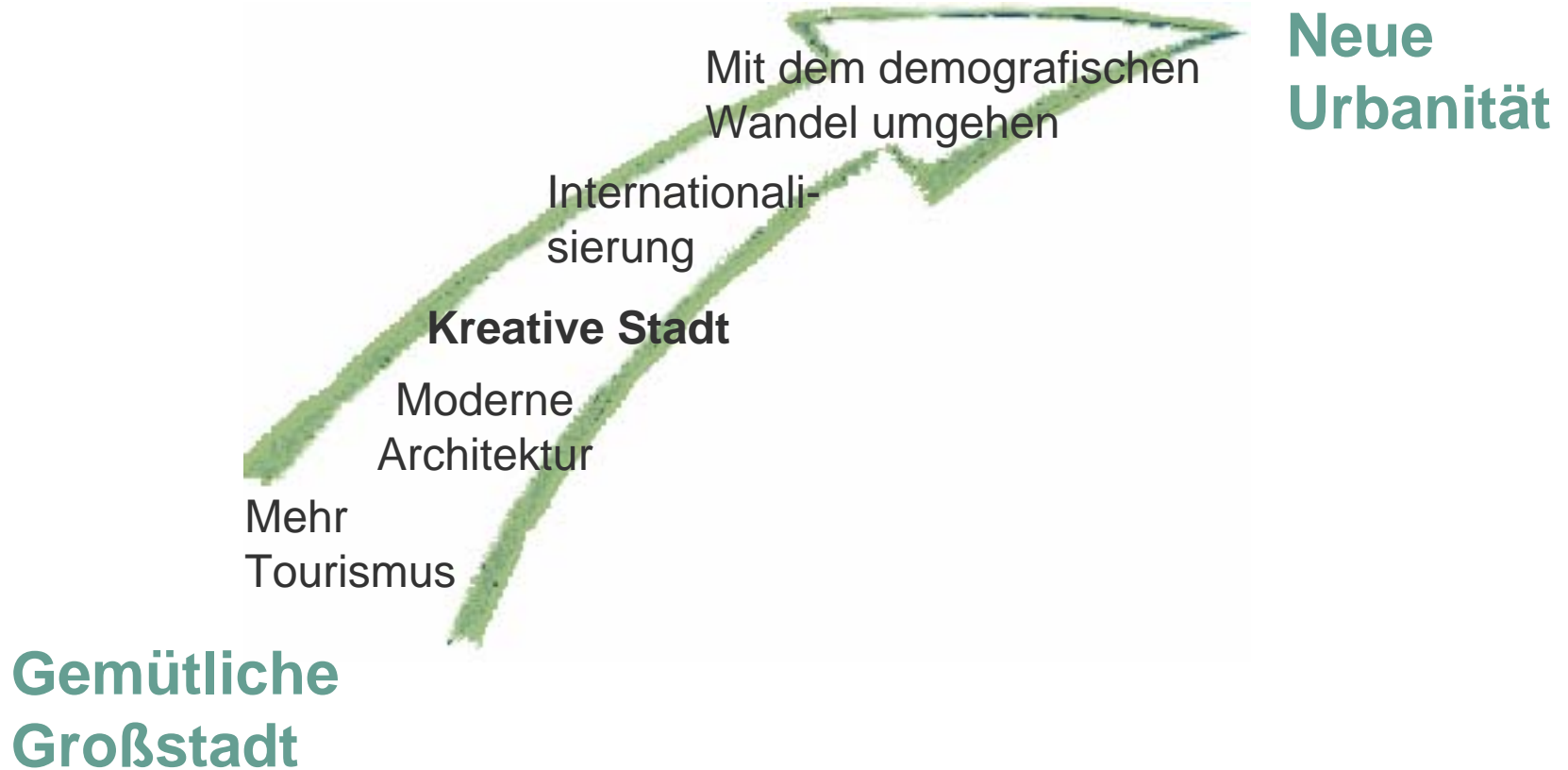


Standortmarketingkonzept 2009



Zukunftsstandort Oldenburg

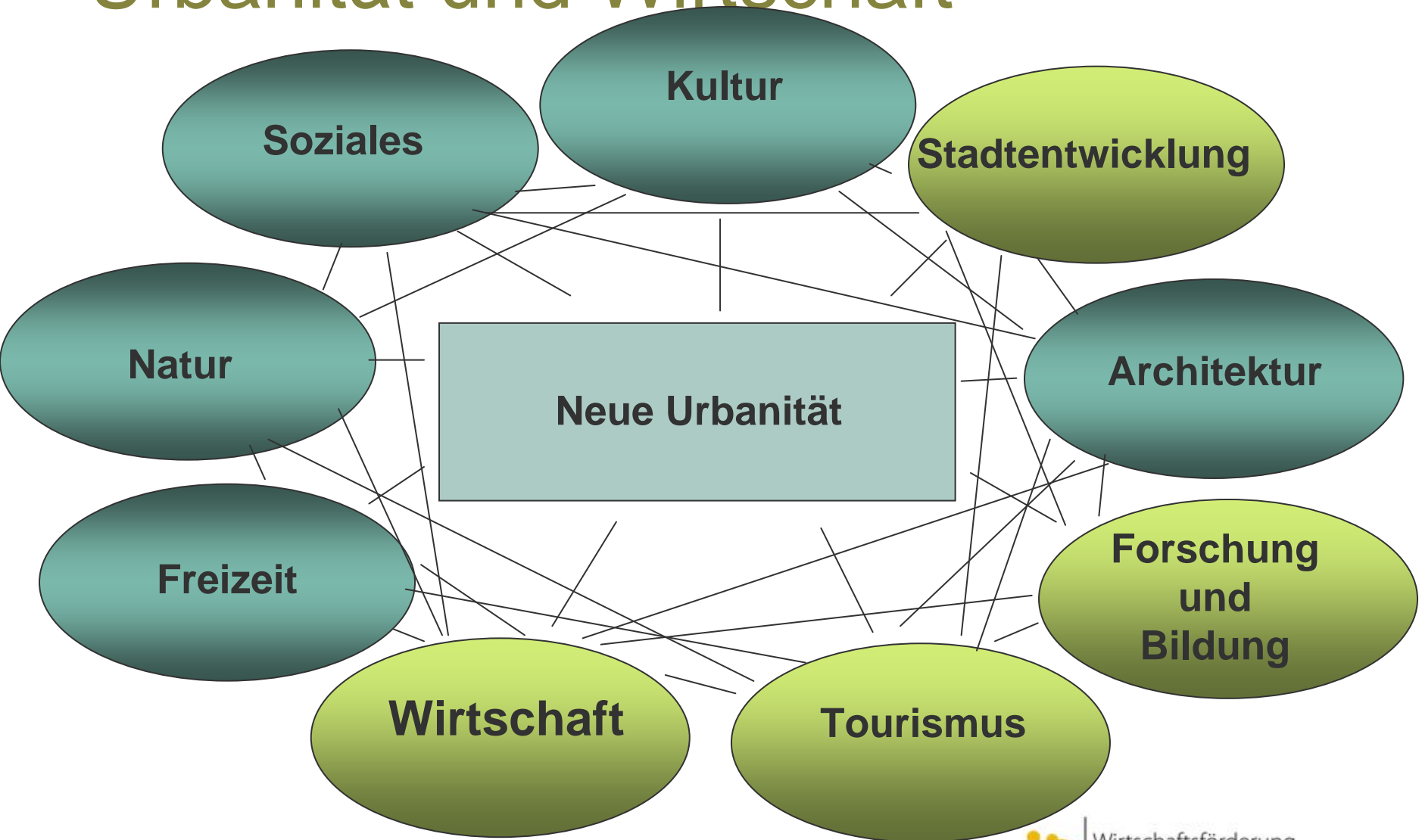


Chancen der Urbanität

„Städtische Regeneration kann nur gelingen, wenn gleichzeitig ökonomische Wettbewerbsfähigkeit, Innovationsfähigkeit sowie soziale und kulturelle Integration in einer ökologisch langfristig tragbaren Weise erzielt werden.“

Prof. Dr. Angelus Eisinger, ETH Zürich

Urbanität und Wirtschaft



Markenwerte Oldenburg

- **traditionelle, starke Markenwerte:** Moin, gemütlich, Kühe, Milch, Old...= alt, freundlich, gastfreundlich
- **neue Markenwerte:** Übermorgenstadt, Wissenschaftsstandort, Zukunft, Kreativität, Internationalität, Nachhaltigkeit, Toleranz
- Nachfrage bei Marketingfachleuten einer bundesweiten Xing-Community: „Welche deutsche Großstadt fällt Ihnen zu Übermorgenstadt ein?“ Antworten: Hamburg, Dresden, Köln, Berlin, Wolfsburg.... niemand nannte Oldenburg.

Daraus folgt?

? Willkommen in good old Übermorgenstadt ?



Wirtschaftsförderung

Oldenburger Pluspunkte

- Potenziale im Technologiebereich: Hören, IT, Meeresforschung, Energie, Technische Chemie, Nanotechnologie
- Stadt der Wissenschaft 2009
- aktive Netzwerke in den Bereichen Energie, Umwelttechnologie, IT/Medien, Automotive, Immobilien/Bauwirtschaft
- starker Handels- und Dienstleistungsstandort
- Dynamik und hohes Investitionsniveau
- internationale Beziehungen, speziell Wirtschaftskontakte zu:
 - Niederlande
 - China
 - USA



Hier kann Oldenburg besser werden

- **Rückgang an Arbeits- und Ausbildungsplätzen** im produktiven Bereich (betrifft vor allem Männer und männliche Jugendliche aus bildungsferneren Schichten)
- **zu wenig Existenz sichernde Arbeitsplätze**. 23% der Oldenburger Kinder (gegenüber 16,5% im Bundesdurchschnitt) leben von Sozialgeld, steigende Zahl an Inobhutnahmen!
- zunehmend Klagen über **Fachkräftemangel**
- Menschen mit Migrationshintergrund haben **geringere Bildungschancen**. 20 % dieser Jugendlichen sind ohne Schulabschluss = soziale Probleme, Zukunftspotenziale möglicher Fachkräfte bleiben ungenutzt
- **keine Unternehmensgründungen** durch Migrantinnen
- **Strukturprobleme** im Einzelhandel
- Kommunalen **Wettbewerb zum Umland** (Bremen, Rastede etc.)

Ziele

- Arbeitsplätze, Arbeitsplätze, Arbeitsplätze
- Neue Ausbildungsplätze
- Stärkung der Wirtschaftskraft
- **Förderung internationaler Kontakte**
- Förderung ausgewählter Branchen, darunter Energie, Automotive, Bauwirtschaft, IT/Medien
- Schaffung eines wirtschaftsfreundlichen Klimas
- **Förderung von Familienfreundlichkeit**
- **Förderung von Menschen mit Migrationshintergrund**



Zielgruppen

- Oldenburger Wirtschaftsbetriebe
- Investoren, potenzielle Ansiedler
- Hochschulen, Bildungseinrichtungen
- Unternehmensgründer
- internationaler Markt

- Kammern, Agentur für Arbeit, wirtschaftsnahe Institutionen

- Rat und Verwaltung
- Bürgerinnen und Bürger
- Migranten
- Familien





Basisaufgaben und Arbeitsschwerpunkte

Unsere Strategie

- Wir setzen **Arbeitsschwerpunkte** in folgenden Feldern:
 - Unternehmens**service**
 - Existenzgründungen, Bildung
 - regionale und **internationale Beziehungen, Integration**
 - Standortmarketing
 - **Immobilienmanagement**
- Wir **beraten durch Experten** (Fördermittel, Immobilien, Gründungen, EU-Anträge)
- Wir **kooperieren projektbezogen** mit anderen internen und externen Fachstellen (Integrationsbeauftragte, Jugendamt, Hochschulen, Schulen etc.)

Projekte

- China-Desk
- Creative Cities Challenge
- Build with care
- Familienfreundlichkeit / demografischer Wandel
- Förderung wirtschaftlicher Betätigung von Migranten
- Bildung

Service für Unternehmen u. Branchen

- Unternehmensservice gemäß Unternehmensbetreuungskonzept (Firmenbesuche, Information, Beratung etc.)
- Fördermittelberatung und -vermittlung
- Begleitung und Betreuung aller An- und Umsiedlungsvorhaben von Betrieben
- Lotsenfunktion
- Organisation von Messebeteiligungen in Kooperation mit Unternehmen (Husum Wind, Hanse Expo, Promotiedagen, Hannover Messe)
- Aufbau und Organisation von Clustern und Netzwerken in wichtigen Branchen (OLEC, UNO, IT/Medien, Automotive, Bauwirtschaft, Immobilien)
- Verkauf von Gewerbegrundstücken und Grundstücken für den Wohnungsbau

Existenzgründungen, Bildung

- Gründerberatung im TGO
- Ausbau TGO
- Starthilfe für Gründer
- Gründerforen
- Gründerpreis
- Kooperation mit Hochschulen und anderen weiterführenden Bildungseinrichtungen am Standort
- Bereitstellen von Entwicklungsflächen für Bildung, Forschung und hochschulnahe Unternehmen (TIP, TIP neu, TGO)
- Realisierung von Projekten, z.B. gegen Fachkräftemangel (Bildungsbroschüre)
- **Projekt zur Förderung von Selbstständigkeit bei Frauen mit Migrationshintergrund**

regionale u. internat. Beziehungen

- Kooperation mit Groningen
 - Energy Valley
 - partners 4 business
- China Desk und Roundtable
- Städtepartnerschaften
- Metropolregion
- EU-Projekte:
 - Build with care
 - Creative Cities Challenge
- Auf- und Ausbau weiterer internationaler Kontakte

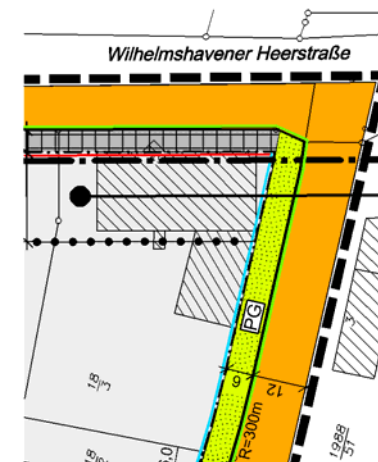


Standortmarketing

- Wirtschaftsmagazin
- Kontaktpunkt Wirtschaft
- Förderung des Marketings in Stadtteilzentren
- Oldenburger Bulle
- Publikationen (Flyer, Standortbroschüre etc.)
- Internet
- Messeauftritte
- Werbung, Anzeigen, Give-aways
- Kampagne für Familienfreundlichkeit (Olly, Gesprächsrunden, Informationsmaterial, Veranstaltungen etc.)
- **Projekt Bildung**
- **Projekt Demografischer Wandel**

Immobilienmanagement

- Liegenschaftsmanagement
- Beschaffung und Vermarktung von Bauland für Wohnbau, Gewerbe und öffentliche Zwecke
- Bereitstellen von Entwicklungsflächen für Bildung, Forschung und hochschulnahe Unternehmen (TIP, TIP neu, TGO)
- Vermittlung von Gewerbeimmobilien
- Kooperation mit dem IKO und anderen Privatanbietern
- **Aufbau von Entwicklungs- und Vermarktungsgesellschaften**
- Begleitung von Projekten wie
 - Alter Stadthafen
 - Fliegerhorst
 - Donnerschwee Kaserne
 - Quartier 101



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

