

Betreff:

Strategischer Rahmen für die Förderung des Innovationsstandortes Braunschweig: Verortung aktueller Maßnahmen des Wirtschaftsdezernates in einem Drei-Säulen-Konzept des Wissens- und Technologietransfers

Organisationseinheit:

Dezernat VI
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

09.08.2018

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (zur Kenntnis)

Sitzungstermin

24.08.2018

Status

Ö

Sachverhalt:

Mit der vorliegenden Mitteilung informiert die Verwaltung über den strategischen Rahmen zur Förderung des Innovationsstandortes Braunschweig und ordnet damit die aufgeführten Projekte und perspektivischen Vorhaben ein. Die Mitteilung dient weiterhin als thematische Grundlage für die Beschlussvorlagen zur Förderung des Innovationsstandortes, aktuell der zur Kooperation zwischen Haus der Wissenschaft GmbH und TRAFO Hub GmbH.

Einleitung

Das Aufgabenfeld „Förderung des Innovationsstandortes“ gliedert sich in der Arbeit des Wirtschaftsdezernates und der Wirtschaftsförderung in die wesentlichen Bausteine Gründerförderung, Wissens- und Technologietransfer sowie Innovationsförderung, Digitalisierungsthemen und Zusammenarbeit in Clustern und Netzwerken. Diese Bausteine sind eng miteinander verzahnt und deshalb zusammenhängend zu betrachten.

Die ausgeprägten Kompetenzen des Standortes in Wissenschaft und Forschung bieten die große, wenigen Standorten in Europa gegebene Chance, Innovationen in Wertschöpfung und Arbeitsplätze zu übersetzen. Braunschweigs Pluspunkte sind die Innovationskraft der Hochschulen und Forschungseinrichtungen, die gute Infrastruktur, das breite Netzwerk unterstützender Institutionen und das regionale Mobilitätscluster. Zentrale Aufgabe von Politik und Verwaltung ist es, die klugen Köpfe und Innovationen in Stadt und Region zu halten, um die wirtschaftlichen Effekte auch hier zu nutzen. Insofern muss sich Braunschweig mit teils deutlich größeren Städten und den dortigen Einrichtungen messen. Aktuell verdienen in diesem Zusammenhang insbesondere Initiativen zur Digitalisierung und zur Gründerförderung besondere Aufmerksamkeit.

Im Integrierten Stadtentwicklungskonzept wurde daher ein eigenes Rahmenprojekt aufgenommen, welches die Förderung des Innovationsstandortes adressiert und folgende wesentliche Ziele verfolgt:

Zum einen soll die Zusammenarbeit sowie der Wissens- und Technologietransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft sowie auch mit der Gesellschaft in Braunschweig ausgebaut und weiter gestärkt werden. Aus diesen Faktoren gilt es ein funktionierendes Ökosystem und hervorragendes Gründerklima in der Stadt und der Region zu entwickeln, das eine hohe Anziehungskraft auf tragfähige, insbesondere technologieaffine Start-ups ausübt. Die Akteure der unterschiedlichen Disziplinen (Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Kreative etc.) sollen sich gezielt vernetzen, um das positive Klima für Forschung und Wissenschaft in der

Stadtgesellschaft aufrecht zu erhalten und auszubauen. Darüber hinaus findet die Thematik auch im Arbeitsfeld 7 „Kultur, freie Szene und Wissenschaft“ weitreichende Berücksichtigung.

Der Wissens- und Technologietransfer kann dabei als wesentliches Instrument zur Erreichung all dieser Ziele verstanden werden, denn er beschreibt vereinfacht formuliert den Prozess, wie Wissen und Innovationen (z. B. aus der Wissenschaft und Forschung) in Wertschöpfung und Arbeitsplätze übersetzt werden. Durch die hieraus generierte Stärkung der Innovationskraft und – mit Blick auf Unternehmensgründungen – der Diversifizierung des Wirtschaftsstandortes wird der Innovationsstandort gefördert und maßgeblich profiliert.

Drei-Säulen-Konzept

1. Säule: Bündelung und neue Wege der bisherigen Initiativen zum Wissens- und Technologietransfer

Die Braunschweig Zukunft GmbH ist seit vielen Jahren in Kooperation mit der TU Braunschweig darum bemüht, über gemeinsame Projekte wie das Technologieforum aktiv den Wissens- und Technologietransfer zu fördern. Seit dem letzten Jahr wurde dieses Bestreben durch zwei neue Projekte erweitert.

Zum einen wird durch den Einsatz eines Innovationsscouts im Rahmen des Projektes Regionales Innovationsscouting die Verknüpfung zwischen Technischer Universität, Forschungseinrichtungen und KMUs intensiviert. Neben Fördermittelberatungen für Innovationsprozesse sollen Kooperationen initiiert werden, um Problemstellungen der Wirtschaft, insbesondere KMUs, unter Ausnutzung vorhandener Potenziale an der Technischen Universität und anderen Forschungseinrichtungen in der Region zu lösen.

Zum anderen arbeiten beide Einrichtungen derzeit an einer Konzeption, um diesen Ort als Anlaufstelle für Gründer und Technologietransfer weiterzuentwickeln. Ziel ist es, durch Erweiterung des Technologieparks etablierte Initiativen und Akteure bzw. deren Maßnahmen zu den Themen Gründerförderung, Entrepreneurship sowie Wissens- und Technologietransfer räumlich an einem Ort zu konzentrieren. Durch diese Bündelung soll eine neue zentrale Anlauf- und Beratungsstelle mit regionalem Anspruch entstehen, die die Sichtbarkeit der Angebote erhöht und die Vernetzung der Akteure fördert, um neue Adressaten zu erreichen und wirkungsvoller zu agieren. Durch den Quartierscharakter, die Nähe zu den verschiedenen Campusbereichen mit Instituten und Einrichtungen der Technischen Universität sowie zum Technologiepark wird zusätzlich der gewachsene kreative Stadtraum / Creative Space in diesem Bereich der Stadt weiter ausgebaut.

2. Säule: Wissens- und Technologietransfer durch Unternehmensgründungen

Wissens- und Technologietransfer kann aber nicht nur durch Kooperationsprojekte zwischen KMUs, Start-ups mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen erfolgen, sondern auch unmittelbar über Unternehmensgründungen. Junge Unternehmer benötigen dabei meist Hilfestellung, um aus einer Geschäftsidee ein erfolgreiches Unternehmen zu errichten. Im Zuge der seit vielen Jahren erfolgreich aktiv und intensiv betriebenen Gründerförderung durch die Braunschweig Zukunft GmbH und ihrer Partner aus dem Gründernetzwerk verstärkte sich in den letzten Jahren jedoch das Bewusstsein, dass neue Ansätze der Gründerförderung entwickelt werden müssen. Ziel war es daher, junge Unternehmer in weiteren kritischen Phasen der Unternehmensentwicklung und fachlich umfassender im Verlauf ihrer Wertschöpfungskette, also wie beschrieben von der Ideenentwicklung bis hin zum etablierten Unternehmen, zu begleiten. Hierfür wurden von der Braunschweig Zukunft GmbH die beiden Projekte Start-Up-Zentrum Mobilität und Innovation (MO.IN) und Inkubator für Wachstum und Innovation (W.IN) ins Leben gerufen.

Im vom Land Niedersachsen und der Stadt Braunschweig mit jeweils rund 173.000 Euro über zwei Jahre finanzierten MO.IN, welches im Technologiepark (Einbindung ins Gründerquartier) untergebracht ist, werden in enger Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl für Entrepreneurship von Technischer Universität und Ostfalia Hochschule pro Jahr ca. sechs technologieorientierte Gründungen mit dem Schwerpunkt Mobilität und Innovation umfassend betreut. Die Beratungs- und Coaching-Leistungen setzen hierbei in der Early-Stage der Gründungsphase (Pre-Seed (Orientierungsphase), Seed (Planungsphase), Start-up (Gründungsphase)) an.

Das Konzept des W.IN wurde in enger Abstimmung mit Unternehmern aus Braunschweig und der Region erstellt. Der Fokus liegt hierbei auf der Wachstumsphase der Start-ups, was einen wesentlichen Unterschied zum MO.IN darstellt. Im Leistungsumfang sind hierbei z. B. enthalten: Beratungs- und Mentoring-Angebote, Kontaktvermittlung zu Investoren und der Zugang zum Netzwerk aus Unternehmern, die als Sparrings- und strategische Partner sowie als Mentoren agieren. Der W.IN zielt direkt auf die Zielsetzung der Vernetzung zwischen städtischer Gesellschaft, öffentlichen Einrichtungen/Institutionen und Unternehmen ein und ist damit ein zentraler Baustein für das Gründer-Ökosystem und ein starkes Zeichen für die positive Kultur am Standort Braunschweig.

Darüber hinaus wurde mit dem Technologiezentrum Innovationsflügel am Forschungsflughafen ein weiterer wichtiger Impuls zur Standortförderung gesetzt. Der Innovationsflügel wurde auf rd. 350 m² im 2. OG in das Lilienthalhaus integriert. Die Forschungsflughafen Braunschweig GmbH berät und unterstützt das Projekt und die Mieter des Innovationsflügels. Diese profitieren vom Campuscharakter des Gebietes am Forschungsflughafen, werden in das Netzwerk aus Unternehmen und Institutionen eingebunden und kommen mit potenziellen Partnern in Kontakt. Weiterhin sind im Innovationsflügel Informationsveranstaltungen und Workshops auch in Zusammenarbeit mit der Gründungsberatung der Braunschweig Zukunft GmbH geplant. Mit dem Vorhaben wird das Ziel verfolgt, das Mobilitätscluster am Forschungsflughafen künftig innovativen kleinen oder jungen Unternehmen bzw. Projektpartnern, die im Bereich der Luft-, Raumfahrt und der Verkehrstechnik tätig sind, leichter zugänglich zu machen, ihnen somit bessere Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten und den Flächenengpass am Flughafen zu kompensieren.

Alle neuen Projekte sind zunächst zeitlich befristet und werden nur bei Erfolg fortgesetzt. Absehbar sind Synergien in der weiteren Entwicklung durch eine Integration des MO.IN und des W.IN.

3. Säule: Wissens- und Technologietransfer in Creative Spaces

Creative Spaces wie Fablabs, Co-Working-Spaces oder Digital Hubs sind Keimzellen der digitalen Entwicklung und Innovationskraft eines Standortes und nicht zuletzt durch den Förderwettbewerb des Bundes vor einigen Jahren inzwischen in vielen deutschen Großstädten, insbesondere solchen mit starken, anwendungsorientierten Universitäten, Realität. Als dritte Säule spielen diese Creative Spaces daher eine auch für Braunschweig und die Region eine zentrale Rolle. Bei der Realisierung solcher Orte setzen Wirtschaftsdezernat und Braunschweig Zukunft GmbH auf die Begleitung und Unterstützung privater Akteure bzw. Initiativen durch Beratungsleistungen und finanzielle Förderung.

Ein erster Creative Space, der erfolgreich etabliert werden konnte, ist das Protohaus im Gründerquartier. Er ist eine offene High-Tech-Werkstatt zum transdisziplinären Arbeiten und Austausch, der Fokus liegt hier auf dem Angebot unterschiedlichster Maschinen und entsprechenden Schulungen und Projekten. Der Transformationhub (TRAFO) in der Wichmannhalle stellt die jüngste Initiative dar. Ziel ist hier die Schaffung eines Digital Hubs, also eines Raumangebotes zum intensiven Austausch und Kooperationen zwischen Köpfen und Unternehmen der Digitalwirtschaft, Kreativen und anderen „old-economy“-Unternehmen. Das Projekt wird in der Beschlussvorlage „Förderung einer Kooperation zwischen der Haus der Wissenschaft GmbH und der TRAFO Hub GmbH in der Wichmannhalle“ (DS 18- 08605) detailliert vorgestellt und erläutert.

Um das existierende Braunschweiger Ökosystem der kreativen Orte zu untersuchen, wird in Kooperation mit der Metropolregion GmbH im Rahmen des Projektes Campus Metropolregion zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft eine Studie in Auftrag gegeben, die kreative Orte in Braunschweig detailliert untersucht. Hierbei werden u. a. folgende zwei Ziele verfolgt: Erstens die Erfassung der individuellen Bedarfe der handelnden Akteure, um gezielt Maßnahmen zu deren Unterstützung zu entwickeln. Und zweitens sollen Auswirkungen kreativer Orte auf die Stadtentwicklung (Nachbarschaft, Quartier, Gesamtstadt) untersucht und identifiziert werden, um die diesbezüglichen Potenziale besser nutzen zu können.

Fazit

Das beschriebene Drei-Säulen-Konzept des Wissens- und Technologietransfers wird als strategischer Handlungsrahmen für die Förderung des Innovationsstandortes gesehen, stetig verfeinert und ausgestaltet. Der bisher verfolgte Ansatz, neben stadteigenen Projekten und Maßnahmen auch in diesem Bereich verstärkt auf Kooperationen mit öffentlichen Einrichtungen, Unternehmen und Privatpersonen zu setzen, erweist sich als äußerst erfolgreich und trägt in Summe nachhaltig zur Entwicklung und vor allem Profilierung des Wirtschaftsstandortes bei.

Der TRAFO in der Wichmannhalle – als aktuellste Maßnahme des Wirtschaftsdezernates – nimmt hierbei künftig eine zentrale Rolle ein, denn er wird als erster Digital Hub der Stadt eine zusätzliche Basis für die Vernetzung wichtiger Akteure darstellen und damit eine neue Plattform für die Entwicklung innovativer Konzepte und Projektideen bieten. Die in der nachgelagerten Beschlussvorlage hierfür vorgesehene Förderung einer Kooperation zwischen dem Haus der Wissenschaft und der TRAFO Hub GmbH ist daher von besonderer Bedeutung.

Leppa

Anlage/n: keine

<i>Betreff:</i> Digitale Präsenz des Wirtschaftsstandortes Braunschweig

<i>Organisationseinheit:</i> Dezernat VI 0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat	<i>Datum:</i> 13.08.2018
---	-----------------------------

<i>Beratungsfolge</i> Wirtschaftsausschuss (zur Kenntnis)	<i>Sitzungstermin</i> 24.08.2018	<i>Status</i> Ö
--	-------------------------------------	--------------------

Sachverhalt:

Ausgangslage

Im Zuge der enormen Dynamik der Digitalisierung und der damit einhergehenden Entwicklung in der digitalen Kommunikation hat die Verwaltung die Studie „Markt- und Wettbewerbsanalyse: Digitale Präsenz der Stadt Braunschweig, insbesondere der Innenstadt“ erarbeiten lassen, deren Ergebnisse im Oktober letzten Jahres vorgestellt wurden. Die Ergebnisse des zweiten Teils, welcher sich mit der digitalen Präsenz des Wirtschaftsstandortes Braunschweig beschäftigt und ebenfalls durch die CIMA Beratung + Management GmbH aus Lübeck, unterstützt durch die Marketingagentur New Communication, durchgeführt, liegen nun vor.

Ergänzend zur Untersuchung im Hauptteil zur Innenstadt, für welche die digitale Kommunikation von Nutzern (z. B. Innenstadtbesucher) sowie ansässigen Unternehmen analysiert wurde, standen zwei wesentliche Fragestellungen im Fokus der Betrachtung:

1. Wie kommunizieren Unternehmen, Kammern, Verbände, Forschungseinrichtungen und sonstige wichtige Wirtschaftsakteure digital und wie beziehen diese Akteure explizit ihren Standort mit ein?
2. Wie stellt sich das Online-Gesicht des Wirtschaftsstandortes Braunschweig dar und wie wird über die Stadt als Arbeitsort gesprochen?

Diese Fragestellungen sind insofern relevant, als dass sie Aufschluss darüber geben, welche Informationen z. B. ansiedlungsbereite Unternehmen, Investoren aber auch Fachkräfte, welche sich für den Standort entscheiden sollen, im Internet finden können.

Vorgehensweise

Bei der Erhebung wurde zweigleisig vorgegangen. Für die erste Fragestellung wurden im Rahmen einer Bestandsaufnahme die digitalen Präsenzen von insgesamt 50 Unternehmen, 18 Forschungseinrichtungen, 6 Netzwerken/Clustern sowie 16 Marketinginitiativen und Wirtschaftsverbänden betrachtet und bewertet, wie diese den Standort Braunschweig in ihrer Kommunikation berücksichtigen.

Bei der zweiten Fragestellung wurde analog der Bewertung der Online-Reputation der Innenstadt eine Software verwendet, um nach Online-Berichten bzw. Beiträgen zum Wirtschaftsstandort zu suchen. Zusätzlich wurde eine Recherche in thematisch passenden, gängigen Kommunikationsportalen (XING, Kununu) durchgeführt.

Ergebnisse der Untersuchung

Zur ersten Fragestellung, wie die berücksichtigten Wirtschaftsakteure mit Blick auf den Wirtschaftsstandort kommunizieren, lässt sich feststellen, dass von den 50 betrachteten Unternehmen, von denen erfreulicherweise drei Viertel über eine aussagekräftige Internetpräsenz verfügen, sich lediglich bei acht Unternehmen eine ausführliche bzw. starke Identifikation mit dem Standort Braunschweig erkennen lässt. Die untersuchten Forschungseinrichtungen am Standort stellen hinsichtlich der professionellen Onlinepräsenz ein ähnliches Bild dar. Einige Einrichtungen bedienen vier oder mehr Kommunikationskanäle. Einen Bezug zum Standort Braunschweig hatte im Erhebungszeitraum jedoch keine einzige Einrichtung hergestellt. Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass die meisten Einrichtungen auf Landes- bzw. Bundesebene organisiert sind und an mehreren Standorten vertreten sind.

Auch bei den Netzwerken/Clustern lassen sich Handlungsbedarfe erkennen. Lediglich der Forschungsflughafen und das Netzwerk KIM (Kooperation im Maschinenbau) lieferten Informationen zum Standort. Bei den 16 Marketing-Initiativen bzw. Verbänden/Kammern wurde immerhin sechs eine sehr gute Standortkommunikation bescheinigt, darunter auch der Auftritt der Braunschweig Zukunft auf dem Portal der Stadt und das Portal best choice des Stadtmarketings.

Hinsichtlich der zweiten Fragestellung, wie das Online-Gesicht des Wirtschaftsstandortes Braunschweig aussieht, lässt sich feststellen, dass sich Meinungsäußerungen und Diskussionen dem Anschein nach an anderer Stelle, d.h. offline oder in geschlossenen Online-Netzwerken, abspielen. Denn es konnten keine relevanten Online-Einträge erfasst werden, die für eine Bewertung des Online-Gesichts des Wirtschaftsstandortes hätten herangezogen werden können. Das bedeutet, dass ein Interessent, der sich über den Standort Braunschweig in offenen Online-Foren im Netz informieren will, wenig bis keine relevanten Informationen erhält. Sein Meinungsbild über den Standort kann nicht aufgrund von Nutzer-Dialogen im Netz entstehen.

Als Ergänzung für die Erhebung des Standortimages wurde daher eine Auswertung der Kununu-Einträge herangezogen. Hierbei handelt es sich um ein Bewertungsportal für Mitarbeiter, um das Unternehmen zu bewerten, für welches sie arbeiten. Von den 50 untersuchten Unternehmen sind für 41 Unternehmen dort Einträge vorhanden. Insgesamt liegen 52.375 Einzelbewertungen vor, von denen sich 12.461 konkret auf Braunschweig bezogen. Demnach herrscht im Rahmen der Analyse eine insgesamt gute Zufriedenheit (3,7 von 5 max. Punkten) der hiesigen Arbeitnehmer. Seit 2014 steigt diese Zufriedenheit leicht an.

Die Ergebnisse der Studie sind zudem in der Anlage übersichtlich und gut nachvollziehbar durch die CIMA zusammengefasst worden.

Bilanz

Die Gutachter kommen zu dem Schluss, dass Außenstehende, beispielsweise Standortinteressente oder Investoren, bei einer einfachen Online-Recherche an relevanten Stellen Wesentliches über den Standort Braunschweig erfahren können. Die Informationsquellen beschränken sich dabei im Wesentlichen aber auf die kommunalen Absender (Stadt Braunschweig, Braunschweig Zukunft, Braunschweig Stadtmarketing, best choice), welche einen umfassenden Überblick über Branchen, Unternehmen, Fördermöglichkeiten und Standortfaktoren anbieten.

Die untersuchten Teile der lokalen Wirtschaft sind online gut präsent und zeichnen durch ihre weitgehend professionelle Präsenz ein positives, starkes und modernes Abbild des Wirtschaftsstandortes Braunschweig.

Zur Unterstützung des Online-Bildes des Wirtschaftsstandortes Braunschweig tragen die Unternehmen, Einrichtungen, Verbände und Initiativen durch ihre teils umfassenden Online-Aktivitäten jedoch nur unvollkommen bei. Sie beschränken sich i.d.R. auf sich und ihre Leistungen und senden bezüglich des Standortes unspezifische Botschaften aus bzw. kommunizieren nicht über den Standort. Somit werden nur wenige Standortbekenntnisse abgegeben. Dieser Umstand bietet Möglichkeiten zur Optimierung.

Einschätzung der Verwaltung und Ausblick

Aufgrund des Wandels in der digitalen Kommunikation, des geänderten Kommunikationsverhaltens der Bevölkerung und des ubiquitären Informationsangebotes im Internet ist es aus Sicht der Verwaltung für Unternehmen und Kommunen essentiell, online auffindbar zu sein. Wichtig ist hierbei der Umstand, dass jedes einzelne Unternehmen dabei zum Gesamtbild einer Stadt im Internet beiträgt. Denn dieses Bild setzt sich aus der Gesamtheit aller auffindbaren Informationen zusammen. Gerade in Zeiten des verstärkten Wettbewerbs um Fachkräfte, Studenten, Unternehmen, Kunden, Touristen etc. pp. muss es oberstes Ziel sein, die Attraktivität und Angebote einer Stadt als Aushängeschild nach außen zu präsentieren.

Ein starkes Stadt- und Standortmarketing sind hierfür ein essentieller Bestandteil, um die Fülle an Informationen zu bündeln und Unternehmen, Fachkräften und Besuchern der Stadt zentral und gut aufbereitet zur Verfügung zu stellen.

In dem Zuge ist es ebenso wichtig, dass sich eine Stadt auch als attraktiver Lebens- und Arbeitsstandort präsentiert. Denn für die Wahl des Ausbildungs- und Arbeitsortes oder Unternehmensstandortes spielen weiche Standortfaktoren eine zentrale Rolle für Fachkräfte, junge Menschen, Start-Ups und KMUs. Hier kann Braunschweig durch ein vielfältiges Angebot und die bereits vorhandenen, intensiven Aktivitäten von Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing punkten.

Dennoch ist es wichtig, dass sich auch die Arbeitgeber vor Ort mit ihrem Standort identifizieren und dies nach außen tragen. Mit Blick auf die Ergebnisse der Studie lässt sich aus Sicht der Verwaltung vor diesem Hintergrund ein deutlicher Verbesserungsbedarf feststellen.

Die Wirtschaftsförderung hat sich daher das Ziel gesetzt, den aktuellen Zustand sukzessive zu verbessern und hierzu entsprechende Gespräche mit den Verantwortlichen zu führen, um über die Bedeutung der Standortkommunikation aufzuklären. Darüber hinaus wird sich eine interne Arbeitsgruppe aus Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing dem Thema widmen, um die aufgezeigten Handlungsbedarfe Stück für Stück zu verbessern. Ein Ansatzpunkt könnte es dabei sein, den Unternehmen und Einrichtungen Hilfestellung zur Standortkommunikation zu geben, in dem - analog der Vorgehensweise im Rahmen des Kampagne best choice - fertige Textbausteine und Bilder sowie Filme für die Integration in die eigene Online-Präsenz angeboten werden.

Die Verwaltung wird zu gegebener Zeit wieder zum Sachstand der Bemühungen berichten.

Leppa

Anlage/n: CIMA - Ergebnisse der Studie



FOKUS

So präsentiert sich der WIRTSCHAFTSSTANDORT BS selbst.

UNTERNEHMEN

50

ausgewählte Unternehmen in Braunschweig
nach Beschäftigten am Standort BS

WEBSEITEN



Professionalität
der Präsenz



36/50



14/50

inhaltlicher
Bezug zum
Wirtschafts-
standort BS



42/50
Bezug rudimentär („Anfahrt“)
oder nicht vorhanden



8/50
Bezug ausführlich bzw. starke Identi-
fikation mit dem Standort BS

direkte Ansprache
von Fachkräften



27/50
direkte Ansprache
auf der Startseite

Karriere

SOCIAL MEDIA (SM)



offizielle Social Media Kanäle: 39/50 Unternehmen

Anzahl
Kanäle

TOP
FOL
LOW
ER

andere vereinzelt; LinkedIn nicht erfasst

facebook 30

XING 26

YouTube 29

twitter 9

Dürkop: 8.000
Landes-Sparkasse: 5.300
Dittmar/Signum: 2.700

Assmann: 460
ckc: 350
fme: 300

GOM: 1.500
EWE: 300
SOLVIS: 140

bühler: 1.100
GOM: 820
fme: 350

ausgenommen: MDM, New Yorker, Siemens, VW, VW FS



- 31 Unternehmen betreiben mehrere SM-Kanäle parallel (8 Unternehmen betreiben einen einzelnen SM-Kanal)
- Mehrheit sehr professionell betrieben, d.h. regelmäßig aktiv, einige mehrmals wöchentlich
- Unternehmen nutzen hohe Präsenz in SM-Kanälen zur Eigendarstellung
- viele nutzen SM-Kanäle für Employer Branding bzw. Stellenmarkt



- i.d.R. fehlt der Bezug zum Standort Braunschweig in den SM-Präsenzen
- die Unternehmen, welche sich auf ihrer Webseite mit dem Standort BS identifizieren sind sehr wenig präsent im Social Media Bereich



FOKUS

So präsentiert sich der WIRTSCHAFTSSTANDORT BS selbst.

FORSCHUNG

18 Forschungseinrichtungen in BS

WEBSEITEN



Professionalität
der Präsenz



11/18



7/18

Insgesamt präsentieren sich die Forschungseinrichtungen durchweg professionell im Internet.

Bezug zum
(Wirtschafts-)
Bildungs-
Standort BS



0/18



Eine erkennbare Identifikation der Forschungseinrichtungen mit dem Standort Braunschweig ist im Netz nicht vorhanden bzw. sehr gering ausgeprägt.

SOCIAL MEDIA (SM)



offizielle Social Media Kanäle: 11/18 Einrichtungen

andere Kanäle vereinzelt, z.B. XING unbedeutend gering; LinkedIn nicht erfasst

Kanäle +
Follower
gesamt

YouTube (10)

12.700

facebook (7)

65.100

twitter (3)

74.700

Die Social-Media-Kanäle (v.a. facebook) werden mehrheitlich für Recruiting und Employer Branding genutzt. Viele werden zentral, d.h. nicht in BS betrieben. Inoffizielle Kanäle bestehen vereinzelt für Braunschweiger Standorte.

Insgesamt erreichen die SM-Kanäle viele Abonnenten bzw. Interessenten. Über den Wirtschafts- bzw. Forschungsstandort BS erfahren diese jedoch wenig.



Aktivität



Die große Mehrzahl Social-Media-Kanäle sind regelmäßig aktiv. Nicht selten sind nahezu tägliche Aktivitäten zu verzeichnen.

Anzahl aktive Kanäle:

DLR

8

GRS

4

HZI

4

NETZWERKE

6 (Branchen-)Netzwerke + Cluster in BS

WEBSEITEN



Bezug zum
Wirtschafts-
standort BS



2/6

Forschungsflughafen und KIM beziehen sich auf ihren Webpräsenzen explizit auf den Standort BS, z.B. durch detailreiche Beschreibungen. Bei den anderen Netzwerken wird kein relevanter Zusammenhang dargestellt.





FOKUS

So präsentiert sich der WIRTSCHAFTSSTANDORT BS selbst.

WIKIPEDIA

i.d.R. TOP 5 bei Google-
Suchergebnissen
= Erster Eindruck!



Der W-Eintrag ist ausführlich und zeichnet ein umfangreiches Bild der Wirtschaftsstadt unter Berücksichtigung spezifischer Branchen und der entsprechenden Unternehmen. Teils mit historischen Nennungen, teils mit vergleichenden Formulierungen werden die Besonderheiten und die Bedeutung der Stadt für Einzelne dargestellt. Besonderer Fokus liegt auf dem Bereich Wissenschaft/Forschung. Bedeutende Gewerbeparks finden keine Erwähnung. Die Wirtschaftsgeschichte (bis heute) hat einen eigenen Wiki-Eintrag.

Gesamtnote: Ausreichend

VERGLEICH // BEST PRACTICE

NÜRNBERG // Erwähnung bedeutender Gewerbeparks
KARLSRUHE // eigenes Wiki für Unternehmen
OSNABRÜCK // übersichtliche Aufteilung des Eintrages nach Branchen (Industrie)
HANNOVER // Standort-Keyfacts im englischen W-Eintrag

MARKETING-INITIATIVEN

Präsenzen von **16** Initiativen + relevanten Wirtschaftsverbänden zur Vermarktung des Wirtschaftsstandortes

WEBSEITEN



Professionalität
der Präsenz



14/17



3/17

Eine zeitgemäße Präsentation der Wirtschaftszweige und deren Aktivitäten ist Standard.

Bewertung der
allg. Informationen zum
Wirtschafts-
standort BS



- Allianz für die Region GmbH
- ForschungRegion Braunschweig e.V.
- Meine-Region.de (Blog)
- Metropolregion H BS GÖ WOB
- Braunschweig Zukunft GmbH
- best choice



Mit ihren
ausführlichen
Informationen
herausragend.



- Die anderen 10 der 16 betrachteten Initiativen repräsentieren den Wirtschaftsstandort online nur ungenügend bzw. gar nicht



Interessenten (z.B. Investoren), die sich online informieren möchten, erfahren wenig. Während Informationen zur jeweiligen Branche und zu Leistungen präsent sind, fehlen oftmals allgemeine Informationen zum Standort Braunschweig.

Entgegen der ersten Annahme, die Marketinginitiativen bzw. relevanten Wirtschaftsverbände würden den Standort ausgeprägt präsentieren, zeigt sich das Online-Bild differenziert. Weniger als die Hälfte beschreiben den Standort BS, seine Vorzüge, bzw. seine Lage. Ebenso finden

weiche Standortfaktoren nur auf einer Minderheit der Webpräsenzen statt. Verweise auf aktuelle Flächenangebote im jeweiligen Cluster sind die Ausnahme. Positive Ausführlichkeit beschränkt sich auf die städtischen Präsenzen BS Zukunft und best choice.



FOKUS

BEWERTUNGEN



So wird über den WIRTSCHAFTSSTANDORT BS geredet.
Welches Bild - entfernt vom (öffentlichen) Standortmarketing - erhält ein Interessent über den WIRTSCHAFTSSTANDORT Braunschweig im Internet?

Online-Bewertungen sind für Wirtschaftsstandorte unüblich. Aber UNTERNEHMEN sind zu einem großen Teil das Abbild eines Wirtschaftsstandortes. Aus deren Bewertungen durch die Mitarbeiter lässt sich ein Teil des Bildes zur Gesamtattraktivität des Standortes BS zeichnen.



BEWERTUNGEN der Unternehmen in BS durch Mitarbeiter

Auswertung von
12.461 Online-Bewertungen
für 41 Betriebe in BS

Vergleichsgröße:
39.914 Bewertungen
für „andere Betriebs-
standorte“ der
BS-Unternehmen

Mittelwert

Bestwert = 5



BS

andere

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter in Braunschweig entspricht alles in allem dem guten Schnitt der anderen Standorte.



Einzelkriterien

gesamt: 32

Auswahl



BS

andere

Nahezu alle Kriterien werden überdurchschnittlich bewertet (ausgen. Gehalt/Sozialleistungen). 13 von 32 Kriterien (für Einzelbetriebe) werden gegenüber anderen Betriebsstandorten deutlich überdurchschnittlich bewertet.

ANGENEHME ATMOSPHÄ-	RESPEKT	BETRIEBS- KLIMA	SPASSFAKTOR
3,4	4,5	4,5	4,1
2,6	3,9	3,9	3,9

Unternehmensbereiche

gesamt: 15

Auswahl



BS

andere

Die Bewertungen für Unternehmensbereiche enthalten auch unterdurchschnittliche Werte. Insbesondere die Mitarbeiter in den Unternehmensbereichen Beschaffung/Einkauf und Design/Gestaltung sind deutlich unzufriedener als an anderen Standorten.

DESIGN/ GESTALTUNG	BESCHAFFUNG/ EINKAUF	LOGISTIK/ MATERIALWIRTSCH.	PRODUK- TION
2,2	2,6	3,4	3,1
3,8	3,8	3,9	3,6

INTERNETFOREN / GRUPPEN

Suche in öffentlich verfügbaren Daten;
ab 01.01.2016

Ein Interessent, der sich über den Standort BS in offenen Online-Foren und Userdiskussionen im Netz informieren möchte, erhält kaum relevante Informationen.

Braunschweig als Wirtschaftsstandort spielt in (öffentlichen) Foren und Gruppen keine Rolle.

Meinungsäußerungen und Diskussionen spielen sich dem Anschein nach an anderer Stelle, d.h. offline oder in geschlossenen Online-Netzwerken, ab.



Auf der Suche nach User-Kommentaren wurde das Businessnetzwerk durchsucht. Eine Vielzahl offener Gruppen, die sich mit dem STANDORT BS befassen, oder die sich an GRÜNDER richten, wurden identifiziert.

- BILANZ:
- wenig Diskussion
 - Mehrzahl der Einträge sind Vernetzung, Stellenangebote, Veranstaltungen, Umfragen/Studien, Verlinkungen zu anderen Medien und Administratives
 - Kommentare nur in Ausnahmefällen



Internet-Foren und Communities wurden identifiziert und Suchanfragen mit Keywords bzgl. relevanter Branchen kombiniert.

- BILANZ:
- sehr wenig relevante Kommunikation
 - kein auf den Standort bezogener Meinungsaustausch

Betreff:

Förderung einer Kooperation zwischen der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH und der TRAFO Hub GmbH in der Wichmannshalle

Organisationseinheit:

Dezernat VI
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

09.08.2018

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

24.08.2018

Status

Ö

Beschluss:

Der in der Vorlage vorgeschlagenen Umsetzung und der Finanzierung von Veranstaltungsformaten im Rahmen einer Kooperation zwischen der Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH und der TRAFO Hub GmbH zur Umsetzung von innovativen Veranstaltungsformaten in der Wichmannshalle in den Jahren 2018 bis 2020 aus Mitteln der Förderansätze für die Kofinanzierung von Projekten der Wirtschaftsförderung & Fachkräfteentwicklung und für die Kultur- und Kreativwirtschaft wird zugestimmt.

Sachverhalt:

Wenn es um die Zukunft geht, ist von einem Begriff derzeit sehr häufig die Rede: Digitalisierung. Dieser Begriff umschreibt ein enorm großes Feld, das gerade dabei ist, nicht nur unsere Wirtschaft, sondern die gesamte Gesellschaft und den Alltag der Menschen, beruflich wie auch privat, grundlegend zu verändern. Die Digitalisierung stellt damit – neben den vielen Chancen, die sie eröffnet – eine große Herausforderung nicht nur für Unternehmen, sondern für sämtliche private und öffentliche Einrichtungen dar.

Zwei wesentliche Voraussetzungen für erfolgreiche digitale Transformationsprozesse sind eine leistungsstarke Infrastruktur und qualifizierte Fachkräfte, die diese Transformation gestalten und hieraus Wertschöpfung generieren. Um die vorhandenen Kompetenzen und Aktivitäten in Bezug auf die Digitalisierung zu bündeln, sind in einigen Städten und Regionen sogenannte Creative Spaces oder auch Digital Hubs entstanden, in denen sich Digitalisierungsexperten, IT-Fachkräfte, kreative Köpfe, Designer und andere Akteure treffen, vernetzen, austauschen – und gemeinsam an innovativen Konzepten arbeiten können. In Braunschweig und in ganz Niedersachsen gibt es bislang keinen vergleichbaren Ort.

Dabei kann Braunschweig im niedersächsischen Vergleich eine besonders große IT-Community vorweisen. Mit einem Beschäftigtenanteil von 5,8 Prozent im IKT-Bereich ist Braunschweig Niedersachsens Spitzenreiter (siehe Studie „Niedersachsen Digital“, 2016). Um den Standort entsprechend als IT-Kompetenzstandort im Wettbewerb zu positionieren und das weiterhin dringend benötigte Fachpersonal anzuwerben, fehlt es derzeit jedoch an Sichtbarkeit dieser geballten Kompetenz – sowohl in die Stadtgesellschaft hinein, als auch darüber hinaus im bundesweiten Zusammenhang. Gleichzeitig soll eine Förderung von Dialog und Vernetzung der IT-Community mit Unternehmen und insbesondere KMUs erfolgen, um die Chancen der Digitalisierung zu nutzen sowie Wertschöpfung und Kompetenzen zu sichern.

Die Braunschweig Zukunft GmbH und weitere Akteure, darunter auch der AGV und die KreativRegion, begleiten die Eigentümer der Wichmannhallen, Familie Heß, seit Mitte 2017 bei der Planung und Umsetzung des TRAFO Hub-Konzeptes. Es sieht die Schaffung eines Creative Space im Format eines Digital Hubs, also eines Raumangebotes zum Austausch zwischen der digitalen Generation, Kreativen und Unternehmen in der Gewerbeimmobilie vor. Die Gewerbeimmobilie liegt im westlichen Ringgebiet, in dem sich sowohl die Hochschule für Bildende Künste als auch das Artmax befinden und in deren Umkreis viele Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft ansässig sind. Insbesondere die IT-affinen Bereiche der Kultur- und Kreativwirtschaft sind für den Digitalisierungsprozess unverzichtbar. Im TRAFO Hub sollen die vorhandenen innovativen und kreativen Ressourcen mit dem besonderen Ort zusammengeführt und vernetzt werden, um ein kreatives Milieu als Impulsgeber wirtschaftlicher Entwicklung und regionaler Innovation zu schaffen.

Das Angebot des TRAFO Hub umfasst

- Co-Working-Arbeitsplätze,
- Räumlichkeiten für Veranstaltungen und Beratungen unter anderem auch für Gründer/innen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, Start-Ups und Unternehmen,
- Büros und Seminarräume in einem außergewöhnlichen Arbeitsumfeld mit Loft-Charakter und möglichst offen gehaltenen Arbeitsbereichen um zum Dialog anzuregen.

Das TRAFO Hub-Konzept soll dazu beitragen, unter Einbeziehung bereits bestehender Netzwerke und neuer Akteure, folgende Ziele zu erreichen:

- eine themenzentrierte Vernetzung regionaler und überregionaler, kompetenter Akteure um Anreize für weitergehende und zukunftsorientierte Digitalisierungsprozesse zu setzen.
- Die Erprobung neuer Kooperationsformen durch geeignete Wertschöpfungsnetzwerke.
- Die allgemeine Sensibilisierung von Unternehmen für die technologischen und wirtschaftlichen Potenziale einer digitalen Transformation.
- Die Unterstützung der regionalen Unternehmen im Rahmen von geeigneten Kommunikationsformaten durch einen zielgruppengerechten Transfer des relevanten Wissens zur Digitalisierung.
- Befähigung etablierter Unternehmen zu einer schnelleren Umsetzung von Ideen/Projekten durch die Zusammenarbeit/den Austausch mit Start-ups und eine anschließende Rückübertragung von Start-up-Arbeits-/Vorgehensweisen ins Unternehmen.
- Formierung der IT-Community in der Region und Schaffung von Kontakten.

Die Haus der Wissenschaft Braunschweig GmbH beabsichtigt, ihre Expertise aus den Bereichen Formatentwicklung und Veranstaltungsorganisation in den geplanten TRAFO Hub einzubringen. Hierzu wurde bereits ein mehrstufiges Veranstaltungskonzept entwickelt, welches bestehende Akteure und Initiativen berücksichtigt und aktiv einbindet. Es beinhaltet verschiedene Formate und verfolgt unter anderem das Ziel, den Austausch innerhalb der digitalen Community, bestehend aus IT- und digitalisierungsaffinen Menschen und weiteren Akteuren aus der Kultur- und Kreativwirtschaft, zu stärken. Der Fokus der geplanten Aktivitäten liegt auf den verschiedenen Vernetzungs- und Matching-Angeboten, mit denen Start-ups und Unternehmen Partner aus der Digitalcommunity finden sollen.

Das erarbeitete Konzept sieht hierfür verschiedene Formate vor, die die flexiblen räumlichen Möglichkeiten der Halle und des gesamten Geländes berücksichtigen. Darüber hinaus ist geplant, mit einem jährlichen „Digitalfestival“ die verschiedenen Akteure, Aktivitäten, Initiativen und aktuellen Themen sowie Entwicklungen zur Digitalisierung einer breiteren, auch überregionalen Öffentlichkeit zu präsentieren und erlebbar zu machen. Für die geplanten Aktivitäten soll mit der TRAFO Hub GmbH eine Kooperationsvereinbarung geschlossen werden.

Das Konzept passt damit in die strategische Ausrichtung der Haus der Wissenschaft GmbH, die sowohl das Thema Digitalisierung als einen thematischen Schwerpunkt, als auch ver-

stärkt Aktivitäten außerhalb des eigenen Gebäudes vorsieht, um die bewährten Partner und Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur zu adressieren. Die Gesellschafter der Haus der Wissenschaft GmbH (TU Braunschweig, Stadt Braunschweig/ Braunschweig Stadtmarketing GmbH, ForschungRegion Braunschweig e.V., Arbeitgeberverband Region Braunschweig e.V. und die Union Kaufmännischer Verein von 1818 e.V.) unterstützen das Konzept.

Die Braunschweig Zukunft GmbH wird das Projekt weiterhin begleiten und Veranstaltungen, insbesondere aus dem Bereich der Gründungsförderung in der Wichmannhalle platzieren um eine feste Anlaufstelle zu schaffen, private und institutionelle Aktivitäten zu bündeln und neue Entwicklungsimpulse für die digitale Kompetenz in Braunschweig zu setzen. Damit werden auch die laufenden Bemühungen Braunschweig als Innovations- und Gründungsstadt weiterzuentwickeln und die Sichtbarkeit zu erhöhen erheblich unterstützt.

Für die Kooperation zwischen dem Haus der Wissenschaft und der TRAFO Hub GmbH zur Umsetzung von innovativen Veranstaltungsformaten in der Wichmannhalle in den Jahren 2019 und 2020 ist die Bereitstellung von städtischen Mitteln in Höhe von jährlich 50.000 € erforderlich. Für das Jahr 2018 werden Mittel in Höhe von 20.000 € benötigt.

Diese sollen aus dem von der Stabsstelle Wirtschaftsdezernat verwalteten Haushaltsansatz für die Kultur- und Kreativwirtschaft sowie Kofinanzierung von Projekten zur Verfügung gestellt werden.

Nach zwei Jahren sollen die Arbeitsergebnisse und Erfolge der Kooperation ausgewertet und den städtischen Gremien mit einer Empfehlung zum weiteren Verfahren vorgestellt werden.

Die Verwaltung bittet um Zustimmung für die Förderung der Kooperation zwischen dem Haus der Wissenschaft und der TRAFO Hub GmbH in den Jahren 2018 bis 2020 die für die Finanzierung erforderlichen Mittel wie folgt zur Verfügung zu stellen:

1. für das Jahr 2018 in Höhe von 20.000 € aus dem Ansatz für die Kultur- und Kreativwirtschaft,
2. für die Jahre 2019 und 2020 in Höhe von jährlich 50.000 €, davon jeweils 18.700 € aus dem Ansatz Kofinanzierung von Projekten der Wirtschaftsförderung & Fachkräfteentwicklung sowie jeweils 31.300 € aus dem Ansatz für die Kultur- und Kreativwirtschaft.

Leppa

Anlage/n: keine

Betreff:

**Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft aus Haushaltsmitteln
des Jahres 2018 der Stadt Braunschweig
hier: Förderung des Vereins KreativRegion e.V. aus Braunschweig**

Organisationseinheit:

Dezernat VI
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

31.07.2018

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

24.08.2018

Status

Ö

Beschluss:

Der KreativRegion e.V. erhält gemäß dem Begründungstext der Vorlage für die Durchführung der im anliegenden Konzept genannten Maßnahmen der Kultur- und Kreativwirtschaft einen städtischen Zuschuss in Höhe von bis zu 50.500 €.

Sachverhalt:

Der Rat hat bereits zum Haushalt 2011 beschlossen, die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Braunschweig zu unterstützen. Bekanntlich wurde durch Herrn Söndermann eine Studie zur Kultur- und Kreativwirtschaft für die Region Braunschweig im Auftrag der STIFTUNG NORD/LB – ÖFFENTLICHE erstellt. Ende 2011 wurden durch Herrn Söndermann Handlungsfelder vorgestellt, die zu einem Wachstum der 11 Teilbranchen der KKW beitragen können.

Der Verein KreativRegion e.V. setzt sich bereits seit 2012 aktiv mit der Umsetzung der Handlungsempfehlungen aus der Söndermann-Studie auseinander und initiiert seither verschiedene Projekte und Veranstaltungen mit Hilfe kommunaler Fördermittel.

Für das Jahr 2017 sind dem KreativRegion e.V. nach Beschlussempfehlung durch den Wirtschaftsausschuss und erfolgter Beschlussfassung durch den Verwaltungsausschuss 73.000 € bewilligt worden (DS 17-04620). Für die vollständige Umsetzung aller Veranstaltungen und Projekte und unter Berücksichtigung der späten Verabschiedung des Haushalts 2018 der Stadt Braunschweig wurde auf Antrag des KreativRegion e. V. der Durchführungszeitraum bis zum 30.09.2018 verlängert. In der Sitzung des Wirtschaftsausschusses am 24.08.2018 wird der Kreativregion e.V. den aktuell zu beschließenden Antrag für das Jahr 2018 vorstellen und gleichzeitig einen Rückblick auf die geleistete Arbeit des zurückliegenden Förderzeitraums geben.

Von den insgesamt zur Förderung der Kultur- und Kreativwirtschaft zur Verfügung stehenden Haushaltsmitteln für das Jahr 2018 i.H. v. 94.000 € werden 20.000 € zur Finanzierung des Innovationsinkubators (DS 17-05564) eingesetzt. Weitere 20.000 € sollen zur Förderung der Kooperation zwischen dem Haus der Wissenschaft und der TRAFO Hub GmbH eingesetzt werden (DS 18-08605). Für eine Förderung des KreativRegion e.V. in vorstehend genannter Höhe stehen daher noch ausreichend Mittel zur Verfügung.

Projekte 2018

Die Aufgaben, Projekte und Veranstaltungen ergeben sich aus dem in der Anlage beigefügten Projektantrag.

Die Schwerpunkte der Arbeit liegen weiterhin in unterschiedlichen Veranstaltungen und der Öffentlichkeitsarbeit für die Kultur- und Kreativwirtschaft in der Stadt und Region. Nach den Erfahrungen des Vereins aus den letzten Jahren sollen insbesondere die kleineren Formate nachgefragt und fortgeführt werden. Das aus Sicht des Vereins im Zusammenhang mit dem Marktplatz erfolgreich durchgeführte Speed Dating soll ebenfalls fester Bestandteil künftiger Aktivitäten werden. Das Thema Digitalisierung wird im Rahmen der Reihe „Impulse – Digitalmentoren“ im Vergleich zu bisherigen Veranstaltungen stärker fokussiert. Statt des großen Marktplatzes für die Öffentlichkeit soll künftig einmal im Jahr eine größere Netzwerkveranstaltung „SommerNetzTraum“ für Vertreter der kreativen Branchen, der Politik und aus intermediären Institutionen stattfinden. Insgesamt konnten durch eine Veränderung der Veranstaltungen nach Evaluation durch die Kreativregion die Kosten verringert werden, was zu einem entsprechend reduzierten Fördermittelbedarf im Vergleich zu den Vorjahren führt.

Die bisherige Mitgliederstruktur erzielte nicht den erwarteten Erfolg einer zunehmenden Finanzierung der Vereinsaktivitäten aus eigenen Einnahmen. Bereits 2017 hat der Verein daher eine grundlegende Veränderung der Mitgliederstruktur beschlossen. Neben künftig höheren Einnahmen wird so auch einem größeren Kreis eine Mitgliedschaft ermöglicht. Gleichzeitig ist ein Relaunch der aktuellen Marke im Sommer 2018 geplant. Durch diese Maßnahmen erwartet der Verein eine zwar langsame, aber kontinuierliche Steigerung der Mitgliedszahlen und der entsprechenden Einnahmen.

Die Verwaltung befürwortet die Förderung des KreativRegion e.V. im beantragten Rahmen für das Jahr 2018.

Leppa

Anlage/n:

Antrag auf Zuschussgewährung einschließlich Konzept

Antrag auf
Gewährung eines
Zuschusses zur
Durchführung von
Projekten zur
Förderung der
Kultur- und
Kreativwirtschaft

2018/19



KreativRegion



| KOSTENKALKULATION ZU MASSNAHMEN |

	I. Projekte			II. Verbandsarbeit
	1. Mehr als 30 Netzwerkveranstaltungen	2. 12 Monate Kommunikationssarbeit	3. Innovationsförderung	1. Geschäftsstelle
	<ul style="list-style-type: none"> - 1x Sommernetztraum - 3x 11hoch11 - 4x OpenHouse - 12x Der frühe Vogel - 6x Kreativstammtisch - 1x Business Speed Dating - 4x Impulse- Workshop <p>Flankiert durch</p> <ul style="list-style-type: none"> - Webinare - E- Books 	<ul style="list-style-type: none"> · Mitgliederwerbung · Webseite · Branchenbuch · Newsletter · Facebook · Pressearbeit · Image-Werbung · Neuaufbau der Marke · Flyer · Merchandise · Reisekosten · Vernetzung · Recherche · Lobbyarbeit 	<p>Kooperationen:</p> <ul style="list-style-type: none"> · CrunchLunch · Marketing- Löwe · AAI · AGV · Digitalmentoren · Stadtmarketing BS · Stadt als Campus · Metropolregion <ul style="list-style-type: none"> · Präsenz Partnerveranstaltungen · Wettbewerbe · Nachwuchsförderung 	<ul style="list-style-type: none"> · Beratung und Kommunikation · Office- und Projektmanagement
Fördermittel	29.000,00 €	11.000,00 €	2.500,00 €	8.000,00 €
Eigenfinanzen				3.000 €
Eigenleistung à 25 € / h	900 h 22.500,00 €	800 h 20.000,00 €	400 h 10.000,00 €	400 h 10.000,00 €
Zwischensumme	51.500,00 €	31.000,00 €	12.500,00 €	21.000,00 €
	Kosten Projekte: 95.000,00 € Fördermittel: 42.500,00 €			Kosten Verbandsarbeit: 21.000 € Fördermittel: 8.000 €

Gesamtkosten: 116.000,00 €

Benötigte Fördermittel: 50.500,00 €

| SOMMERNETZTRAUM |

Statt des allgemein öffentlichen Marktplatzes und dem internen Marktplatz veranstaltet die KreativRegion ab 2018 **einmal im Jahr** die **Netzwerkveranstaltung** „SommerNetzTraum“.

Die Teilnahme daran ist den Mitgliedern der kreativen Branchen und Vertretern aus Politik und Intermediären Institutionen vorbehalten. Der SommerNetzTraum **fördert die Vernetzung** der kreativen Branchen unter- und miteinander und den direkt Austausch mit Politik und intermediären Institutionen.

POSITION	KOSTEN
Miete für die Location	1.000,00 €
Bewirtung der Gäste Welcome-Drink Häppchen o.Ä.	1.300,00 €
Fotograf	700,00 €
Mediale Vorbereitung	300,00 €
Mediale Nachbereitung	200,00 €
Orga / Personalaufwand	1.800,00 €
GESAMT	5.300,00 €

| 11HOCH11 |

Das **Netzwerkformat** „11hoch11“ findet in Kooperation mit verschiedenen Partnern aus der Wirtschaft und intermediären Organisationen dreimal pro Jahr statt. Jede Veranstaltung bietet mit einem konkreten Thema

Anknüpfungspunkte zwischen KKW und anderen Wirtschaftszweigen.

Unter anderem wird im kommenden Jahr wieder das **Thema Digitalisierung** in verschiedenen Branchen (Musikwirtschaft, Darstellende Künste, Software/Games) im Fokus beleuchtet und anhand pragmatischer Beispiele dargestellt.

POSITION	KOSTEN
Miete für Locations	900,00 €
Bewirtung der Gäste Getränke Häppche/Snacks	1.500,00 €
Referenten	1.500,00 €
Fotograf	900,00 €
Mediale Vorbereitung	450,00 €
Mediale Nachbereitung	150,00 €
Orga / Personalaufwand	2.100,00 €
GESAMT	7.500,00 €

| DER FRÜHE VOGEL |

Das **kleine Netzwerkformat** „Der frühe Vogel“ der **Frühstücksstammtisch** der KreativRegion, findet einmal im Monat statt. Das niedrigschwellige Angebot hat sich bewährt zur Kontaktaufnahme mit neuen Unterstützern und wird in 2018 eine große Rolle spielen für die **Neugewinnung von Mitgliedern**.

Die stattfindenden Präsentationen von Geschäftsideen und Gründungen leisten einen wichtigen Beitrag zur **lokalen Nachwuchsförderung** bei. Ein unersetzlicher Baustein unserer Kommunikationsstrategie.

Für weite Teile des Jahres 2018 liegt bereits eine **Sponsorenliste** für das Frühstück vor.

POSITION	KOSTEN
Kaffee + Kaltgetränke	240,00 €
Mediale Vorbereitung	360,00 €
Mediale Nachbereitung	120,00 €
Orga / Personalaufwand	1.500,00 €
GESAMT	2.220,00 €

| OPEN HOUSE |

In unseren Geschäftsräumen werden wir mit dem **neuen Format** „OpenHouse“ viermal im Jahr eine **gezielte Beratung** zu konkreten Fragestellungen der Kreativwirtschaft anbieten.

Damit wollen wir zum einen die **Kompetenz unseres Netzwerks** konzentriert in die Öffentlichkeit tragen, unseren Standort als Anlaufstelle für Startups und als Kompetenzzentrum für kreative Problemlösungen stärken.

POSITION	KOSTEN
Kaffee + Kaltgetränke	80,00 €
Beratungszeit	800,00 €
Mediale Vorbereitung	120,00 €
Orga / Personalaufwand	1.800,00 €
GESAMT	2.800,00 €

| IDEENSCHMIEDE |

Als Pendant zum kreativen Stammtisch am Morgen wird es ab August sechsmal im Jahr den **kreativen Stammtisch** „Ideenschmiede“ **am Abend** geben.

Im Gegensatz zum „Frühen Vogel“, der kreative Diskussionen im Regelfall auf der Basis einer Unternehmenspräsentation in Gang bringt, wird die „Ideenschmiede“ jeweils auf **Grundlage einer aktuellen kreativen Problemstellung** (etwa DSVGO, 3rd Space, Design Thinking, Preisdifferenzierung ...) stattfinden.

POSITION	KOSTEN
Begrüßungsgetränke	600,00 €
Aufwandsentschädigung für die Experten	600,00 €
Mediale Vorbereitung	360,00 €
Mediale Nachbereitung	120,00 €
Orga / Personalaufwand	1.200,00 €
GESAMT	2.880,00 €

| BUSINESS SPEEDDATING |

Auch im kommenden Jahr haben wir wieder ein **Speed Dating für Akteure der Kultur- und Kreativwirtschaft** mit Vertretern anderer Wirtschaftszweige geplant.

Wir möchten auch weiterhin das Ziel verfolgen, **Akteure unterschiedlichster Branchen zusammen zu bringen**, um gemeinsam innerhalb der Region stärker zu werden.

Ziel ist außerdem den Menschen die Möglichkeit zu bieten, sich mit **potenziellen neuen Dienstleistern** auf kurzem Weg und in entspannter Atmosphäre **auszutauschen**.

Damit möchten wir auch künftig ein **Netzwerk** innerhalb der **Region** entfalten, welches sich langfristig über die Grenzen der Kultur- und Kreativwirtschaft hinaus erstreckt.

Short Facts:

Braunschweiger Location für circa 40 – 50 Menschen

Tische mit mindestens fünf Plätzen

Vier-Gänge-Menü für 25,00 EUR pro Person // Getränke werden separat gezahlt

Nach jedem Gang wechseln die Teilnehmer ihren Platz (ca. 15-20 Minuten pro Gang)

| BUSINESS SPEEDDDATING |

POSITION	KOSTEN
Miete für die Location	500,00 €
Welcome-Drink	100,00 €
Fotograf	500,00 €
Mediale Vorbereitung	300,00 €
Mediale Nachbereitung	100,00 €
Orga / Personalaufwand	1.000 ,00 €
GESAMT	2.500,00 €

| DIGITALMENTOREN – IMPULSE REIHE |

Gemeinsam mit **Partnern** und **Mitgliedern** der KreativRegion, aber auch dem **Arbeitsausschuss Innenstadt** sowie dem **Einzelhandelsverband** und dem **Braunschweiger Marketingclub** werden wir in den Jahren 2018 und 2019 Workshops zur **Weiterbildung im digitalen Bereich** anbieten.

Während der AAI gemeinsam mit dem MCBS kurze Abendveranstaltungen plant, bei denen Impulse zu bestimmten Themen gesetzt werden, widmen wir uns der **tiefergehenden Weiterbildung** der Interessenten in den vorab behandelten Bereichen.

In diesem Projekt bedarf es der Recherche **passender Workshop-Leiter**, entsprechender **Locations**, der **werblichen** Vorbereitung sowie des **Einladungsmanagements** und der **Begleitung** der Veranstaltung.

| DIGITALMENTOREN – IMPULSE REIHE |

POSITION	KOSTEN
Miete für die Location	400,00 €
Referenten	800,00 €
Bewirtung der Gäste Getränke Häppchen o.Ä.	800,00 €
Videograf für Aufbereitung als Webinar	1.000,00 €
Mediale Vorbereitung	300,00 €
Einladungsmanagement	200,00 €
Mediale Nachbereitung	100,00 €
Orga / Personalaufwand	2.200,00 €
GESAMT	5.800,00 €

| HINWEIS ZU KOSTENAUFSTELLUNGEN |

Nur die Veranstaltungen wurden im Rahmen einer größeren Kostentransparenz einzeln aufgeschlüsselt. Die aufgestellten Kosten pro Veranstaltungen sind **keine fix definierten Kosten**, sondern lediglich **Richtwerte**, die durch den Vorstand spezifisch für jedes Veranstaltungsformat festgelegt wurden.

Die konservativ kalkulierten **Personalkosten** beinhalten Planung, Durchführung oder Nachbereitung der Veranstaltungen.

Bei Veranstaltungen, die mehrfach jährlich stattfinden, handelt es sich in der tabellarischen Aufstellung um den **Gesamtpreis für das Jahr**, in dem bereits alle möglichen Kosten für die gesamte Anzahl der geplanten Veranstaltungen eingerechnet sind.

| MITGLIEDERWERBUNG |

Im vergangenen Jahr hat sich der Vorstand der KreativRegion dazu entschlossen die **Mitgliederstruktur** des Vereins zu **ändern**.

Aufgrund der bisher stets niedrigen Mitgliederzahl und somit geringen Einnahmen viel es dem Verein bisher schwer sich selbst zu tragen und den Großteil der benötigten Gelder für das Fortbestehen selbst zu erwirtschaften.

Mit den **Änderungen**, die **bereits im Frühjahr** diesen Jahres vorgetragen und von den bisherigen Mitgliedern **abgesegnet** wurden, sollen sich diese Begebenheiten nun ändern.

Zudem soll noch im **Sommer des Jahres 2018** ein **Relaunch** der aktuellen **Marke** der KreativRegion stattfinden. Gemeinsam mit Agenturen der Region arbeiten wir aktuell an einem neuen Auftritt, inklusive **Logo**, **Webseite** und **Werbemitteln**.

Für die kommende Förderperiode werden also dringender als bisher Gelder benötigt, um die **Neuigkeiten nach außen** zu **tragen** und neue **Mitglieder** auch auf neuen Wegen **werben** zu können.

| KOOPERATIONEN |

Auch weitere **Kooperationen** mit Institutionen, Unternehmen der Region und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft möchte der Vorstand im kommenden Jahr noch mehr ins Auge fassen.

Nach dem **Zusammenschluss** mit dem AAI, dem MCBS, der IHK, der DEHOGA und dem Stadtmarketing **zu** den „**Digitalmentoren**“ Anfang des Jahres 2018 ist es uns ein noch größeres Anliegen für verschiedenste Akteure der Region **weitere solcher Zusammenschlüsse zu realisieren**, um den **Standort Braunschweig noch attraktiver zu gestalten** und Mehrwerte für die Künstler und Unternehmer der Region zu schaffen.

Vor allem **für Gründer** sind wir gewillt noch **größere Mehrwerte zu schaffen**, um gemeinsam mit vielen weiteren Akteuren der Branche der Standort **Braunschweig** zu einem noch **attraktiverem Gründerstandort** zu machen.

| KOMMUNIKATIONSARBEIT |

Nach dem **Relaunch** der **Marke** rund um die KreativRegion ist es im kommenden Jahr wichtiger als je zuvor die Marke durch **starke Marketingmaßnahmen** in der Region **sichtbar** zu machen und zu etablieren.

Hinzu kommt, dass die **Mitgliedsordnung** durch den aktuellen Vorstand **angepasst** wurde. Damit wurde die Möglichkeit geschaffen einer breiten Masse die Mitgliedschaft innerhalb der KreativRegion zu ermöglichen. Auch diese **potenziellen, neuen Mitglieder** müssen durch ansprechende Marketingmaßnahmen auf die Vorzüge der KreativRegion **aufmerksam** gemacht und **für** den **Verein gewonnen** werden.

Vor allem **Infomaterialien** werden im kommenden Jahr hier eine große Rolle spielen, um die potenziellen, neuen Mitglieder auf die **Veränderungen** und **neuen Möglichkeiten** aufmerksam zu machen.

| INNOVATIONSFÖRDERUNG |

Vor allem innerhalb der **Digitalmentoren** wird sich die KreativRegion auch im kommenden Jahr **stark engagieren** und versuchen diesen Zusammenschluss erfolgreich zu etablieren. Vor allem mit den **Impulse-Workshops** tragen wir hierzu einen großen Teil bei.

Doch auch andere Formate, wie der **Crunch Lunch** oder der **Marketinglöwe** leben auch weiterhin von der Unterstützung der KreativRegion – hier unterstützen wir gern durch die Vermittlung von Referenten, Locations oder die **Zuarbeit** innerhalb der Organisation der Veranstaltungen.

Vor allem beim **Marketinglöwen** spielt die **Nachwuchsförderung** eine große Rolle. Als Sponsor der Start-Up-Preises ist die KreativRegion auch im kommenden Jahr wieder für die **Organisation eines Mentorenprogrammes** für die Gewinner verantwortlich.

| GESCHÄFTSSTELLE |

Die Geschäftsstelle ist das **organisatorische Herzstück** der KreativRegion. Hier findet die **Vor- und auch Nachbereitung** jeder **Veranstaltung** des Vereins statt und vor allem für das neu geplante Format „**Open House**“ wird die Geschäftsstelle als Dreh- und Angelpunkt eine zentrale Rolle spielen.

Die Geschäftsstelle der KreativRegion befand sich **bisher** innerhalb des **Torhauses Nord**. Geplant ist die Geschäftsstelle Ende des Jahres 2018 umzuziehen. Gegebenenfalls kommen hierfür die neu entstehenden Flächen rund um die Wichmann-Hallen in Frage.

In dem Fall würde auch die angestrebte **Kooperation** und **Zusammenarbeit** zwischen der KreativRegion und dem **Haus der Wissenschaften** einen zusätzlichen Impuls erhalten.

Betreff:

Förderung von Unternehmen in Braunschweig - Existenzgründerfonds

Organisationseinheit:

Dezernat VI
0800 Stabsstelle Wirtschaftsdezernat

Datum:

08.08.2018

Beratungsfolge

Wirtschaftsausschuss (Entscheidung)

Sitzungstermin

24.08.2018

Status

Ö

Beschluss:

Der in der Beschlussvorlage genannten Zuwendung an das Unternehmen Lilian Labs GmbH aus dem Existenzgründerfonds wird zugestimmt.

Sachverhalt:

Entsprechend der Richtlinie der Stadt Braunschweig für die Gewährung von Zuschüssen an Existenzgründer in Braunschweig vom 1. Oktober 2012 gewährt die Stadt Braunschweig Zuschüsse für die Gründung oder den Erwerb eines Kleinunternehmens (< 10 Mitarbeiter, Jahresbilanz max. 2 Mio. €) als Einstieg in die Selbstständigkeit sowie für die Erweiterung eines Kleinunternehmens. Mit der Förderung soll die wirtschaftlich kritische Phase der Existenzgründung oder der Existenzsicherung verbessert, so die Erfolgsaussichten gesteigert und damit die Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze in Braunschweig erreicht werden.

Bemessungsgrundlage für den Zuschuss ist der Eigenkapitalanteil im Rahmen der gesicherten Gesamtfinanzierung. Der Zuschuss wird in einer Höhe von mind. 1.000 € bis max. 7.500 € gewährt, wobei er zusammen mit dem ggf. zusätzlich vorhandenen Eigenkapital eine Höhe von max. 30 % des zuwendungsfähigen Gesamtinvestitionsvolumens nicht übersteigen soll.

Gemäß der Richtlinie zur Auslegung des Begriffs „Geschäfte der laufenden Verwaltung“ vom 8. November 2011 wurde die Wertgrenze für die Bewilligung unentgeltlicher Zuwendungen auf 5.000 € gesetzt, so dass bei Überschreitung dieses Betrages die politischen Gremien zu beteiligen sind.

Nach einer umfassenden Antragsprüfung durch die Braunschweig Zukunft GmbH soll dem nachstehenden Unternehmen für die Erweiterung eines Kleinunternehmens ein Zuschuss gewährt werden.

Unternehmen	Zuschussbetrag
Erweiterungsvorhaben: Lilian Labs GmbH	7.500 €
<u>Standort und Geschäftsaufnahme:</u> Rollei Zentrum für Existenzgründer, Salzdahlumer Str. 196, 38126 Braunschweig Aufnahme der Geschäftstätigkeit: 11. Oktober 2016	
<u>Gründer:</u> Dr.-Ing. Torsten Rabe Dr. rer. nat. Sebastian Döring	

Dipl.-Phys. Alexander Rohr

Qualifizierung und Berufstätigkeit:

Dr.-Ing. Torsten Rabe

Studium der Elektrotechnik (Abschluss: Diplom-Ingenieur),
Promotion

Dr. rer. nat. Sebastian Döring

Studium der Physik (Abschluss: Diplom), Promotion

Dipl.-Phys. Alexander Rohr

Studium der Physik (Abschluss: Diplom)

Unternehmen:

Die Lilian Labs GmbH hat die Lilian-Technologie entwickelt. Dies umfasst ein Wasseranalysegerät für mobile Anwendungen – das Lilian. Zusammen mit den SensoSticks ermöglicht das Lilian einfache, genaue und umfangreiche Wasseranalysen in Sekunden. Der SensoStick wird kurz in das Wasser getaucht und das Lilian ermittelt alle marktrelevanten Werte, wie z. B. Chlor oder pH-Wert. Seit Juli 2018 entsteht ein Vorserienprototyp des Messsystems. Einsatzbereich zunächst: Pool- und Schwimmbadtechnik.

Existenzgründerzuschuss:

Der Existenzgründerzuschuss soll eingesetzt werden zur anteiligen Deckung der Kosten für die Anschaffung eines Lasergeräts (Trotec Laser Speedy) sowie eines Lüftungsgeräts (Helios KWL).

Arbeitsplätze:

3 Vollzeitarbeitsplätze (Gründer)

3 Aushilfskräfte

Ab Oktober 2018 ist geplant, dass eine Aushilfskraft als Vollzeitarkbeitskraft beschäftigt wird.

Leppa

Anlage/n:

keine

Betreff:

Geplante Fusion von Siemens Mobility und Alstom

Empfänger:

Stadt Braunschweig
Der Oberbürgermeister

Datum:

30.06.2018

Beratungsfolge:

Wirtschaftsausschuss (zur Beantwortung)

24.08.2018

Status

Ö

Sachverhalt:

Wie bereits mehreren Artikeln der Braunschweiger Zeitung zu entnehmen war, ist eine Fusion der Zugbauer Siemens und Alstom geplant. Die erforderliche kartellrechtliche Genehmigung steht zurzeit noch aus.

Beide Unternehmen wollen sich zusammenschließen, um gegen die erstarkende Konkurrenz vor allem aus China bestehen zu können. Siemens-Alstom soll eine Plattform-Strategie mit gemeinsamen Produktionsprozessen verfolgen. Das Gemeinschaftsunternehmen Siemens-Alstom wird seinen Sitz in Paris haben und vom bisherigen Alstom-Vorstandschef Henri Poupart-Lafarge geleitet werden. Die Mehrheit der Anteile von knapp 51 Prozent soll aber Siemens halten.

Etwa 33.000 Mitarbeiter/innen von Alstom, davon 3000 in Deutschland, sowie 27.000 Mitarbeiter/innen der Siemens-Mobilitätssparte, davon knapp 14.000 in Deutschland, werden in dem neuen Unternehmen beschäftigt sein. Alstom hat Standorte in Salzgitter und Braunschweig. Das Salzgitteraner Werk ist der weltweit größte Alstom-Standort und Hauptsitz in Deutschland. In Salzgitter bauen 2500 Alstom-Mitarbeiter/innen Züge für den Nahverkehr; in Braunschweig entwickeln und fertigen rund 3000 Siemens-Beschäftigte Signale und Technik für die Bahn-Automatisierung.

Vor diesem Hintergrund fragen wir die Verwaltung:

1. Welche Bedeutung hat der Zusammenschluss der Zugsparten von Siemens und Alstom aus der Sicht der Verwaltung für den Mobilitätsstandort Region Braunschweig?
2. Wie beurteilt die Verwaltung den Zusammenschluss von Alstom und Siemens speziell im Hinblick auf die Unternehmens-Standorte in Braunschweig?
3. Für alle Standorte wurde im Rahmen der Fusion eine Standort- und Beschäftigungsgarantie für vier Jahre ausgesprochen. Wie beurteilt die Verwaltung die Gefahr von Standortschließungen und Stellenabbau längerfristig?

Gez. Annegret Ihbe

Anlagen: keine

Absender:

**AfD-Fraktion im Rat der Stadt / Wirtz,
Stefan**

TOP 8.2
18-08710
Anfrage (öffentlich)

Betreff:

Unterstützung für Braunschweiger Landwirte?

Empfänger:

Stadt Braunschweig
Der Oberbürgermeister

Datum:

03.08.2018

Beratungsfolge:

Wirtschaftsausschuss (zur Beantwortung)

24.08.2018

Status

Ö

Angesichts der wochenlangen Dürre / Trockenheit in Niedersachsen und Braunschweig fragen wir:

Sind Unterstützungsgelder seitens der Stadt für die Braunschweiger Landwirte bzgl. ihrer Ernteaufträge beim Land oder Bund beantragt?

Gibt es einen Nothilfe-Etat für diese Fälle?

Welche Budgets könnten in welcher Höhe für die Unterstützung der heimischen Landwirtschaft in Anspruch genommen werden, kann die Stadt hier notwendige Zuschüsse für Policen gegen Wetterrisiken fördern - wie es viele EU-Staaten tun - ohne auf den Bund oder die Landesregierung warten zu müssen?

Sachverhalt:

Seit Anfang April 2018 fehlen - regional natürlich sehr unterschiedlich - bis zu mehrere 100 Liter Niederschlag pro Quadratmeter.

Trotz vereinzelter Niederschläge in den letzten Tagen ist die Wasserversorgung für die Pflanzen weiter sehr angespannt und größtenteils unbefriedigend.

"Wie viel Flächen niedersachsenweit von der Trockenheit massiv betroffen sind, lässt sich bisher nicht genau sagen. Auch das Ausmaß der Ernteeinbußen bei den verschiedenen Kulturen ist derzeit noch nicht zu beziffern. Insbesondere bei Getreide und Raps sagen die Fachleute der Landwirtschaftskammer bereits heute für große Teile Niedersachsens eine schlechte Ernte voraus."
Quelle: Topagrar.com

"Die Jahre 1992 und 2003 waren mit wetterbedingten Milliarden Schäden schlimm für die heimische Landwirtschaft. „2018 passt in diese Reihe, vielleicht wird es auch schlimmer“, schätzt Rainer Langner. Er ist Vorstandschef des Gießener Spezialversicherers Vereinigte Hagel, der Landwirten hierzulande marktführend Policen gegen schlechtes Erntewetter anbietet.

„Ich fürchte, dass wir die Summe von zwei Milliarden Euro überschreiten werden“, sagt der Experte mit Blick auf die sich abzeichnenden Ernteaufträge. 2,3 Milliarden Euro war der bisherige Negativrekord. Es könnte also eng werden, wenn es auf deutschen Äckern staubtrocken bleibt. Eigentlich schreit die Lage nach einer Versicherung. Aber die gibt es in Deutschland nicht.

Drei Viertel aller EU-Staaten fördern ihre Bauern bei Policen gegen Wetterrisiken. Die mit bis zu 70 Prozent bezuschussten Versicherungsbeiträge summieren sich EU-weit auf 2,2 Milliarden Euro. Für Deutschland errechnen Versicherungsexperten ein Fördervolumen von jährlich 300 bis 400 Millionen Euro, sollte der Staat auch hier analog zur gängigen EU-Praxis Zuschüsse leisten."

Quelle: fr.de , 10.07.2018

Anlagen: