

Akquisestrategie der Stadt Leipzig „Unternehmer akquirieren Unternehmen“ Stadtratsbeschluß vom 11.12.2002

1. Rahmenbedingungen

Bei Unternehmensansiedlungen steht die Stadt Leipzig im weltweiten Standortwettbewerb. Für eine erfolgreiche Ansiedlung ist sowohl die Darstellung der Standortvorteile der Stadt (passive Instrumente) als auch die gezielte Beobachtung von Unternehmen und deren Aktivitäten (aktive Instrumente) wichtig.

Unter dem Begriff der Unternehmensakquisition verstehen wir also den aktive Prozess der Identifizierung von Unternehmen und die Beschaffung von Informationen über Entwicklungs- und Investitionsvorhaben.

Durch die Realisierung von Investitionsvorhaben in Leipzig wird die Zukunftsfähigkeit der Region gestärkt. Die Ansiedlung neuer Unternehmen in Leipzig wird neben der Kaufkraftsteigerung und der Privatnachfrage auch den einheimische Mittelstand stärken, da er sich in das Wirtschaftsgeschehen im Rahmen des Wettbewerbs einbringen kann. Dies geschieht durch die Einbeziehung in die Liefer- und Leistungsbeziehungen, aber auch in gegebenenfalls notwendige Bauinvestitionen. Mittels Ansiedlung wird der regionalen Austausch von Gütern- und Dienstleistungen ausgeweitet.

Außerdem ist es das Ziel möglichst den überregionalen Sektor (z.B. BMW, Porsche) zu stärken, da Effekte solcher Ansiedlungen auf die regionale Wirtschafts- und Wachstumspolitik die größten Auswirkungen haben, er beschleunigt dies. Das heißt, der überregionale Sektor hat einen überdurchschnittlichen Anteil an der positiven regionalen Entwicklung. Er bezieht Nachfrage aus anderen Regionen und erhöht bei entsprechender Prosperität die Nachfrage nach Gütern des lokalen Sektors.

Zum Ausbau des überregionalen Sektors verstärkt die Wirtschaftsförderung Leipzig ihr Akquisenetzwerk „Unternehmer akquirieren Unternehmen“. Weltweit aktive Unternehmer, leitende Angestellte und Unternehmer der Stadt Leipzig sollen in die Akquisetätigkeit der Wirtschaftsförderung eingebunden werden, mit dem langfristigen Ziel ein effektives Akquisenetzwerk zu bilden, um frühzeitig von Investitionsvorhaben und Unternehmensplanungen Kenntnis zur erlangen (dazu S. IV, Akquisenetzwerk).

2. Konzentration auf Cluster

Unternehmensakquise wird gezielt auf die mehr oder weniger ausgeprägten Stärken der Cluster durchgeführt.

Cluster:

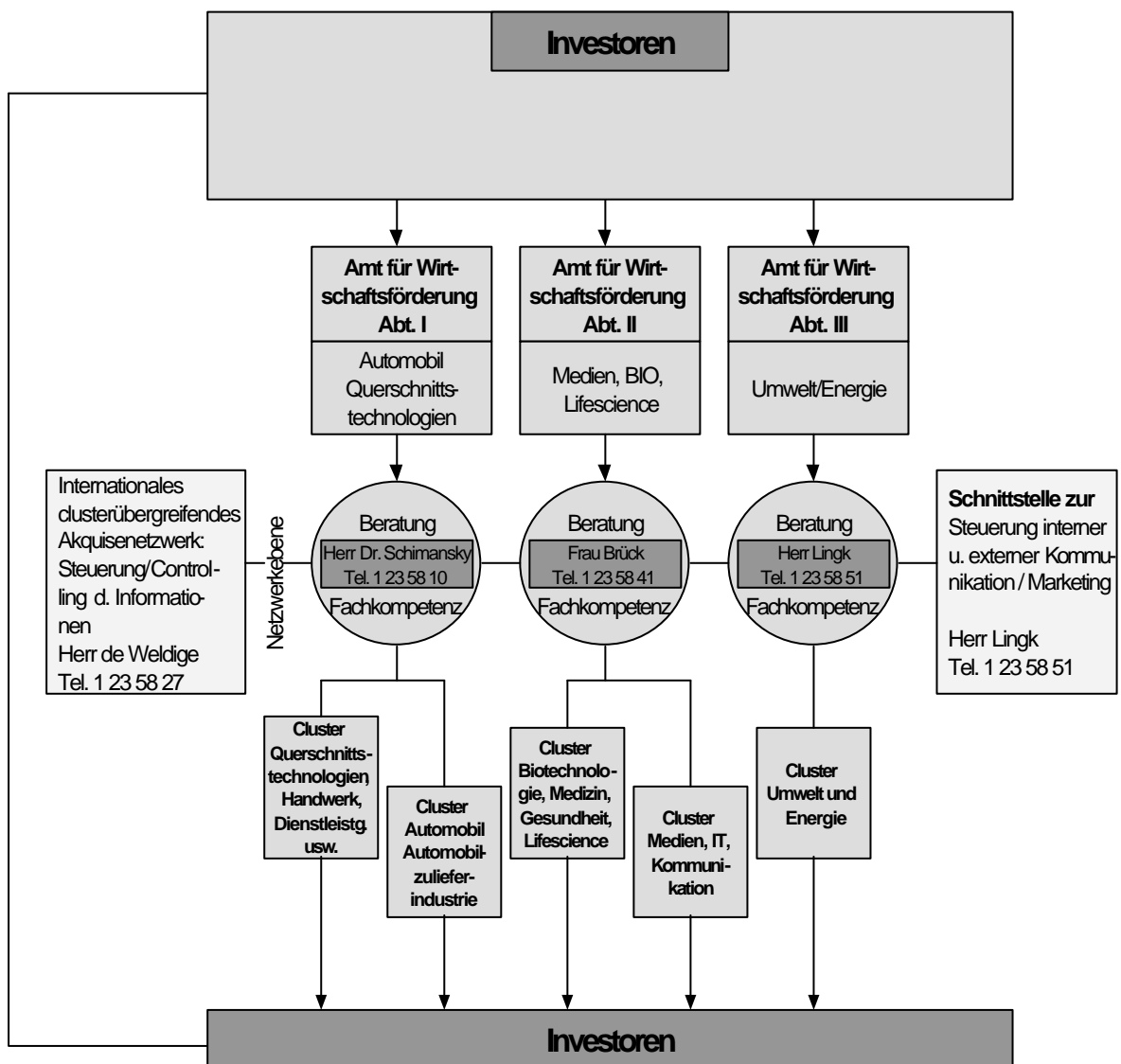
1. Automobilbau und Zulieferindustrie (Porsche/BMW/Zulieferer – Ausbau des Clusters in den nächsten 10 Jahren)
2. Medien und Kommunikation, IT (Sicherung der Standorts)

II

3. Energie- und Umwelttechnik (entwickelt sich, regionaler und internationaler Ausbau des Clusters)
4. Gesundheit/Biotechnologie und Medizintechnik, Life Science (beginnt sich zu entwickeln, erste Mietverträge für BIO CITY sind unterschrieben, Bio-Initiative des Landes, Entwicklungszeitraum 10 Jahre)
5. Querschnittstechnologien, Handwerk und Dienstleistungen (Cluster besteht aus vielen Subclustern, wie Bauwirtschaft, verarbeitendes Gewerbe, Messe, Tourismus und Banken)

Grundsätzlich kann zu der Ausprägung der Cluster in Leipzig festgestellt werden, dass keines der Cluster so signifikant ausgeprägt ist, dass sich die Akquisition nur auf diese konzentrieren müsste (z.B. Wer hätte vor zwei Jahren gedacht, dass sich Leipzig zum Automobilstandort entwickelt?).

Verantwortlichkeiten innerhalb der Stadt Leipzig:



Quelle: Dezernat VII / Eigene Darstellung

3. Akquisitionsinstrumente

Generell müssen bei der Akquisition die aktiven und passiven Instrumente unterschieden und eingesetzt werden.

Die passiven Akquisitionsinstrumente sind unsere Werbe- und Informationsmaterialien aber auch Informationen zu eventuell vorhandenen Ressourcen und Branchen, die Teilnahme an Messen und sonstige Marketingaktivitäten. Die Streuverluste bei diesen passiven Instrumenten sind jedoch sehr hoch und die Kosten nicht unerheblich.

Die erfolgsversprechenderen aktiven Instrumente sind die Identifikation sowie die Direktansprache von geeigneten Unternehmen und Entscheidungsträgern. Diese aktiven Marketinginstrumente und Methoden stehen im Vordergrund Leipziger Akquisitionsbemühungen und sollen durch das Akquisenetzwerk unterstützt werden. Die passiven Marketinginstrumente werden unterstützend eingesetzt.

Hier ist festzustellen, dass die bisherigen Aktivitäten auf diesem Sektor (IIC, Wirtschaftsförderung Sachsen und Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig) das mögliche Potential für Leipzig schon recht gut ausschöpfen. Eine Erhöhung der Erfolgsquote könnte durch einen stärkeren Einsatz der ortsansässigen Wirtschaft erreicht werden.

4. Aktive Akquisition/Identifikation

Vor der eigentlichen Ansiedlung eines Unternehmens steht Identifikation und eine Dialogphase mit diesem, welche in der Regel ein Jahr in Anspruch nimmt. Der Erfolg des Dialogs hängt entscheidend von der Identifikation geeigneter Unternehmen und dem Zeitpunkt der Ansprache ab. Dabei spielt das Zufallsprinzip (Unternehmen verkünden in der Regel nicht langfristig und öffentlich ihre Investitions- und Standortvorhaben) eine nicht unerhebliche Rolle. Um das Zufallsprinzip zu beeinflussen, setzt die Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig verstärkt auf Informationen aus den Kreisen der aktiv tätigen Unternehmer (siehe Akquisenetzwerk).

Diese Informationen sollen die heutigen Tätigkeiten und Netzwerke der Wirtschaftsförderung in Bezug auf Identifikation von Unternehmen unterstützen und ergänzen.

Schwerpunkte dieser Arbeit sind die Pflege von schon vorhandener Kontakte und die Identifikation von neuen Investoren.

Aufgabenstellung:

- die Auswertung von Geschäftsberichten
- das Verfolgen wirtschaftsrelevanter Presse
- die Recherche im Internet
- die gezielte Informations- und Pressearbeit
- die Identifikation und aktive Vermarktung von Standorten
- die Bestandspflege
- eine permanente Begleitung von Unternehmen, Bsp.: im Internet
- das regelmäßige Kontaktaufnahme zu Unternehmen

- die dezernatsübergreifende Abstimmung und Zusammenarbeit
- die Zusammenarbeit mit Verbänden und Kammern
- die Beobachtung des Marktes
- u.a.

5. Externes Akquisenetzwerk: „Unternehmer akquirieren Unternehmen“

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig verstärkt sein Akquisenetzwerk, in welches sie aktiv unternehmerisch tätige Personen weltweit mit einbeziehen will. Der Grundgedanke ist, dass aktiv unternehmerisch tätige Personen bei ihrer Kerntätigkeit für ihre Kunden und Partner sehr häufig auch Informationen über deren strategische Unternehmensplanungen oder Investitionsvorhaben erhalten.

Das Ziel der Wirtschaftsförderung ist über diese Informationen frühzeitig in Kenntnis gesetzt zu werden, um als Stadt Leipzig akquisitorisch zu einem möglichst frühen Zeitpunkt tätig werden zu können. Die Identifizierung des Investors kann in diesem Fall durch das externe Netzwerk zustande kommen. Die Stadt Leipzig kann aufgrund des Informationsvorsprungs gezielt das Unternehmen ansprechen, entsprechende Kontakte aufbauen, pflegen und im Erfolgsfall ansiedeln. Je mehr externe Unternehmer für dieses Netzwerk gewonnen werden können, um so größer ist die Chance Unternehmen zu identifizieren, welche Investitionen gegebenenfalls mit einen Standortwechsel planen.

Selbstverständlich setzt dieses voraus, dass die übergebenen Informationen keinen Vertrauensbruch gegenüber den Partnern zur Folge haben. Im positiven Fall wird die Wirtschaftsförderung dann nach entsprechenden Recherchen die direkte Kontaktaufnahme mit den für die strategische Planung und Investitionen zuständigen Personen des investierenden Unternehmens aufnehmen und sich um eine Realisierung dieser in Leipzig bemühen.

6. Erfolgsbeteiligung

Sollten die Bemühungen zum Erfolg führen, so kann nach erfolgter Realisierung der Investition bzw. Ansiedlung in Leipzig eine Provisionen vorher definierter Höhe bezahlt werden. Diese Vergütung ist von der Investition abhängig und muss eindeutig auf die Vermittlung zurück zu führen sein. Die Erfolgsindikatoren werden in Verträgen verbindlich festgelegt (Anlage). Die Höhe der Vergütung würde sich nach den zuvor definierten Indikatoren richten, wie Zahl der neugeschaffenen Arbeitsplätze oder dem Umfang/Höhe der Investition. Diese Aktivitäten haben nur dann Erfolgsaussichten, wenn sie regional mit den übrigen Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung vernetzt sind. Um dies zu gewährleisten wurden die Verantwortlichkeiten innerhalb der Wirtschaftsförderung definiert.

Das Akquisenetzwerk ist in Fragmenten bereits vorhanden. So haben wir Kontakte zu Personen in Asien, USA, Schweiz und England. Die Wirtschaftsförderung Leipzig ist dabei das Netzwerk auf Führungskräfte in der Region Leipzig und Deutschland auszuweiten. Erste positive Reaktionen von angesprochenen Unternehmern liegen bereits vor.

Ziel ist es, ein Akquisitionsnetzwerk zu haben, welches zielgerichtet in diesem Bereich zusammenarbeitet und sich gegenseitig sensibilisiert.

7. Faktoren für Standortentscheidungen der Unternehmen

Für Unternehmen sind unterschiedliche Faktoren bei der Standortwahl relevant. Hervorzuheben sind momentan die Nähe zum Markt, das regionale Marktpotential, das Vorhandensein lokaler Zulieferer und flexible Personalressourcen. Parallel dazu gewinnt die Nähe der Industrie zur Forschung an Bedeutung. Faktoren wie Infrastruktur, Subventionen, steuerliche Aspekte und Grundstückspreise werden von den Unternehmen als zweitrangig angesehen.

Der Anreiz sich in Leipzig anzusiedeln steigt, wenn das ansiedlungswillige Unternehmen potentielle Kunden, mögliche Zulieferer und in seinem Gebiet renommierte Hochschulinstitute in der Stadt Leipzig oder der Region vorfindet.

Die für die erfolgreiche Ansiedlung von Unternehmen benannten notwendigen Erfolgsfaktoren sind im Portfolio von Leipzig zwar vorhanden, aber nicht signifikant und wirtschaftsbestimmend ausgeprägt. Die Entwicklung dieser Faktoren in den Clustern verläuft in sehr unterschiedlicher Stärke insgesamt positiv. So ist es Aufgabe der künftigen Wirtschaftspolitik der Stadt Leipzig diese Entwicklung langfristig zu unterstützen.