

Thematische Arbeitsgruppe **Unternehmen und Regionalentwicklung**

Zweiter Workshop, Linz, 3.4.2017

Fotoprotokoll



Moderation: Harald Payer, ÖAR Regionalberatung GmbH

1. Begrüßung und Einstieg

Luis Fidschuster eröffnet die Veranstaltung und beschreibt Ausgangspunkt und Zielsetzung der Arbeitsgruppe.

Vorstellungsrunde:

Insgesamt 23 TeilnehmerInnen, davon 6 UnternehmerInnen, 11 RegionalentwicklerInnen und 6 VertreterInnen aus Verwaltung, Wirtschaftsförderung und intermediäre Organisationen.

2. Regionale Wirtschaftsplattformen – Good-Practice-Beispiele

Kraft. Das Murtal: Bibiane Puhl und Klaus Rainer

PPT-Präsentation siehe Anhang

Wirtschaftsforum Waldviertel: Martin Huber (entschuldigt)

Ausgehend von der Vorstellung der regionalen Wirtschaftsplattform „Kraft. Das Murtal“ werden in zwei Arbeitsgruppen die Synergiepotenziale zwischen Unternehmen und Regionalentwicklung weiter diskutiert:



Synergien zw. Regionalentwicklung u. Unternehmen

- ✓ Evaluierung der Wertschöpfungskette - was gibt es nicht? → NETZWERK → Erfolgsfaktoren "Wissen voneinander"
- ✓ Wissen und Know How d. Regionalmanagements für Unternehmen mitteilen (Förderungen, Projektmanagement, ...)
- ✓ Bedarf von Unternehmen festgestellt (Region/Image nicht attraktiv)
 - wer ist richtige Partner für Initiative? → Regionalentwicklung
 - ↳ zentrale Ebene Region + strategische
 - ↓
 - operative Umsetzung
- ✓ Imagewandel gelingt nur, wenn alle in der Region in die selbe Richtung gehen [Erfolgsfaktoren]
- ✓ Sektorübergreifend denken; Tourismusentwicklung → Lebensqualität → Wirtschaftsstandort
- ↳ wichtig, dass versch. Branchen unterschiedlicher Sektoren zusammen arbeiten
- ✓ einzelne handelnde Person sind maßgebend für Erfolg
- ✓ "System Region" → aktive positive Kommunikation zu allen Partnern
- ✓ regionale Initiativen sind schwer übertragbar auf andere Regionen
- ↳ Erkennen von Zusammenhängen
 - ↻ betrieblicher Erfolg
 - ↻ wird beeinflusst von der Attraktivität der Region insgesamt

SYNERGIEN ZWISCHEN REGIONALENTWICKLUNG U. UNTERNEHMEN

Image der Wirtschaft muss in der RE besser werden
 ländliche Entwicklung ↔ wirtschaftl. Zentren
 „groß-regionales“ Denken?

Hohe Lebenshaltungskosten in der Region (Kittbüchel)
 vs. Abwanderung aus ländl. Region wegen Unattraktivität

3. Employer Branding – Innovativer Ansatz für die Regional- und Unternehmensentwicklung?

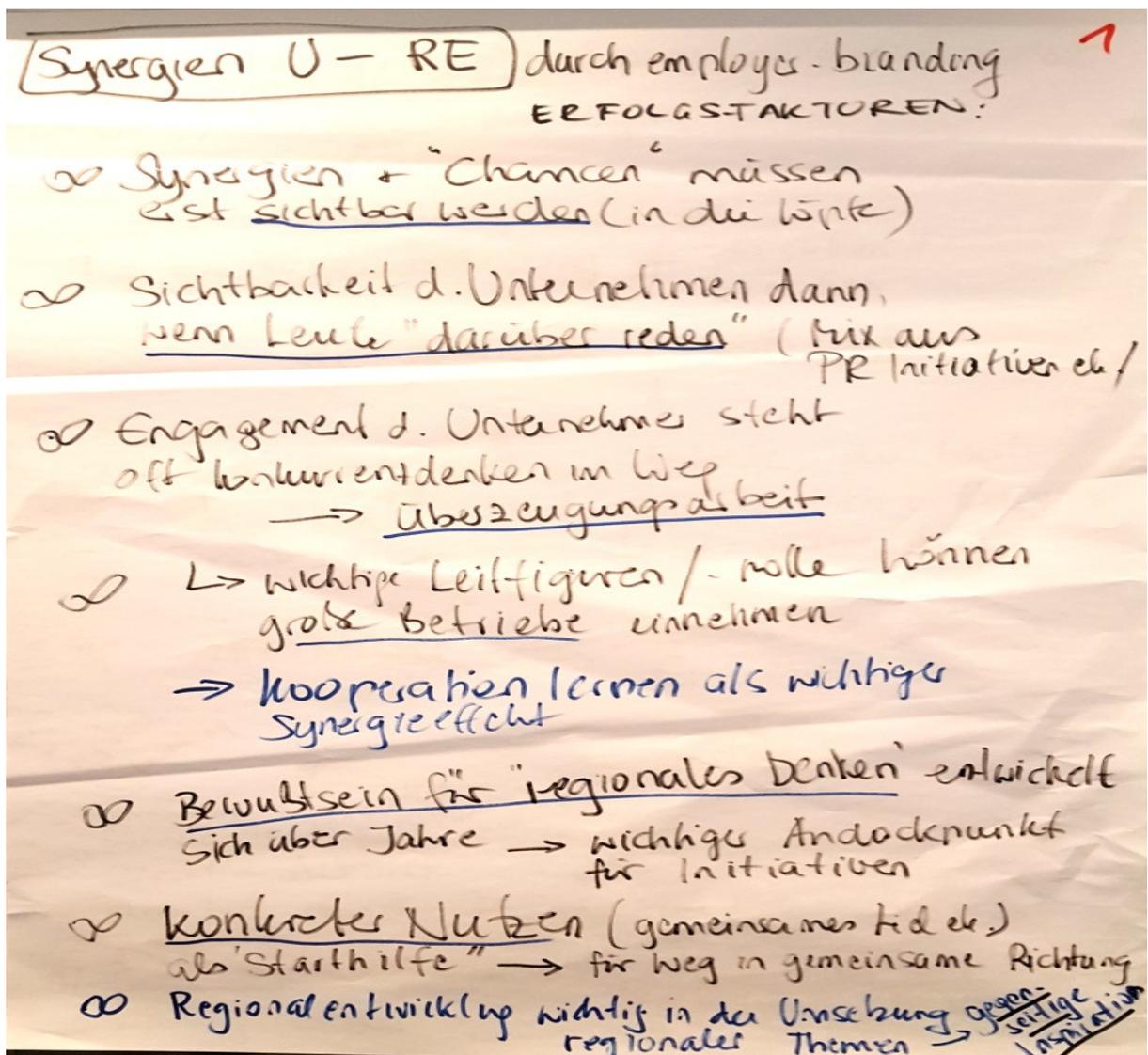
Steyr.Land: Mario Pramberger

PPT-Präsentation im Anhang

LAG Pillerseetal-Leukental-Leogang (Tirol, Salzburg): Stefan Niedermoser

PPT-Präsentation im Anhang

Diskussion in zwei Arbeitsgruppen:

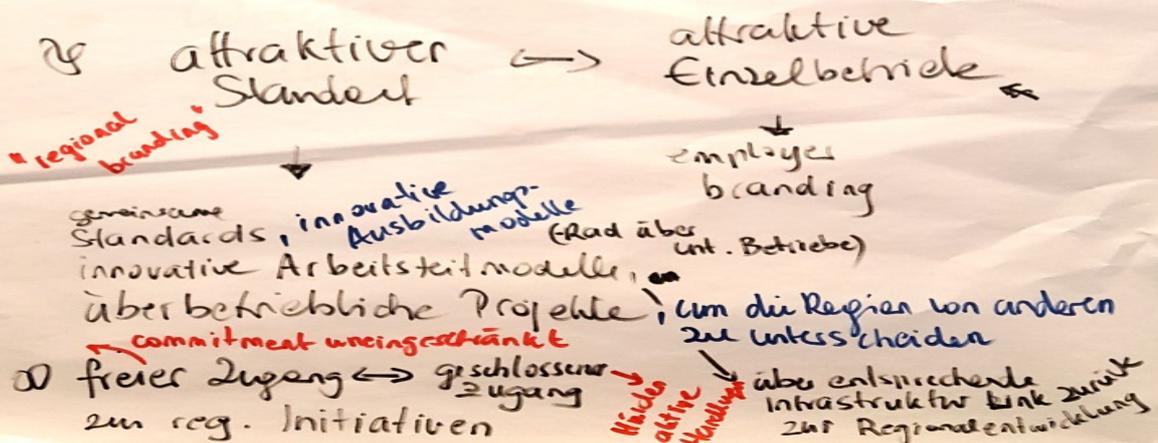


2 Was macht AG attraktiv u.
wie kommt ~~das~~ in die Region?
AN

2

↳ employee branding \neq ^{nur} darstellen d. benefits
sdr. zusätzliche benefits adden

∞ → in der Regel sind jene Betriebe, die bereits bes. attraktiv sind, jene die sich v. Region noch weiter entwickeln (= aktive AG)



Synergien zwischen Regionalentwicklung u. Unternehmen

➤ Kritische Punkte / Engpässe:

- Träger
- Ideen
- Piloten
- "Kümmerer"

➤ längerfristigkeit von Förderungen durch Multi-Fonds-Ansatz unterstützt (Beispiel Tirol)

➤ Förderungen alleine sind nicht genug Anreiz!

➤ zu viel Papier, zu wenig Umsetzung

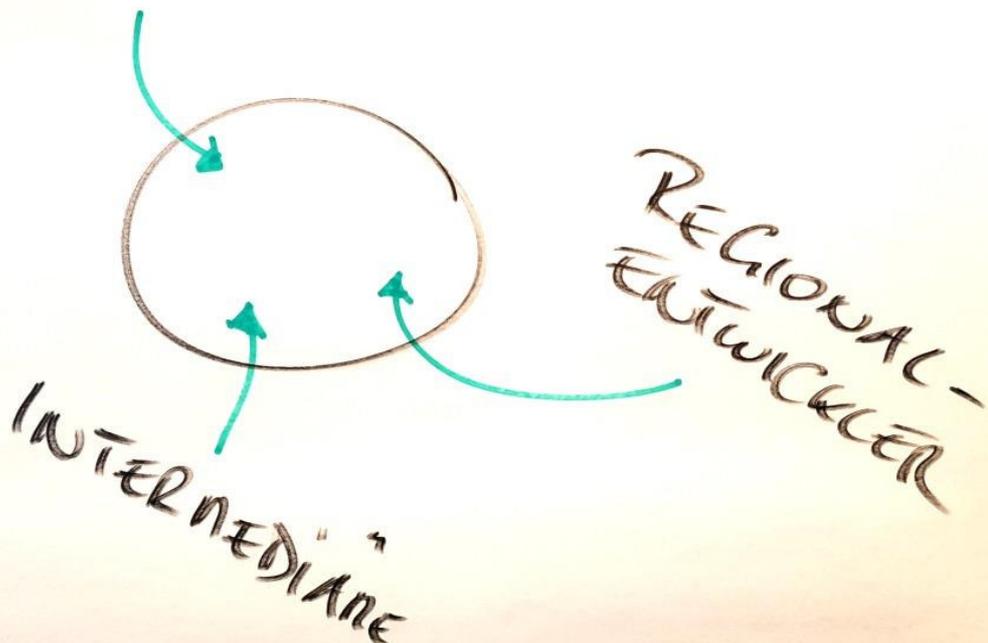


4. Lessons Learnt – Resumé in 4 Arbeitsgruppen

LESSONS LEARNT AUS DEN GRUPPENGESPRÄCHEN

- Was haben wir gelernt ?
- Welche Anregungen/Impulse nehmen wir mit ?
- Woüber wollen wir weiter im Austausch bleiben ?

UNTERNEHNER



LL

①

- Austausch + Kooperation bringt's
- „Farbe“ ins Spiel bringen durch Vielfalt
- Dem Prozess Zeit und Raum geben
- Initiative von Wirtschaft stärkt
- Nutzen gemeinsamer Themen von RW+U herausstrahlen
- „Regional Branding“ als gehaltvoller Ansatz
- Struktur für Umsetzung notwendig
- Engagierte Personen für die Umsetzung nötig

②

- RW + U sitzen im selben Boot und können etwas füreinander tun

Nächste Runde:

- Best Practice weiter vorstellen mit gemeinsamen Themen z.B. „Digitalisierung“ und „Handwerk“ sowie „Standortvermarktung“

RE ohne Unternehmen nicht zukunftsfähig

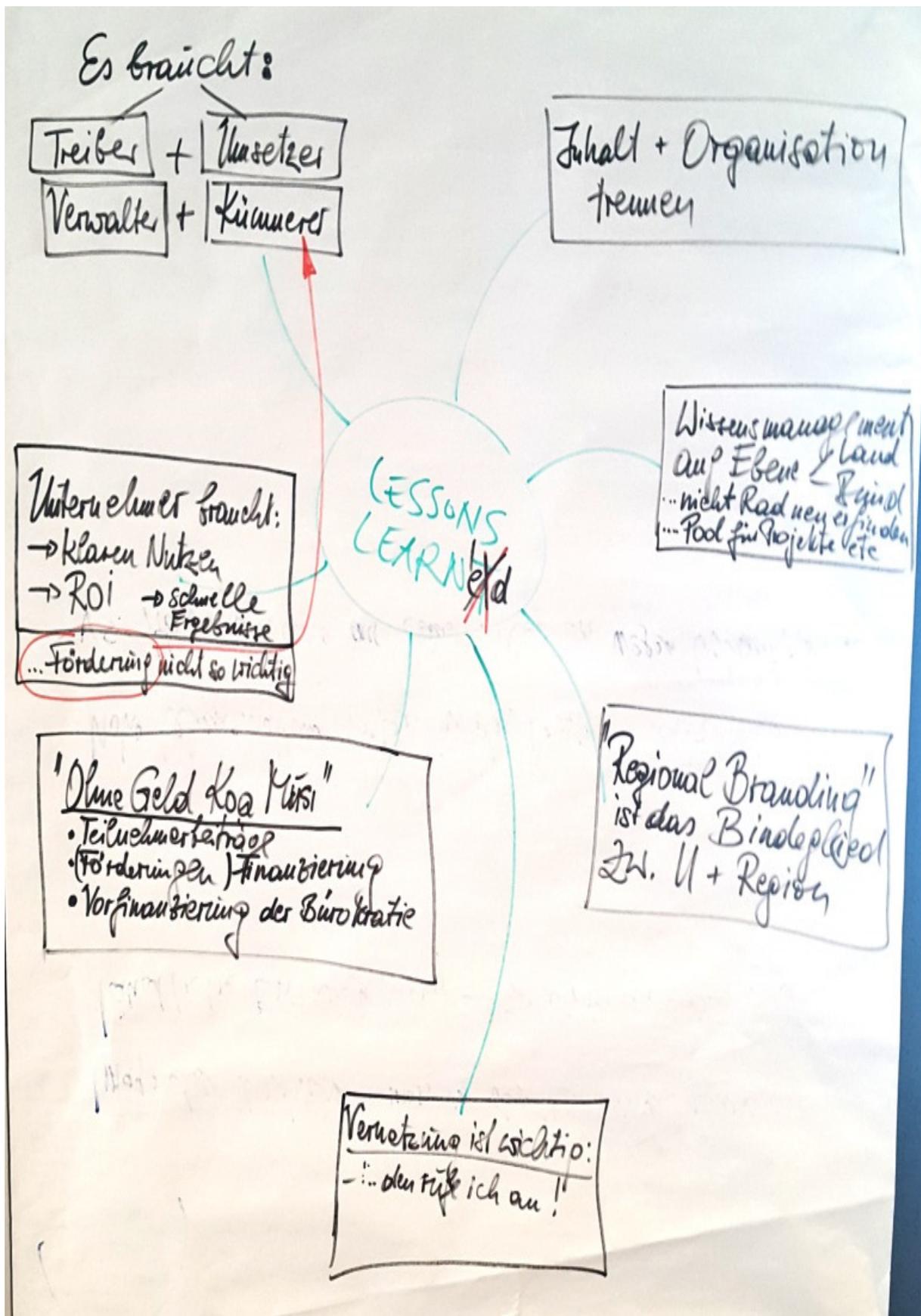
- Einbindung aller Akteure
- Derzeit RE ohne Unternehmen
- Was bietet RE Unternehmen?
 - ↳ Strategien, Prozesse, "Papierproduzenten"
- Attraktivität von Regionen bestimmt durch
 - Arbeitsplätze - Unternehmen
 - Soziale Beziehungen (z.B. Vereine)

Problematik in vielen Regionen gleich! (FA-Mangel + Abwanderung)

- viele Initiativen → stehen alle allein da
 - ↳ auf regionaler Ebene
 - einheitliche Prozesse auf Höherer Ebene

Schlüsselakteure & -unternehmer nutzen & finden

- übernehmen gesell. Verantwortung



Lessons learnt ①

- Bedarfe kennen → Betriebe
- Nährboden: transparente Kommunikat. → Region
- Offenheit - Vertrauen
- "KULTUR" - Kooperations-
bereitschaft
- Wer agiert wie, damit Nährboden entsteht? 2 TVs, RM, LAGs, WKs, Wirtschafts-
KMU, Industrie Plattformen
- Vieles wird aus der Not geboren } Vorausschauend strategisch denken + handeln
- Gemeinsames Nutzen
- "Sichtbare" Ansprechpartner für Unternehmen
- Schlüsselbetriebe - Vorreiter für regionales Denken neue Qualitäten
- Ein reinehmen mit Politik und wichtigen Stakeholdern herstellen } Multistakeholder-Ansatz
- RM, LAG → Prozessgestalt. Projektmanagement
- Modelle } entwickeln
Formaten } Ressourcen der Soz. 2

- Neue Konstellationen } Wirtschaft ②
Kooperationen } RM
Plattformen
Interessenverbot.

- Finanzierung
↳ Eigenbeiträge der Unternehmen
↳ Eigenmittel / Budget
↳ Unabhängigkeit
↳ Förderungen / Anreize

- Kleine Schritte - langsame Atem



Protokoll: Harald Payer, Wien, 3.4.2017