

REGIONALER SPIELMACHER IM LANDKREIS DONAU-RIES

KLEMENS HEININGER || In den letzten zehn Jahren wurden im Landkreis Donau-Ries viele Initiativen angestoßen, um die demographische Entwicklung und die Fachkräftesicherung zu gestalten. Dabei ist eine hervorragende Ausgangsposition geschaffen worden, die in der Entwicklung einer Regionsmarke mündete. Dadurch bietet der Landkreis Donau-Ries ein Dach für seine bisherigen Initiativen und Projekte und bindet die Unternehmen stärker in die Aktivitäten ein.

DONAURIES – EINE RUNDE SACHE!

Auf den ersten Blick scheint es, als ob die Alleinstellungsmerkmale des Landkreises Donau-Ries am besten aus der Luft zu betrachten sind: Das Nördlinger Ries, inzwischen als Nationaler Geopark Ries zertifiziert, das durch den Einschlag eines Asteroiden vor 14,5 Mio. Jahren geformt wurde. Sein 25 km breites Kraterbecken beeinflusst die Region bis heute. Ebenfalls rund zeigt sich die Stadt Nördlingen mit ihrer rundum begehbaren Stadtmauer und dem Kirchturm „Daniel“ im Zentrum.

Abbildung 1: Nördlingen und Blick ins Ries



Quelle: Stadt Nördlingen

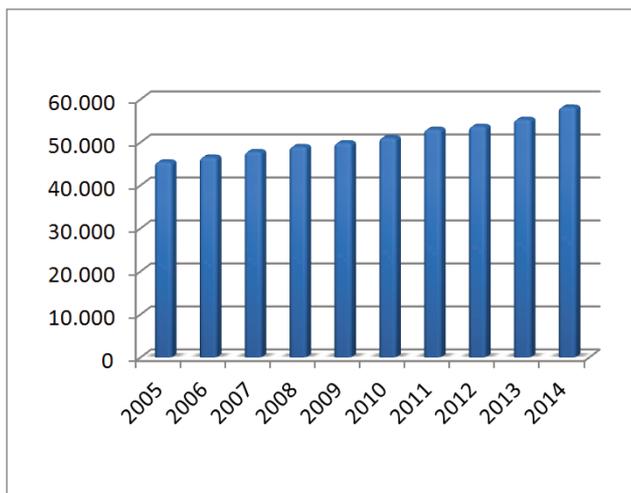
Und sonst? Oft wird dem „Allgemeinen ländlichen Raum“, zu dem der Landkreis Donau-Ries nach dem neuen Landesentwicklungsprogramm von 2013 angehört,¹ unterstellt, er verfüge über nicht genügend Attraktionen und Angebote, um junge Menschen in der Region zu halten. Doch der Landkreis Donau-Ries kann viel aufbieten, um dem zu widersprechen. Neben dem Geopark Ries und Nördlingen locken auch die lebenswerten Städte wie Donauwörth, Rain am Lech, Wemding, Oettingen, Harburg und Monheim die Bürgerinnen und Bürger, aber auch zunehmend mehr Touristen zum Bummeln und Verweilen an. Ein umfangreiches Rad- und Wanderwegenetz, u. a. entlang der Deutschen Donau oder der Romantischen Straße, zahlreiche Badeseen und kulturelle Veranstaltungen, die von klassischen Konzerten bis hin zu Festivals reichen, sorgen für Abwechslung.

KONTINUIERLICHER ANSTIEG DER BESCHÄFTIGTENZAHLEN

Was neben diesen naturräumlichen und kulturellen Attraktionen oft in den Hintergrund rückt, ist die hohe Lebensqualität und die enorme Wirtschaftsleistung, die der Landkreis Donau-Ries besitzt. So belegte der Landkreis

Donau-Ries bei der Focus Lebenswertstudie² den dritten Platz und zählt somit zu den lebenswertesten Regionen Deutschlands. Punkten konnte der Landkreis dabei mit guten Platzierungen bei den Faktoren Jobs, Wohlstand, Einkommen, Qualifikation, Gesundheit und Demographie.

Abbildung 2: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Landkreis Donau-Ries



Quelle: Agentur für Arbeit Donauwörth 2015; eigene Darstellung

Zwar soll die Bevölkerung von derzeit 129.422 Einwohnern³ auf 128.700 im Jahr 2032 leicht zurückgehen, aber in den 6.500 Unternehmen im Kreis findet ein kleines Wirtschaftswunder statt. In den letzten zehn Jahren ist die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten von 45.450 auf 58.189 gestiegen. Bei einer Arbeitslosenquote von 2,1 %⁴ herrscht in der Region Vollbeschäftigung. Dies lockt auch Arbeitskräfte aus umherliegenden Regionen. Während 11.563 Personen aus dem Landkreis pendelten, kamen 14.931, um hier zu arbeiten.⁵ Dies entspricht einem positiven Pendlersaldo von über 3.000 Personen, außergewöhnlich für einen ländlichen Raum.

Und dieser Trend soll sich weiter fortsetzen. Nach der PWC-Studie „Deutschland 2030 – Die Arbeitsplätze der Zukunft“⁶ gehört der Landkreis Donau-Ries zu einer der Top-10-Regionen, in denen die Zahl der Erwerbstätigen zwischen 2011 und 2030 um über 7,5 % steigen wird.

GLOBAL PLAYER UND STARKER MITTELSTAND ALS PROMOTOR

Verantwortlich für dieses Wirtschaftswunder zeigen sich die Global Player und die starken mittelständischen Betriebe im Landkreis. So hat beispielsweise die Oettinger Brauerei ihre Zentrale in der Stadt Oettingen. Mit einem Inlandsabsatz von 5,79 Millionen Hektolitern ist Oettinger das meistgetrunkene Bier in Deutschland.⁷

Neben weiteren Global Playern wie Airbus Helicopters, Zott, Dehner, Hama, AGCO Fendt, Fendt Caravan, KATHREIN-Mobilcom und Valeo haben auch Hidden Champions wie der Bauaufzugshersteller GEDA Dechentreiter, Grenzbach Maschinenbau und der Industriebürstenhersteller Lessmann Betriebsstätten im Landkreis.

In Studien oder Gutachten wurde diese Industrielastigkeit des Landkreises oft als Schwäche dargestellt. Inzwischen zeigen sich die 24.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe als Glücksgriff für die Region. Sogar in den schwierigen Jahren nach 2007 stiegen die Beschäftigungszahlen im Landkreis. Erweitert wird diese bedeutende Wirtschaftsstruktur durch viele mittelständische Unternehmen und Handwerksbetriebe.

UNTERSTÜTZUNG DURCH LANDKREIS-INITIATIVEN

Der Landkreis Donau-Ries hat in den letzten Jahren eine Reihe von Initiativen gestartet. Schon früh waren sich dabei die Entscheidungsträger aus Politik und Verwaltung, allen voran Landrat Stefan Rößle und der Leiter der Stabsstelle Kreisentwicklung, Günther Zwinger, im Klaren darüber, dass die zukünftigen Probleme demographischer Wandel und Fachkräftesicherung frühzeitig angepackt werden müssen. So wurden zwei verschiedene Strategien verfolgt. Zum einen sollen die stillen Reserven aktiviert werden, zum anderen die Unternehmen bei der Akquise von Mitarbeitern unterstützt werden.

Schon 2003 wurde das Technologie Centrum Westbayern gegründet. Gesellschafter sind der Landkreis und die Stadt Nördlingen. Durch die Finanzierung von regionalen Unternehmen konnten in Kooperation mit der Hochschule Augsburg Stiftungsprofessuren eingerichtet wer-

den, um so Weiterbildungs- und Studienangebote in der Region anzubieten und damit zur Unterstützung der Unternehmen beizutragen.

Abbildung 3: Technologie Centrum Westbayern in Nördlingen



Quelle: Technologie Centrum Westbayern

2008 wurde das Bündnis für Familie initiiert, das Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Landkreis fördert. Dazu leistet sich der Landkreis einen Familienbeauftragten, der neben Veranstaltungen und Workshops für Unternehmen zum Thema familienbewusste Unternehmenskultur auch Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie wie Ferienbetreuung, Vermittlung von Leihomas oder Babysitter organisiert.

Ebenfalls 2008 wurde der Wirtschaftsförderverband Donau-Ries e.V. gegründet, der im Bereich Unternehmenskultur und betriebliches Gesundheitsmanagement in Zusammenarbeit mit der AOK-Direktion Donauwörth tätig ist. Ziel ist es, den Erfolg und die Gesundheit der Mitarbeiter jedes einzelnen Unternehmens zu steigern, um so eine zukunftsorientierte Region Donau-Ries zu fördern. Außerdem bietet der Wirtschaftsförderverband Donau-Ries auch eine Jobbörse auf seiner Homepage an.

REGIONALMANAGEMENT ALS VERNETZER

Ein Meilenstein wurde 2010 mit der Einrichtung des Regionalmanagements im Landkreis Donau-Ries gesetzt. Als Instrument der Landesentwicklung wird es durch das Bayerische Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat gefördert. Im Landkreis Donau-Ries beteiligt sich auch der Wirtschaftsförderverband Donau-Ries an den Kosten. „Das Regionalmanagement [...] leistet durch

den Aufbau regionaler fachübergreifender Netzwerke in den Landkreisen und kreisfreien Städten einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit.“⁸

Abbildung 4: Logo Regionalmanagement Bayern, gefördert durch das Bayerische Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat

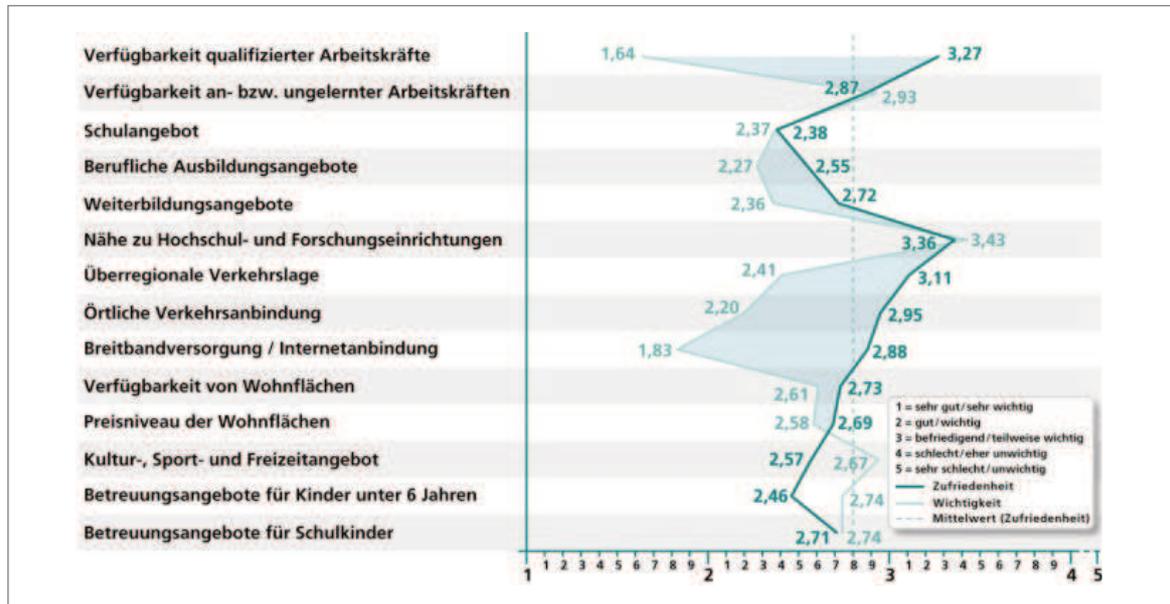


Konkret bedeutet das für das Regionalmanagement im Landkreis Donau-Ries, dass Akteure in Arbeitskreisen zusammenkommen, sich vernetzen und ihre Projekte absprechen. So wurde im Landkreis ein Beirat Fachkräftesicherung durch das Regionalmanagement initiiert, in dem Akteure der Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung zusammenkommen. Der Beirat besteht aus der Agentur für Arbeit Donauwörth, IHK Schwaben, HWK Schwaben, Kreishandwerkerschaft Nordschwaben, dem Deutschen Gewerkschaftsbund Donau-Ries, dem Staatlichen Schulamt Donau-Ries, den Berufsschulen im Kreis und den Landkreisinitiativen Technologie Centrum Westbayern, Wirtschaftsförderverband und Bündnis für Familie. Erfreulich: Allen Akteuren ist dabei bewusst, dass die Fachkräftesicherung als gemeinsame Aufgabe verstanden werden muss und nur gemeinsam gelöst werden kann.

UNTERNEHMENSBEFRAGUNG: BASIS WEITERER AKTIVITÄTEN

Ein erstes gemeinsames Projekt des Beirats Fachkräftesicherung unter der Federführung des Regionalmanagements war die Unternehmensbefragung im Landkreis Donau-Ries, die 2014 durch die Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung durchgeführt wurde.⁹ Damit sollten Probleme der Unternehmen mit dem Standort und bei der Fachkräftesicherung aufgedeckt, Anregungen aufgenommen und die Basis für weitere Aktivitäten gelegt werden. Mit einem Rücklauf von 516 antwortenden Unternehmen wurde deutlich, dass der Beirat mit der Befragung die Zeichen der Zeit erkannt hatte.

Abbildung 5: Bewertung der Standortfaktoren und ihrer Wichtigkeit



Quelle: Unternehmensbefragung im Landkreis Donau-Ries

Eine Gegenüberstellung der Wichtigkeit der Standortfaktoren mit den Zufriedenheitswerten der Unternehmen für ihren Standort zeigt, dass es bei einigen Faktoren ein größeres Missverhältnis zwischen ihrer Bedeutung und der Zufriedenheit gibt. Das trifft vor allem für die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften zu. So wurde das Arbeitskräftepotenzial als der wichtigste Standortfaktor mit einem Durchschnittswert von 1,64 bewertet. Die Zufriedenheit lag hier aber nur bei 3,27. Dies ist klar als Anregung der Unternehmen zu verstehen, dies als Handlungsfeld aufzunehmen und hier tätig zu werden.

Zudem gaben 44 % der befragten Unternehmen an, dass in der Vergangenheit eine Stelle nicht adäquat besetzt werden konnte und 43 % der Betriebe bereits heute vom Fachkräftemangel betroffen sind. Im Landkreis Donau-Ries sind so vor allem Engpässe bei Facharbeitern und Technikern zu erwarten.

REGIONALMANAGEMENT ALS REGIONALER SPIELMACHER

Daneben stellt das Regionalmanagement auch einen Impulsgeber, Koordinator und Umsetzer für Zukunftsprojekte dar. Schwerpunkt im Landkreis sind die Themen Bildung, Regionalmarketing und Fachkräftesicherung.

Unter dem Motto „Kein Talent darf verloren gehen“ wurde die Bildungsinitiative „Lernender Landkreis“ 2011 angestoßen. Neben Investitionen in den Ausbau, Umbau und die Renovierung seiner Schulen leistet der Landkreis auch mit eigenen Projekten einen Beitrag zur Qualifizierung seiner Bürgerinnen und Bürger. So schuf das Regionalmanagement mit dem Bildungsportal eine Anlaufstelle für alle Bildungsinteressierte, in dem Informationen zu Weiterbildungseinrichtungen und -angeboten, Schulen, Kindertagesstätten und Lernorten zusammengefasst wurden. Daneben leistet sich der Landkreis einen eigenen Sprachlotsen, der Schülerinnen und Schülern mit Migrationshintergrund die deutsche Sprache vermittelt und so zur Integration, Willkommenskultur und schließlich auch zur Fachkräftesicherung beiträgt. Inzwischen wurde der Landkreis als „Bildungsregion in Bayern“ zertifiziert.

Abbildung 6: Das Bildungsportal Donau-Ries, www.bildung-donau-ries.de



2012 startete eine Imagekampagne, um das positive Gesicht des Landkreises zu zeigen. Mit einer Plakataktion an 60 unterschiedlichen Orten sollen alle Bürgerinnen und Bürger angesprochen werden. Besonders Jugendlichen und jungen Familien soll vermittelt werden, dass der Landkreis Donau-Ries eine lebens- und lebenswerte Region ist. Mit wechselnden Motiven wie Familie, Musiker, Sportler oder Rettungskräfte sollen so die Stärken und Alleinstellungsmerkmale der Region aufgezeigt und ein stärkeres Wir-Gefühl erzeugt werden.

Abbildung 7: Plakataktion mit Motiv Familie



Quelle: Landratsamt Donau-Ries

Um gezielter Informationen über die Region zu verteilen, wurde ein Online-Magazin aufgelegt. Es eröffnet dem Landkreis eine völlig neue Möglichkeit, sich im Internet zu präsentieren. Das Online-Magazin beinhaltet Berichte, Fotos, Filme und Fakten und fungiert so als Anlauf- und Verteilerstelle. Investoren, Touristen und Stellensuchende, aber auch interessierte Bürgerinnen und Bürger erhalten ein umfangreiches Bild über Wirtschaft, Wohnen und Erholung in der Region und Ansprechpartner für weiterführende Auskünfte oder Fragen.

Abbildung 8: Online-Magazin Donau-Ries, <http://www.emagazin-donau-ries.de/>



MABNAHMEN ZUR FACHKRÄFTESICHERUNG

Mit den Ergebnissen der Unternehmensbefragung wurde der Anstoß gegeben zu Fachkräftesicherungsprojekten: Eine Informationskampagne zu den Angeboten der Wirtschafts- und Beschäftigungsförderer sowie der Weiterbildungseinrichtungen im Landkreis wurde gestartet. Die Agentur für Arbeit Donauwörth kontaktierte Unternehmen, die Interesse an der Einstellung von älteren Arbeitnehmern bekundet hatten, das Bündnis für Familie veranstaltete einen Workshop zum Thema Initiierung von Kindertagesangeboten.

Weiter unterstützt das Regionalmanagement die Unternehmen bei Projekten und Maßnahmen zur Fachkräftesicherung. So half es der Bauinnung Donau-Ries bei der Akquise von jungen Menschen aus Ungarn. Diese kamen im Rahmen einer Förderung durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales in den Landkreis, um hier eine betriebliche Berufsausbildung aufzunehmen. Da die Ausbildungszahl bei der Bauinnung in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgegangen ist, ging man vermehrt innovative Projekte an.

Abbildung 9: Junge Ungarn, die ihre Ausbildung bei der Bauinnung Donau-Ries beginnen



Quelle: Bauinnung Donau-Ries

Im geförderten Programm MobiPro-EU fand man zum einen die Möglichkeit, Auszubildende für das Baugewerbe im Landkreis zu finden, zum anderen gab man so auch Jugendlichen aus Ungarn eine Chance und Perspektive. Dabei wurde auf eine jahrelange Partnerschaft zur Technischen Berufsschule Polláck-Mihály und zum Kulturverein Nicolaus Lenau in Pécs zurückgegriffen. Durch die schon bestehenden Beziehungen konnte eine Verbindung von aus-

bildungsinteressierten Jugendlichen aus Pécs und der Bauinnung Donau-Ries sehr leicht hergestellt werden. Von der Vorstellung des Landkreises bis hin zur Unterbringung im Landkreis war das Regionalmanagement beteiligt.

BOTTOM-UP-ANSATZ ZUR MARKENENTWICKLUNG

In den letzten zehn Jahren wurde viel angestoßen und eine hervorragende Ausgangsposition geschaffen. Neben der Schärfung von weichen Standortfaktoren durch Landkreisinitiativen kann der Landkreis auch bei harten Faktoren punkten: hohe Investitionen in die Infrastruktur, vielfältiges und wohnortnahes Freizeitangebot, hohe Umwelt- und vor allem Wohnqualität.

Also setzten sich die Verantwortlichen aus Politik und Verwaltung das Ziel, die Imagekampagne in einen Markenprozess münden zu lassen und eine Regionsmarke zu entwickeln. Diese sollte aufbauend auf den existierenden Potenzialen eine Abgrenzungsstrategie zu anderen Regionen entwickeln und die Bekanntheit des Landkreises durch ein gemeinsames Logo und einen Slogan nach außen transportieren. Für die Entwicklung wurde ein Bottom-up-Ansatz gewählt. Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kamen in einem Markenkomitee zusammen und legten die Grundpfeiler für die Entstehung einer Regionsmarke DONAU-RIES. So wurde eine Entwicklungsstrategie für den Wirtschaftsstandort und den Lebensraum erarbeitet.

Abbildung 10: Workshop des Markenkomitees



Quelle: Landratsamt Donau-Ries

Schnell einigte man sich dabei auf die Markensessenz „Starkes Land für gutes Leben“ und den Regionsnamen „DONAURIES“ ohne trennenden Bindestrich zwischen Donau und Ries, um die Wehen der Gebietsreform von 1972 endgültig zu beenden. Das Logo soll die Teilräume des Landkreises vereinen.

Abbildung 11: Logo der neuen Regionsmarke



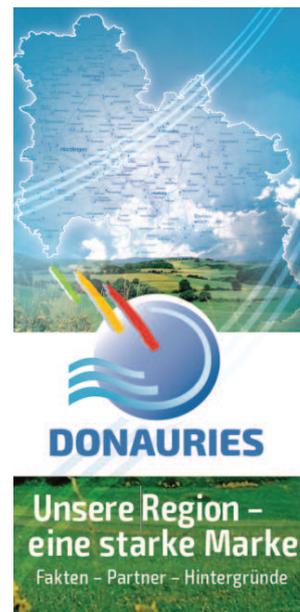
Die Flusslandschaften, angedeutet durch die Wellenform, symbolisieren die Flüsse Donau, Würnitz und Lech. Die farbigen Striche repräsentieren den Einschlag des Asteroiden, der die Landschaft maßgeblich geprägt hat und zu einem wesentlichen Alleinstellungsmerkmal der Region führt. Als Slogan hat man sich auf „Glückstreffer“ verständigt. Dieser Slogan steht dafür, dass man sein Glück hier erarbeiten und finden kann, sei es durch seinen Traumjob oder durch das Finden von Freunden. Vor allem der zentrale Wert des Lebens und Arbeitens im Einklang, ohne etwas zu versäumen, soll als Glückstreffer wahrgenommen werden. Zudem ermöglicht der kurze, prägnante Begriff „Glückstreffer“, sich gegenüber anderen Regionalmarken abzugrenzen und spielt gleichzeitig auf das Alleinstellungsmerkmal an.

WIRTSCHAFTSFÖRDERVERBAND ALS DACH DER MARKE

Die Potenziale und bisherigen Aktivitäten des Landkreises werden nun gebündelt und offensiv nach außen transportiert. Der Wirtschaftsförderverband Donau-Ries e.V., der sich bislang aktiv für die Gestaltung des Wirtschaftsraumes eingesetzt hat, bot an, als Dach der Marke zu fungieren. Alle gestarteten Initiativen, angefangen vom Bündnis für Familie bis hin zur Bildungsregion, sollen sich nun unter dem Dach der Marke wiederfinden und das definierte Design der Marke übernehmen.

Für den Landkreis Donau-Ries ist also der Markenbildungsprozess mehr als eine reine Organisationsreform. Durch ein gemeinsames Erscheinungsbild können Synergieeffekte in der Außenwahrnehmung erzielt werden. Ein Euro, der in Zukunft für Fachkräftemarketing ausgegeben wird, wirbt gleichzeitig für das Feriendland Donau-Ries und für den Standort. Der Geschäftsplan beinhaltet aber auch einen Leistungs- und Aktionsplan, die Finanzierung und die Beteiligungsmöglichkeiten. Während bislang die Unternehmen und Kommunen nur indirekt Einfluss auf die Landkreisaktivitäten nehmen konnten, können sie es als Mitglieder der Marke direkt tun. Hier steht vor allem die Ausrichtung der Aktivitäten an den Bedürfnissen der Unternehmen im Vordergrund. Schwerpunktthema stellt dabei die Fachkräftesicherung dar.

Abbildung 12: Werbung unter dem Dach der Marke



In einem Workshop mit Akteuren der Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung sowie regionalen Unternehmen wurde eine Fachkräftewerbestrategie entwickelt. Während Erwerbsbeteiligung, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Chancengleichheit, Qualifizierung, Arbeitgeberqualität und die regionalen Netzwerke gut bewertet wurden, stellen vor allem die Themen qualifizierte Zuwanderung und Willkommenskultur Handlungsfelder dar. Durch den demo-

graphischen Wandel und viele Betriebe mit internationaler Ausrichtung soll die Marke hier nun tätig werden. So stehen ein Regionalportal als Weiterentwicklung des Online-Magazins, aber auch die Einbindung der Markenpartner als Regionsbotschafter auf der Agenda. Das Regionalmanagement wird sich in Zukunft ganz dem Bereich Fachkräftesicherung und Willkommenskultur annehmen, ein Willkommenspaket und eine Bustour für Neubürgerinnen und Neubürger anbieten, mit einem Rückkehrmanagement vor allem junge Menschen, die den Landkreis zum Studieren verlassen haben, ansprechen und mit einer Fachkräftebroschüre die Unternehmen bei der Akquise unterstützen.

Die positive Entwicklung, die der Landkreis Donau-Ries eingeschlagen hat, wird nun unter dem Dach der Marke DONAURIES weitergetragen. Um die nötige Zugkraft zu generieren, wird auf eine Beteiligung der Wirtschaft gesetzt, um Maßnahmen finanzieren zu können, aber auch um die Ausgestaltung stärker an den Bedürfnissen der Unternehmen auszurichten.

|| KLEMENS HEININGER

Regionalmanager des Landkreises Donau-Ries,
Donauwörth

ANMERKUNGEN

- ¹ Bayerische Staatsregierung: Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013, München 2013.
- ² Steinle, Wolfgang J.: Focus Lebenswertstudie Deutschland – Die 402 Kreise und kreisfreien Städte im Vergleich, Köln 2014.
- ³ Bayerisches Landesamt für Statistik: Fortschreibung des Bevölkerungsstandes, München 2014.
- ⁴ Agentur für Arbeit Donauwörth: Der Arbeitsmarkt 2014 – Jahresrückblick – Arbeitslosenquoten im Agenturbezirk Donauwörth, Donauwörth 2014.
- ⁵ Agentur für Arbeit Donauwörth: Der Arbeitsmarkt 2014 – Jahresrückblick – Ein- und Auspendler, Donauwörth 2014.
- ⁶ <http://www.pwc.de/de/offentliche-unternehmen/deutschland-2030.jhtml>, Stand: 21.5.2015.
- ⁷ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/216493/umfrage/die-meistverkauften-biermarken-in-deutschland/>, Stand: 21.5.2015.
- ⁸ <http://www.landesentwicklung-bayern.de/instrumente/regionalmanagement.html>, Stand: 21.5.2015.
- ⁹ <http://www.wfv-donau-ries.de/unternehmensbefragung.html>, Stand: 21.5.2015.