

Gemeindeentwicklungskonzept Havixbeck

- Gewerbeflächenentwicklung -



Zwischenergebnisse 3. Dezember 2012

Helge Harnack Vicky Henke
Benjamin Reichpietsch Imme Lindemann

Gliederung des Vortrags



- Einführung
 - Fragestellung | Arbeitsauftrag
- Methodik
- Ergebnisse
 - Analytische Kartierung
 - Bewertende Kartierung
 - Kernaussagen
 - Unternehmensstruktur
 - Standort Havixbeck
 - Gewerbegebiet Hohenholterstraße III
 - Kommunikation
 - Marketing
 - Handlungsempfehlungen
- Ausblick ins Wintersemester

Fragestellung | Arbeitsauftrag

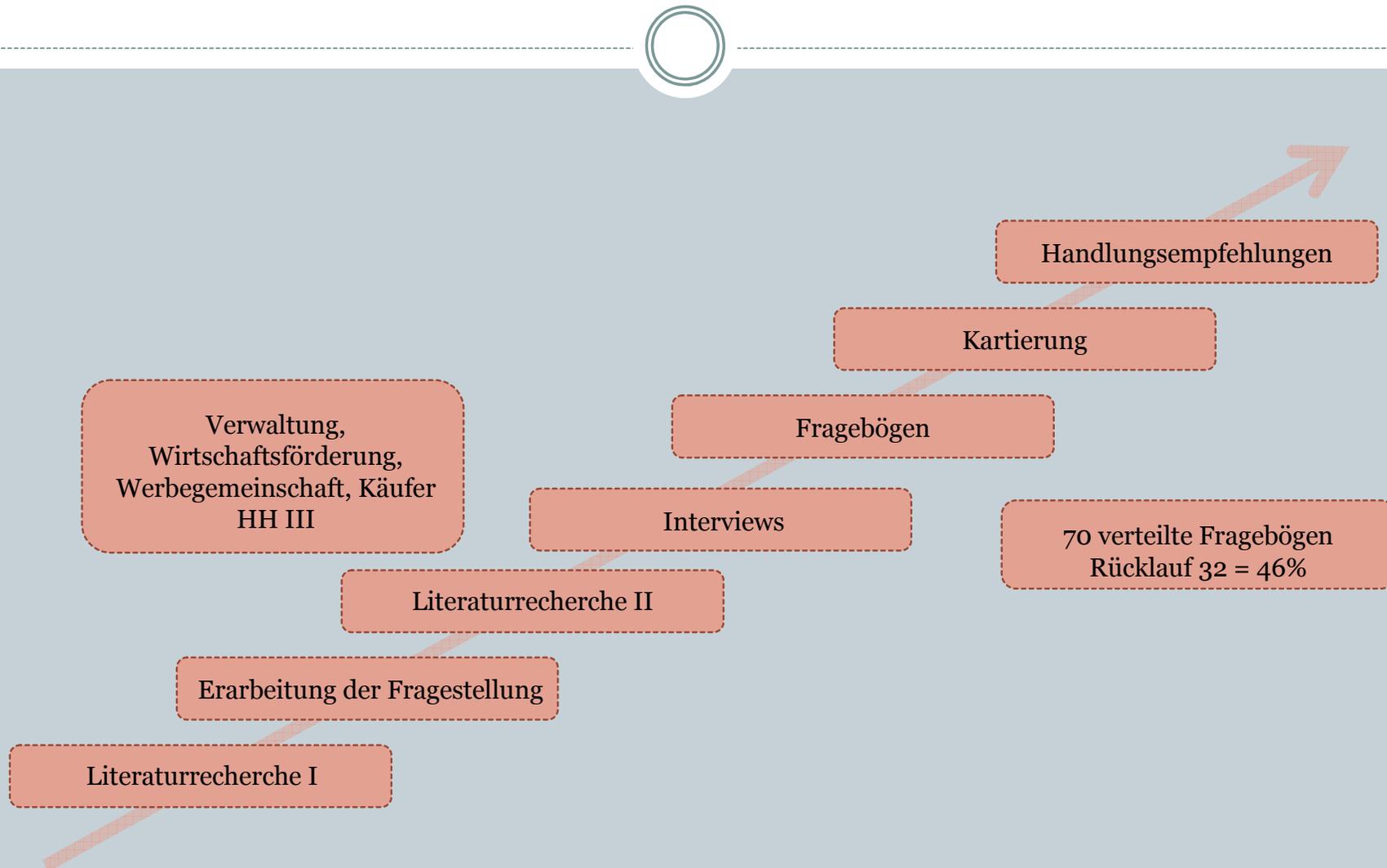


Vorschlag eines Standortmarketings auf Basis der Entwicklungspotentiale des
Gewerbstandorts Havixbeck

→ Sommersemester 2012: Ermittlung des Ist-Zustandes

„Gemeindeangepasste Gewerbe[flächen]entwicklung“

[Zitat Bgm. Gromöller 2012, Ablaufpapier Unternehmertreffen]



Ergebnisse



- a. ANALYTISCHE KARTIERUNG
- b. BEWERTENDE KARTIERUNG
- c. KERNAUSSAGEN

a. Analytische Kartierung

Gemeindeentwicklungskonzept
Havixbeck

AG Gewerbegebietentwicklung

Gewerbegebiet
Hohenholter II

- Branchenübersicht -

Datengrundlage: DGK 5 Ingenieurbüro Skutta
Kartenbearbeitung: Harnack | Henke | Lindemann | Reichpietsch
Seminar: GHS Havixbeck
Datum: Sommersemester 2012 | 12. Juli 2012

1:1.700

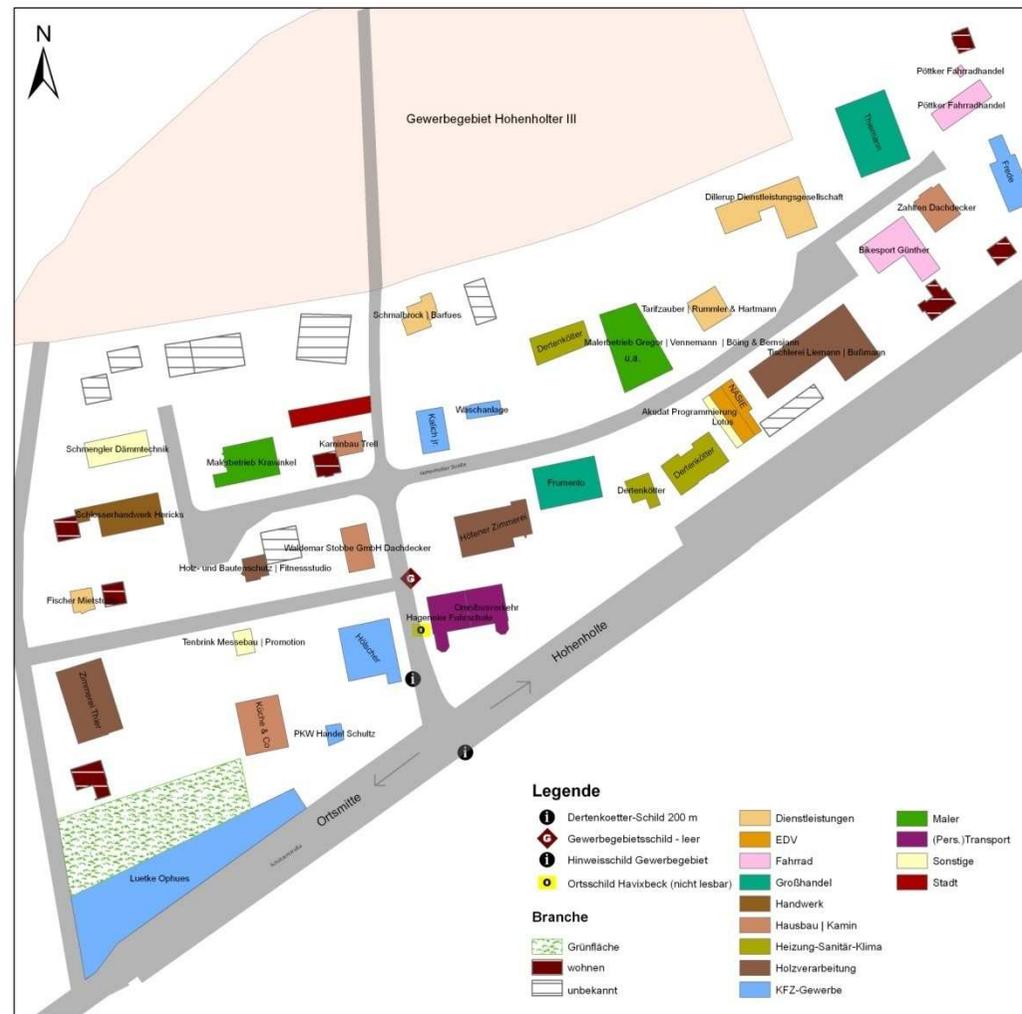
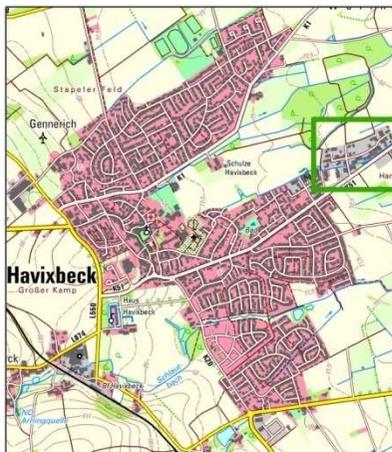


Abb. 2: Branchenübersicht GWG Hohenholter Straße II (Quelle: Eigene Darstellung, [4]).

Tab. 1: Ausgewählte Kategorien der bewertenden Kartierung.

	Hohenholter	erfeld
Klar als Gewerbegebiet erkennbar		
Übereinstimmung mit dem B-Plan (Begrünung)		
Wegweiser		
Gemeinsames Werbeschild		
Wohnen		
Wegeplan		
Bepflasterung Zustand		



Abb. 3-5: Eindrücke aus den GWG (Quelle: Eigene Bilder 20.06.12).

c. Kernaussagen | Unternehmensstruktur



- 1-25 Mitarbeiter, dies entspricht einem Durchschnitt von 8.36 Mitarbeitern je Betrieb
- Jeder 7. Mitarbeiter kommt aus Havixbeck und ca. 50% legen einen Pendelweg von 10-20 km zurück
- 53.1% der Unternehmen bilden aus → \varnothing 2.6 Azubis
- 68.8% der befragten Betriebe arbeiten mit ortsansässigen Unternehmen zusammen
- 2 wollen auf bestehendem Gelände erweitern, 1 zusätzlich in Havixbeck
- 3 wollen sich innerhalb Havixbecks verlagern
- 1 verlässt Havixbeck

Folie 8

B1 Hier würd ich Zwischenzeilen machen - sieht ein bisschen gepackt aus....

Und es wär natürlich cool, wenn wir diese Fusszeile zur Orientierung hätten - aber das kann glaub ich nur Imme :-)

Benni; 09.10.2012

c. Kernaussagen | Standort Havixbeck



- Autobahnanschluss (10 km Radius)
- Umgang mit Wohnen im Gewerbe
- Standortfaktor „Heimat“
- Internetzugang
- Nähe zu Münster
- Nottuln als größte Konkurrenz

Top 3	Bottom 3
Erholungswert 2.07	Höhe der Gewerbesteuer 3.62
Lebensqualität 2.24	Bauauflagen 3.35
Nähe zu höheren Bildungseinrichtungen 2.45	Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte 3.28

c. Kernaussagen | Gewerbegebiet Hohenholterstraße III



Folie 10

B2

Gefällt mir!!

Benni; 09.10.2012

c. Kernaussagen | Gewerbegebiet Hohenholterstraße III



Zukünftiger Branchenbesatz

- Welche Branchen sollten sich explizit nicht ansiedeln?
 - Belästigende Betriebe
 - Konkurrenzbetriebe
 - sozial fragwürdig und „Rotlicht“

c. Kernaussagen | Marketing | Kommunikation



Kommunikation

- Alle Akteure haben ihr Interesse für eine verstärkte Kommunikation untereinander bekundet
- 2/3 haben keinen regelmäßigen Kontakt zur Gemeinde
- Zusammenarbeit mit der Gemeinde = \emptyset 2.94 (n=18)
- Viele Kommunikationskanäle sind ausbaufähig

Marketing

- Hälfte der Befragten ist Mitglied einer Interessengemeinschaft
- öffentlichen Darstellung Havixbecks = \emptyset 2.96 (n=29) → von 17 wurde die öffentliche Darstellung als ein wichtiges Element des Standortmarketings bewertet
- Wichtigste Partner: Werbegemeinschaft (n=13) und Wirtschaftsförderung Havixbeck (n=12)
- Neue Betriebe werden von der Werbegemeinschaft mit Präsent und Infomappe willkommen geheißen → Kenntnis über „stille Post“

c. Kernaussagen | Handlungsempfehlungen



Kurzfristige Handlungsempfehlungen

- Aktualisierung des Gewerberegisters und des Branchenverzeichnisses
- Aufwertung der GWG-Beschilderung
- Pflege der öffentlichen Grünflächen
- Bekanntmachung des GWG Hohenholter III in den regionalen Internetportalen
- Aktualisierung der Homepage [bereits in Arbeit]
- Verbesserung verwaltungsinterner sowie externen Kommunikation: klare Zuordnung

Langfristige Handlungsempfehlungen

- Verbesserung des Onlineauftrittes allgemein → Standortprofilierung
- Vermarktungskonzept für GWG
- Einhaltung der B-Pläne fordern
- Nutzung der vorhandenen Freiflächen und Leerstand (Hangwerfeld)
- Institutionalisierte Kommunikation mit Werbegemeinschaft, Tourismus etc.

Ausblick ins Wintersemester



Vorschlag eines Standortmarketings auf Basis der Entwicklungspotentiale des
Gewerbestandorts Havixbeck

→ Sommersemester 2012: Ermittlung des Ist-Zustandes

→ Wintersemester 2012/2013: Konkretisierung der Handlungsempfehlungen:
Ansätze für die Vermarktung der Gewerbeflächen nach außen

Gezielte Ansprache von Branchen | Gründungs- und Technologiezentrum

„Gemeindeangepasste Gewerbe[flächen]entwicklung“

[Zitat Bgm. Gromöller]

Ende



VIELEN DANK!

Quellen | Literaturverzeichnis



u.a.:

- BECKORD, CLAAS u. PETER JURCZEK (2004): „Beleuchtete Wiesen“ oder „blühende Landschaften“?. In: Standort, Heft 2, S. 58-65.
- BECKORD, CLAAS und JURCZEK, PETER (2004): „Beleuchtete Wiesen“ oder „Blühende Landschaften“. Zum Stand der Gewerbeflächenentwicklung und Vermarktung in der Region Südwestsachsen. In: Standort 28(2), S. 58
- BREMER, STEFANIE u. J. ALEXANDER SCHMIDT (2008) : Orte der Arbeit. Die gestalterische Aufwertung von Gewerbegebieten. In ISR (2008): Jahrbuch der Stadterneuerung 2008. Stadtbau und Aufwertung. Berlin, S. 333-344.
- DifU (2011): Flächen ins Netz (Flitz) Aktivierung von Gewerbeflächenpotenzialen durch E-Government.
- ELSNER, WOLFRAM et al. (2002): Unternehmensnetze und Bauleitplanung. Zur Konzeption einer Bebauungsplanung für Netzwerkorientierte Gewerbegebiete. In: Raumforschung und Raumordnung, Heft 5-6, S. 385-392.
- ESSER, CORINNA (1993): Standortanalyse im Gewerbegebiet Köln-Braunsfeld/Ehrenfeld
- Jahrbuch Stadterneuerung 2008
- KARSTEN, MARTIN u. HARTMUT USBECK (2001): Gewerbesuburbanisierung – Die Tertiärisierung der suburbanen Standorte. In: BRAKE, KLAUS et.al (Hrsg.) (2001): Suburbanisierung in Deutschland. Aktuelle Tendenzen.o.O., S. 71-80.
- OTTMAN, MATTHIAS u. STEPHAN LIFKA (2010): Methoden der Standortanalyse
- QUIEHL, THOMAS (1995): Vom Gewerbegebiet zur Wissenschaftsstadt. Versuch einer Systematisierung. In: Raumforschung und Raumordnung, Heft 3, S. 186-197.
- SCHORER, KLAUS & REINHOLD GROTZ (1993): Attraktive Standorte: Gewerbeparks. In: Geographische Rundschau 45, Heft 9, S. 498-502.
- STÄRK, JOHANNES (1995): Standortplanung von Industrie- und Gewerbegebieten in den neuen Bundesländern – das Beispiel des Kreises Greiz