflege
6. Kräfte bündeln und Überschneidungen von Aufgaben vermeiden
7. Verwaltung als Dienstleister für Unternehmen

zu II. 1. Marketing, Image der Stadt

Standortmarketing ist ein wesentlicher Bestandteil einer erfolgreichen Wirtschaftsförderung, denn „Klappern gehört zum Geschäft“. Dabei sollen in erster Linie die sog. harte Faktoren einer Standortwahl wie z.B. Kostenfaktoren (Steuersätze, Baulandpreise, Raumkapazitäten etc.) aber daneben auch weiche Faktoren wie Bildungsmöglichkeiten, medizinische Versorgung, Vereinsleben, Touristische Attraktionen, Wohn- und Lebensqualität etc.. präsentiert und bekannt gemacht werden. Es ist auch für die hier lebenden Einwohner und Unternehmer wichtig, durch gute Vermarktung die unbestreitbaren Vorzüge unsere Stadt zu erfahren und zu verinnerlichen, um eine positive Mundpropaganda zu erreichen. Eine gute Mundpropaganda ist für den Wirtschaftsstandort Weißwasser von entscheidender Bedeutung. Nur durch ein gutes Standortmarketing mit vorteilhafter Darstellung unserer Stadt und der tatsächlichen positiven Erfahrungen der Bürger und Firmen vor Ort können die Grundlagen für eine gute Mundpropaganda gelegt werden.

zu II. 2. Qualität der Wirtschaftsförderung

Ein kunden- und insbesondere wirtschaftsorientierter Umgang mit Unternehmen erfordert eine hohe fachliche und soziale Kompetenz des Verwaltungsmitarbeiters. Nur mit ausreichender Kenntnis von Wirtschaftsabläufen und -prozessen und der notwendigen Sensibilität für die Unternehmerbelange kann sich der Verwaltungsmitarbeiter in das Denken und Handeln des anderen hineinversetzen und die Auswirkungen des eigenen Handelns auf die Unternehmen richtig einschätzen. Die Qualität der Wirtschaftsförderung wird bestimmt durch die gute Qualifizierung der Verwaltungsmitarbeiter. Die gute Qualität der Wirtschaftsförderung vor Ort hat zunehmend Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaftsstandorte.

Zu einer guten Qualität der kommunalen Wirtschaftsförderung - die sich auf alle Bereiche der Verwaltung erstreckt - gehört auch eine kundenfreundliche, effektive und transparente Verwaltungsarbeit. (dazu unter Zf. II. 7.)

zu II. 3. Präsenz der Wirtschaftsförderung

Der Wirtschaftsförderer muss für die Unternehmen zur Verfügung stehen. Er sieht sich als Dienstleister. Die stetige aber unaufdringliche Präsenz der Wirtschaftsförderung ist Bestandteil eines guten Service.

zu II. 4. Direktmarketing zur Standortansiedlung

Derzeit wird zu wenig **Direktmarketing** zur Standortansiedlung betrieben. Neben der Betreuung und Beratung der bereits ansässigen Firmen soll zukünftig die Ansprache **konkreter Investoren** intensiviert werden. Intensiver als bisher sollen Neuansiedlungen in WSW angestrebt werden. Durch Neuansiedlungen können neue Arbeitsplätze entstehen, es entstehen besseren Synergieeffekte vor Ort (u.a. für die Einzelhändler) sowie langfristig eine Erhöhung des kommunalen Gewerbesteueraufkommens.

zu II. 5. Unternehmen vor Ort unterstützen – Bestandspflege

Der gute Kontakt zu heimischen Unternehmen und das „Ohr an den Problemen der Firmen vor Ort“ ist entscheidend für die Wahrnehmung der Wirtschaftsförderung und für deren Erfolg. Durch gute Vernetzung, regelmäßige Treffen (Stammtisch) und den Austausch von Information (z.B. Förderrichtlinien) können Defizite oder Probleme zeitig erkannt und ggf. darauf reagiert werden

zu II. 6. Kräfte bündeln und Überschneidungen von Aufgaben vermeiden

Bisher bestehen **Dopplungen** von Institutionen in vielen Bereichen (z.B. Existenzgründerberatungen), die unnötiges Geld, viel Kraft kosten. Kompetenzen werden gefächert, wo sie gebündelt werden müssten. Darüber hinaus sind die Zusammenarbeit und der Informationsfluss zwischen den einzelnen Wirtschaftsförderer in der Oberlausitz mangelhaft. Jeder „kocht seine eigene Suppe“.

Eine gute Vernetzung und darauf aufbauende Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Institutionen ermöglichen es, Informationen zu sammeln, zu bewerten und erfolgreich zu verwenden.

Bisher werden von der Stabsstelle Wirtschaftsförderung Kontakte zu folgenden Institutionen als Partner der Wirtschaftsförderung gepflegt:

- Sächs. Städte- und Gemeindetag
- Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH
- IHK Sachsen
- BVMW

Eine Zusammenarbeit mit anderen städtischen oder sonstigen kommunalen Wirtschaftsförderern findet praktisch nicht statt. Die IHK führt Existenzgründerseminare in Weißwasser durch.

Es gibt keine aktive Mitarbeit in regionalen Verbänden z.B. Regionaler Planungsverband Oberlausitz Niederschlesien, Wirtschaftsförderungsgesellschaft Oberlausitz Niederschlesien, Tourismusverband Oberlausitz Niederschlesien etc.. durch Mitgliedschaft. Im Rahmen der Anhörung kommunaler Belange bei Planungen gibt die Stadt ihre jeweiligen Stellungnahmen ab und gestaltet auf diesem Weg mit.

zu II. 7. Verwaltung als Dienstleister für Unternehmen

Servicequalität schafft Vertrauen bei den Unternehmen. Um modern, effektiv, transparent und letztlich auch wettbewerbsfähig als Wirtschaftsstandort zu sein und eine breite Akzeptanz bei Unternehmen und Bevölkerung zu schaffen, muss sich die Verwaltung als Dienstleister verstehen.

Da unsere Region bis auf wenige Ausnahmen von kleinen und mittleren Unternehmen dominiert wird, sollte der Service, den die Verwaltung bietet, auf diese Zielgruppe zugeschnitten sein.

III. Maßnahmen festlegen - wie können wir es besser machen?

1. Verbesserung von Marketing und Image der Stadt
 2. Qualifizierung/ Weiterbildung des MA für Wirtschaftsförderung
 3. Zielgruppen aus der Wirtschaft ansprechen - Direktmarketing
 - a. Auswahl anhand der vorhandenen Arbeitskräfte
 - b. Auswahl anhand vorhandener Ressourcen
 4. Unternehmen unterstützen - Bestandspflege - geben und nehmen
 5. Zusammenarbeit mit Partnern
 6. personelle Untersetzung der umzusetzenden Aufgaben -Personalbedarf
 7. Konzept Mittelstandsfreundliche Verwaltung
-

zu III. 1. Verbesserung von Marketing und Image der Stadt

Die im Folgenden aufgezeigten Maßnahmen sind nicht abschließend. Sie sollen die Kreativität der Verwaltung anregen, selbst Ideen oder Vorschläge einzubringen, die den o. g. Zielen dienlich sind.

Die in Weißwasser als Gewerbefläche zur Verfügung stehenden Liegenschaften sollen besser angepriesen und bekannt gemacht werden. In Betracht kommt dafür eine **Veröffentlichung** dieser freien Liegenschaften beispielsweise auf der Internetseite der Stadt Weißwasser, geeigneten Seiten des Landes Sachsen, der WBG und/ oder auf bundesweit bekannten Internetseiten z.B. www.immobilienscout24.de

Auf verschiedenen **Messen** (z.B. Gewerbemessen Hoyerswerda, Kamenz, Löbau, Bautzen und auch im Grenzraum Polen) soll sich die Stadt jährlich präsentieren. Dabei steht der touristische Aspekt im Vordergrund, denn erfahrungsgemäß ist die Tendenz zu wirtschaftlichen Geschäften auf Messen rückläufig. Die Tourismuswerbung wird auch zukünftig als wichtige Komponente der kommunalen Wirtschaftsförderung gesehen. Neben der geplanten **Präsentation** auf heimischen Festen (Kromlauer Blütenfest, Tierparkfest) soll auch im Süden unseres Kreises auf dortigen Festen z.B. Oybin für unsere Stadt/ Umgebung geworben werden.

Die **Internetseite** der Stadt Weißwasser soll überarbeitet und noch intensiver auf potentielle Investoren ausgerichtet werden. Es ist gerade in der Außendarstellung wichtig, dass die Internetseiten ständig aktualisiert werden. Das Verzeichnis der ansässigen Firmen sollte ebenfalls aktuell gestaltet werden.

Die Aktualisierung betrifft auch Internetseiten, in denen auf den Wirtschaftsstandort Weißwasser verwiesen wird, z.B. die Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH (WFS) als Unternehmen des Landes. Die WFS arbeitet hauptsächlich überregional und länderübergreifend. Sie vermitteln den Ansprechpartner der WF in WSW vor Ort. Die WFS bietet auch eine Rechercheplattform an, wo unter anderem Gewerbestandorte und Ansprechpartner selbstständig recherchiert werden können. (Auszug von der Internetseite zu Gewerbeflächen: Die Datenbank enthält gegenwärtig fast 580 verfügbare Gewerbeflächen in Sachsen, darunter auch über 100 Gewerbeimmobilien. Die Informationen werden dezentral durch die zuständigen regionalen Wirtschaftsfördergesellschaften und Landratsämter, die TLG Immobilien GmbH und den Staatsbetrieb Sächsisches Immobilien- und Baumanagement (SIB) gepflegt. Zu jeder Gewerbefläche erhalten Sie nicht nur ein konkretes Profil inkl. Ansprechpartner, sondern auch jährlich aktualisierte Luftaufnahmen.)

<http://www.wfs.sachsen.de/de/Recherche-Tools/139623.html>

Die hier für WSW angegebenen Gewerbeflächen sind jedoch unvollständig und werden stark verkürzt wiedergegeben. Daneben wird der Gewerbesteuer nicht richtig (weil zu hoch) ausgewiesen. Die Aktualität dieser Seiten sollte von der Stadtverwaltung regelmäßig überprüft und ggf. korrigiert werden.

Bei der Außenwerbung ist auf gleiche Layouts und Logos (Stadtwappen) zu achten, um einen Wiedererkennungseffekt zu erzielen.

zu III. 2. Qualifizierung/ Weiterbildung des MA für Wirtschaftsförderung

Der direkt mit der Wirtschaftsförderung beschäftigte Mitarbeiter sollte eine spezifische Ausbildung für Wirtschaftsförderung besitzen oder aus der Wirtschaft kommen. Er soll regelmäßig fachspezifisch

geschult und weitergebildet werden. Verwiesen wird z.B. auf die Angebote der Berufsakademie Sachsen und die Staatliche Studienakademie Riesa, die eine fachspezifische berufsbegleitende Weiterbildung anbieten.

- zu III. 3. Zielgruppen aus der Wirtschaft ansprechen - Direktmarketing
 - a. Auswahl anhand der vorhandenen Arbeitskräfte
 - b. Auswahl anhand vorhandener Ressourcen

Neben der Kontaktpflege zu heimischen Firmen sollen konkrete potentielle Investoren angesprochen werden. Ihnen ist neben einem persönlichen Anschreiben (möglichst nach vorheriger telefonischer Kontaktaufnahme) ein individuelles Anschreiben nebst Anlagen in der Art eines schlichten Exposés erarbeitet werden, welches auf die konkrete Interessenlage des Unternehmens eingeht und unsere diesbezüglichen städtischen Vorzüge aufzeigt.

Die bereits bestehende **Werbemappe für Weißwasser** einschließlich Investorenhandbuch sollen überarbeitet werden.

Weil infolge des Tagebaus auch Umsiedlungen von Unternehmen in Umlandgebieten zu erwarten sind, sollen konkrete Angebote für den Standort Weißwasser unterbreitet werden.

zu a.)

In WSW sind im Bestand der Arbeitslosen nach SGB III laut Auskunft der Arbeitsagentur Weißwasser vom Sommer 2008 überwiegend Fachkräfte im kaufmännischen Bereich, im Handel sowie Hilfskräfte. Für die derzeit boomenden Fertigungsstätten für Solaranlagen werden nicht zwingend Fachkräfte benötigt. Gegebenenfalls notwendige Qualifizierungen z. B. als Anlagenfahrer lassen sich relativ kurzfristig über die Agentur für Arbeit realisieren.

Daher kommen ausgehend von den vorgenannten Fachkräften als Firmenzielgruppen Solarfertigungsfirmen oder Zulieferer in Betracht. Aus dem Qualifikationsprofil der vorhandenen Arbeitskräfte lassen sich außerdem Logistik- und Callcenter als Zielgruppen definieren. Letztere Branchen sind unabhängig von der Infrastruktur.

zu b.)

Die Ressource Sonnenkraft und die vorhandenen Fernwärmeleitungen stellen gute Voraussetzungen für den Betrieb von Gewächshäusern bzw. Gärtnereien dar. Die Nähe des Flachglaswerkes in Tschernitz eröffnet die Möglichkeit, auch hier Zulieferbetrieb anzusiedeln, um kurze Transportwege zu nutzen.

zu III. 4. Unternehmen unterstützen - Bestandspflege - geben und nehmen

Die bisher von der Stadt durchgeführten Aktivitäten der Bestandspflege einheimischer Unternehmen haben gute Ansätze, sie sind jedoch nicht ausreichend. Insbesondere die Aktion „**OB vor Ort**“ hat sich als Mittel der Bestandspflege bei den Unternehmen sehr bewährt und sollte weiterhin - jedoch in regelmäßigeren Abständen – durchgeführt werden. Auch zukünftig sollen mehr persönliche Kontakte zwischen hiesigen Firmen über die kommunale Wirtschaftsförderung geknüpft werden, um die Sorgen und Nöte zu erfahren und ggf. Hilfestellung leisten zu können. Aber die Unternehmen sollen auch als Informationsquelle für die Wirtschaftsförderung selbst gesehen werden, um Zielgruppen zu erfahren, die möglicherweise als Investoren in Betracht kommen.

Kooperationen von bestehenden Unternehmen sollen angeregt werden. Dies kann beispielsweise durch Organisation von gemeinsamen Informationsveranstaltungen zu speziellen Themen der Wirtschaft angestoßen werden. Das könnte z.B. eine jährliche Runde „Dienstleister für Unternehmen“ sein, bei der Steuerberater, Architekten, Unternehmensberater sich vorstellen und/oder zu aktuellen Themen berichten, die die Unternehmen interessieren.

Tourismus spielt als ein wirtschaftlicher Faktor in unserer Region eine große Rolle, daher ist die Festigung und der Ausbau dieses Bereichs auch von der Kommune zu fördern. Grundlegende Aufgabe der Kommune ist es, die **Infrastruktur** (Straßen, Plätze, Radwege etc.) zu unterhalten und weiter zu entwickeln. Darüber hinaus ist ein gutes Innenmarketing die beste Voraussetzung für ein gutes Außenmarketing. Wer überzeugt ist, dass es sich in der Region gut leben lässt, weil die

Rahmenbedingungen stimmen, kann mit dieser Einstellung auch Touristen neugierig machen und überzeugen. Dies sollte sich in der Präsenz der Kommune auch nach Außen widerspiegeln.

Die Betreuung/ Haltung der Stammgäste ist wichtig. Dazu ist eine gute Zusammenarbeit mit den Anbietern vor Ort zu moderieren. Dies kann die Kommune durch Netzwerkbildung und –förderung erreichen. Auf kommunaler Ebene sollte ein gemeinsames Gastgeberverzeichnis erstellt werden.

Außerdem hat sich die Einführung von Qualitätsstandards als vermarktbares und anerkanntes Qualitätskriterium bewährt. Ein Vorzeigeprojekt ist hierbei die Klassifizierung von Ferienhäusern und Pensionen. Der Regionale Tourismusverband Oberlausitz bietet dazu einen Klassifizierungserwerb an. Wer die Klassifizierungsvoraussetzungen und damit Mindestkriterien (Serviceleistungen, Qualität, Ausstattung etc.) erfüllt, erhält eine auf 3 Jahre befristete Klasse *** und steht damit für eine vergleichbare gute Güte.

Die Kommune (Stadtverwaltung) sollte sich nicht aller Aufgaben im Tourismusbereich annehmen wollen. Insbesondere die Finanzierung und Organisation von Veranstaltungen sollte private Aufgabe bleiben und durch private und nicht durch steuerliche Mittel finanziert werden. Auch der Betrieb einer Tourismusinformation sollte ebenfalls vorwiegend durch private Geldgeber (s.o.) finanziert werden.

Zum Vergleich mit den anderen Kommunen kann festgehalten werden, dass im ehemaligen NOL-Kreis in der Vergangenheit durchschnittlich 34 T€ pro Kommune/Jahr für Marketing/Werbemittel eingesetzt wurden.

Zusammenfassend können folgende Punkte zu einer erfolgreichen Tourismusentwicklung führen:

- Aufbau und Stärkung eines Netzwerkes mit lokalen Partnern
- Suche nach starken Partnern
- Konzentration auf Ziele und Aufgaben
- gemeinsames Gastgeberverzeichnis

zu III. 5. Zusammenarbeit mit Partnern

Die bisher gelebte Zusammenarbeit mit dem Sächs. Städte- und Gemeindetag, der IHK Sachsen und dem BVMW sollen weiter ausgebaut werden.

Der Wirtschaftsförderung auf Kreisebene kommt ebenfalls eine große Bedeutung als Partner zu. Die Zusammenarbeit ist zu intensivieren.

Als Ansprechpartner und Vermittler von Informationen an potentielle Interessenten bzw. Investoren soll auch die Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH (WFS) als Unternehmen des Landes in Betracht. Die WFS arbeitet hauptsächlich überregional und länderübergreifend. Sie vermitteln den Ansprechpartner der WF in WSW vor Ort.

Darüber hinaus sollen die Erfahrungen, Kenntnisse und Netzwerke der MGO Marketinggesellschaft Oberlausitz GmbH aktiv genutzt werden. Die MGO - finanziert durch Land und Kreise - versteht sich als Dienstleister für die regionalen Wirtschaftsförderer (WF) und will eine Plattform sowie Rahmenbedingungen schaffen, sich an Netzwerken zu beteiligen.

Die Unternehmensgruppe Vattenfall soll über deren Tochterfirma biq (diese verwertet in erster Linie Grundstücke) aktiv angesprochen und um Kooperation gebeten werden. Damit soll erreicht werden, die Kontakte von Vattenfall erfolgreich für die Vermarktung der Gewerbeflächen in Weißwasser zu nutzen. Ein Beispiel für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Kommune und Vattenfall in dieser Richtung ist Spremberg. Dazu soll dieser Wille in den Grundlagenvertrag zwischen Stadt Weißwasser und Vattenfall aufgenommen werden. In einer ersten Anfrage an den Vorstand von Vattenfall Europe Mining am 18.05.2009 hat sich Vattenfall Europe Mining bereits sehr aufgeschlossen zu den vorgenannten Anfragen gezeigt und den Willen zur Zusammenarbeit bekundet.

Die Stadtverwaltung soll mit großen Wirtschaftsverbänden (z.B. VKU, BDEW, BDI) zusammenarbeiten. Potentielle Interessenten sollen aktiv angesprochen werden, um auf Weißwasser und unsere Ressourcen aufmerksam zu machen.

Darüber hinaus soll der Kontakt zu den regionalen Finanzierungsinstituten (Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken, Commerzbank etc.) als Multiplikatoren genutzt werden.

Für einen effektiven und einheitlichen Informationsstand zwischen den Partnern der Wirtschaftsförderung ist eine einheitliche Datenbank über Unternehmens- und Standortfaktoren zweckmäßig. Eine solche virtuelle Datenbank – **KWIS.net** -existiert bereits und könnte sich in 2 – 3 Jahren zum Erfolgsmodell entwickeln. KWIS.net bietet die Möglichkeit, Standort – soweit vorhanden und in das System eingepflegt – Firmendaten einzusehen und zu verwalten. Die Städte Löbau, Zittau, Kamenz, Bautzen und Hoyerswerda nutzen es bisher. Der Kreis Görlitz hat sich bisher nicht für eine Nutzung entschieden.

Das Netzwerk kwis.net soll auch von Weißwasser verwendet werden, wenn die Voraussetzungen dafür gesichert sind. Dabei soll die personalaufwändige Datenpflege nicht durch die Stadtverwaltung durchgeführt werden. Zielstellung ist dabei, dass der Kreis diese Arbeit übernehmen soll.

Es soll außerdem geprüft werden, ob die Entwicklungsgesellschaft Oberlausitz Niederschlesien GmbH diese Arbeit übernehmen kann. Dazu ist bei der ENO GmbH ein Kostenangebot über die Pflegeleistungen am kwis.net einzuholen und die Beauftragung im zuständigen Gremium (Ausschuss/ Stadtrat) zu beschließen.

Auch der Einzelne Mandatsträger im Stadtrat Weißwasser kann dazu beitragen, in Zusammenarbeit mit politischen Entscheidungsträgern seiner Partei/ sonstigen Vereinigung Aufgaben der Wirtschaftsförderung im weitesten Sinne zu übernehmen.

So ist der zügige Ausbau der Ost-West-Verbindung durch den Grenzübergang nach Polen mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln zu unterstützen. Der Landrat soll den zügigen Ausbau der Mitteltrasse vorantreiben und sich politisch für die Trasse und deren zügige Umsetzung einsetzen. Fraktionsübergreifend sollen sich dazu die **Stadträte** bei ihren jeweiligen Vertretern im Kreistag für einen entsprechenden Antrag einsetzen.

zu III. 6. personelle Untersetzung der umzusetzenden Aufgaben -Personalbedarf

Die Wirtschaftsförderung soll auch weiterhin durch die Verwaltung realisiert werden. Die umfangreichen Aufgaben der Wirtschaftsförderung machen es notwendig, den Umfang des dafür zu Verfügung stehenden Personaleinsatz neu zu bewerten.

Die Aufgaben sind nicht- wie bisher – mit 0,5 VZA in der geforderten Qualität zu bewältigen. Der Bericht des Deutschen Wirtschaftsinstituts (DWI) Berlin vom Dez. 2001 „Erfolgsfaktoren kommunaler Wirtschaftspolitik in Ostdeutschland“ empfiehlt bei einer Gemeindegröße zwischen 10.000 – 20.000 Einwohnern einen Personalschlüssel von 1,5 VZA. Dementsprechend soll der Personalschlüssel kurzfristig auf Mind. 1,0 VZA – vorzugsweise auf 1,5 VZA erhöht werden.

zu III. 7. Konzept Mittelstandsfreundliche Verwaltung

Das Land Nordrhein-Westfalen hat im Rahmen der Mittelstandsoffensive in der Zeit vom 2001 bis 2004 das Projekt Mittelstandsfreundliche Verwaltung durchgeführt. An diesem Projekt beteiligten sich 12 Kommunen und Kreise unterschiedlicher Größe und Wirtschaftsstruktur. Innerhalb des Projekts, welches unter dem Motto „Mehr Service für den Mittelstand“ stand, wurden viele Maßnahmen entwickelt, die erfolgreich und auf andere Kommunen transferfähig sind. Mit der als Anlage beiliegenden Bilanz dieses Projekts des Landes NRW werden die Ergebnisse aufgezeigt und in 7 Handlungsfelder zum Nachmachen erläutert.

Von besonderem Interesse sind dabei die „Serviceversprechen Mittelstand“, deren Umsetzung und Anwendung sogar durch eine unabhängige Prüfkommision zertifiziert werden können. Bei den Serviceversprechen legen die Verwaltungen eigene **Qualitätsstandards** fest, die hauptsächlich Verwaltungsabläufe betreffen. Hierzu gehören Erreichbarkeit und Rückmeldung von Verwaltungsmitarbeitern, Vereinbarung eines Gesprächstermins, Unternehmensbesuche, Lotsen, feste Ansprechpartner, Vorgaben zum Antragsverfahren (Eingangsbestätigung, Informationen über den Stand des Verfahrens) und Genehmigungsverfahren. Die bisherigen Verwaltungsabläufe wurden überprüft und optimiert.

Die Stadtverwaltung soll anhand der Erfahrungen des Landes NRW ein Konzept erarbeiten, in welchem Maßnahmen zum besseren Service für den Mittelstand festgeschrieben werden. Ziel soll dabei die Einführung von Qualitätsstandards sein, die sich einer Überprüfung durch Zertifizierung unterziehen lassen.