

Tabelle 20: Standortprofil interkommunales Gewerbe- und Industriegebiet **Autozulieferpark „Pole Position“**, Hof / Gattendorf, Hof-Ost, Plauener Straße

Standortkriterien	Ist-Zustand / Daten
Flächendaten (netto)	156,0 ha*
Verfügbare Flächen	125,0 ha (dav. 78,0 ha nur im FNP ausgewiesen)
Verfügbare zusammenhängende Fläche	70,0 ha**
Größenmix der verfügbaren Flächen	großteilig
Planungsrechtliche Festlegung	GE / GI
Topografie	abfallend, z. T. terrassiert
Lage im Siedlungsgebiet	nordöstlicher Stadtrand / Gemeinde Gattendorf
Überregionale Straßenanbindung	sehr gut / direkt an der B 173, Entfernung zur A 93 (AS Hof-Ost) ca. 2 km (keine Ortsdurchfahrten)
Schienanbindung	keine / Bahnhof ca. 7 km entfernt
Innerörtliche Pkw- / Lkw-Erreichbarkeit	gut / über B 173 (Plauener Straße)
ÖPNV-Anbindung	keine
Innere verkehrliche Erschließung	gut, ausreichende Straßenbreite, neue Fahrbahn
Einsehbarkeit von überörtlicher Straße	gegeben
Wasser / Abwasser	für Industrie
Altlasten	unwahrscheinlich
Preis für Gewerbeflächen	22 – 30 €/m ²
Förderfähigkeit	Europäische Ziel 2-Förderung / GA
Image, Gestaltung	modern / größtenteils unbebaut
Aufwertungsbedarf	Installation Branchenführer
Nutzungskonflikte	keine
Angesiedelte Branchen	Produktion (Altec Automobilzulieferer) Logistik (im Bau) Sonstiges: Automobiltechnikum Bayern
Vermarktungschancen / Zielgruppe	gut / überregional
Besonders geeignete Branchen	Logistik, Automobil-Zulieferer, Logistik-Dienstleister
* ** Quelle:	davon sind bisher nur 78,0 ha im Flächennutzungsplan ausgewiesen diese Fläche liegt auf dem Gebiet der Nachbargemeinde Gattendorf GMA-Standorterhebung 2006, ca.-Werte

In Auswertung der vier Standortprofile zeigt sich, dass die vorhandenen Gewerbe- und Industriegebiete Hof in der Status-Quo-Betrachtung durchweg eine gute Qualität aufweisen. Allerdings sind im Hinblick auf die Vermarktung der Flächen Eignungsunterschiede für unterschiedliche Nachfrager vorhanden. Schon allein aufgrund seiner Lage, seines Zuschnittes, seiner Größe und der hier angesiedelten Unternehmen ist zur Befriedigung der überregionalen Gewerbeflächennachfrage aus gutachterlicher Sicht v. a. der Autozulieferpark „Pole Position“ geeignet. Demgegenüber besitzen die Gewerbegebiete Kulmbacher Straße Nord und Süd nur eine hohe Attraktivität für regionale Nachfrager. Das mit ca. 1,2 ha kleinste Gewerbegebiet Süd „An den Mühlwiesen“ ist für kleinere lokale Nachfrager prädestiniert.

Die Wertigkeit der Gewerbegebiete und die Möglichkeiten zur Vermarktung werden in Tabelle 21 nochmals überblicksartig dargestellt.

Tabelle 21: Ranking der Hofer Gewerbe- und Industriegebiete mit verfügbaren Flächen im Hinblick auf die Vermarktungsmöglichkeiten

Kriterien Gewerbe- bzw. Industriegebiet	Verfügbare Flächen in ha	Standortrahmenbedingungen*				zusammenhängend verfügbare Fläche in ha	Vermarktungschancen
		Erreich- barkeit	Topo- grafie	Image	Förder- fähigkeit		
Kulmbacher Straße Nord	4,8	1	2	3	4	3,5	Regionale Nachfrage
Kulmbacher Straße Süd	9,5	1	3	2	4	4,4	Regionale Nachfrage
Süd „An den Mühlwiesen“	1,2	3	2	2	4	0,5 - 1,0	Lokale Nachfrage
Autozulieferpark Pole Position	6,5	1	2 - 3	1	1	2,5	Überregionale Nachfrage

* Notenskala von 1 bis 4 (1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = befriedigend, 4 = schlecht oder nicht zutreffend)

Quelle: GMA-Einstufung

4. Empfehlungen zur Aufwertung der Gewerbe- und Industriegebiete

Wie bereits dargelegt, weisen die Gewerbe- und Industriegebiete mit verfügbaren Flächen in Hof eine gute Qualität auf. Dennoch finden sich in der Detailbetrachtung einzelne Mängel, die im Zuge einer weitergehenden Optimierung der Angebotsqualität beseitigt werden sollten. Die gutachterlichen Erkenntnisse zu diesem Punkt werden nachfolgend in kurzer Form zusammengefasst. Darüber hinaus werden exemplarisch optische und funktionale Defizite durch Fotos veranschaulicht.

4.1 Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße-Nord“ (Hohensaas)

Beim Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße-Nord“ handelt es sich um ein älteres Areal, das durch Mischnutzungen geprägt ist. Bei der Inwertsetzung der noch vorhandenen Freiflächen sollte hierbei auf eine sinnvolle und nutzungsverträgliche Ergänzung der bestehenden Betriebe geachtet werden. Zur Ansiedlung eignen sich in erster Linie Betriebe des Kfz-Handels, des Handwerks und Großhandels.

Als besonderer Vorteil des Gewerbegebietes ist seine gute verkehrliche Erreichbarkeit durch die Nahlage an der B 15 (Kulmbacher Straße) hervorzuheben. ÖPNV-Haltestellen sind entlang der Kulmbacher Straße und am Rande des Areals vorhanden.

Aus Richtung Autobahnanschlussstelle Hof-West (ca. 5 km entfernt) weist in der westlichen Zufahrt ein kleiner Branchenführer auf die angesiedelten Gewerbebetriebe hin. Seine Angaben sind aber ganz offensichtlich nicht mehr aktuell und sollten deshalb ergänzt bzw. modifiziert werden, damit der Wirtschaftsverkehr eine echte Orientierungshilfe erhält. An den weiteren Zufahrten zum Gewerbegebiet sind keine Branchenführer aufgestellt, vielmehr findet sich hier ein weitgehend ungestalteter bzw. unübersichtlicher Schilderwald.

Auffällig ist im Gewerbegebiet der größtenteils schlechte Zustand des Straßenbelags in den Hauptzufahrten. Darüber hinaus erscheint eine Pflege der Randstreifen entlang der Gewerbegrundstücke sinnvoll.

Im Interesse einer effizienten Vermarktung ist bei den Gewerbegebieten an der Kulmbacher Straße auf eine Vereinheitlichung der Benennung hinzuwirken (entweder „Kulmbacher Straße Nord“ oder „Hohensaas“).

4.2 Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße-Süd“ (Osseck)

Das Gewerbegebiet Kulmbacher Straße-Süd grenzt direkt südlich an das Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße-Nord“ an. Es ist ebenfalls durch eine Vielzahl unterschiedlicher Nutzungen geprägt. In der Außenpräsentation wirkt das Areal jedoch etwas moderner als sein nördliches Pendant. Attraktiv sind die Gewerbeflächen insbesondere für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe sowie kleinere Unternehmen des produzierenden Gewerbes.

Über die Kulmbacher Straße (B 15) besteht eine gute verkehrliche Anbindung des Gewerbegebietes, das über zwei Zu- und Abfahrten mit separaten Abbiegespuren verfügt. ÖPNV-Haltestellen sind innerhalb des Gewerbegebietes vorhanden. Verbesserungswürdig erscheint hingegen die Fußgängerfreundlichkeit, insbesondere im Umfeld einer ÖPNV-Haltestelle. Darüber hinaus sollten die neu entstandenen Bürogebäude im südlichen Teil des Areals verkehrstechnisch integriert werden.

Im Gegensatz zum Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße-Nord“ fehlt ein Branchenführer in der Zufahrt. Es sind lediglich vereinzelte Wegweiser zu den Firmen vorhanden.

Stellenweise ist der Straßenbelag des Gewerbegebietes sanierungsbedürftig. Dies gilt insbesondere für den Bereich der östlichen Zufahrt.

4.3 Gewerbegebiet „Süd“ (An den Mühlwiesen)

Das Gewerbegebiet Süd „An den Mühlwiesen“ liegt im südlichen Stadtgebiet an der Ausfallstraße Richtung Oberkotzau. Es ist im Wesentlichen durch großflächige Einzelhandelsbetriebe belegt. Darüber hinaus finden sich auch ein Logistik-Anbieter, Kfz-Gewerbe und diverse Dienstleister. Die verfügbare Fläche für Neuansiedlungen ist mit ca. 1,2 ha klein. Sie eignet sich insbesondere zur Ansiedlung von Kfz-Gewerbe und – in Anlehnung an die bestehenden Einzelhandelsbetriebe – für die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels.

Verkehrlich ist das Gewerbegebiet primär über die B 15 (Entfernung ca. 500 m) und die Hofer Straße erreichbar. Die Entfernung zur A 93 (Anschlussstelle Hof-Süd) beträgt allerdings bereits ca. 10 km. Diese Standortvoraussetzungen begrenzen die Vermarktungschancen. Sie liegen nur im lokalen bis regionalen Bereich.

Positiv sind in dem modernen Gewerbegebiet die großzügige Straßenbreite, der neue Fahrbahnbelag und ausreichende Stellplatzkapazitäten anzuführen. Zudem ist ein ÖPNV-Anschluss vorhanden. Leider fehlt in der Einfahrt zum Gewerbegebiet ein Branchenführer.

Ansatzpunkte zur Verbesserung der Situation liegen auch in einer optimierten Pflege der noch vorhandenen Freiflächen. Gegenwärtig sind sie z. T. verkrautet oder verbuscht.

4.4 Gewerbe- und Industriegebiet Autozulieferpark „Pole-Position“

Der Autozulieferpark „Pole-Position“ liegt im Nordosten des Stadtgebietes, teilweise auf dem Gebiet der Nachbarkommune Gattendorf. Die Belegung ist durch das Automobiltechnikum, einen Automobilzulieferbetrieb und einen Logistiker geprägt. Zur weiteren Ansiedlung eignen sich dementsprechend besonders Betriebe der Automobilzuliefer- und Logistikbranche. Das Gelände weist eine leichte Neigung auf und ist z. T. terrassiert, eignet sich aber grundsätzlich gut für die Ansiedlung größerer Betriebe.

Das recht neue Gewerbe- und Industriegebiet ist verkehrsgünstig gelegen und insbesondere von der Autobahn A 93 (Anschlussstelle Hof-Ost) bereits nach 2 km zu erreichen (ohne Ortsdurchfahrten). In den Einfahrten sind Abbiegespuren vorhanden. Das Straßennetz ist gut ausgebaut und weist eine ausreichende Breite auf. Parkmöglichkeiten und Gehwege sind vorhanden. Es fehlt allerdings ein ÖPNV-Anschluss.

Als Defizit erweist sich die fehlende Beschilderung von der Autobahnabfahrt Hof-Ost. Innerörtlich erfolgt allerdings eine durchgehende Wegweisung zum Autozulieferpark. Im Weiteren wäre die Installation eines Branchenführers an der Einfahrt zum Gewerbegebiet sinnvoll.

4.5 Exemplarische optische Hinweise zur Gestaltung der Gewerbe- und Industriegebiete

Eine kurze Fotodokumentation soll dazu dienen, die verbalen Ausführungen der vorherigen Kapitel exemplarisch zu illustrieren.

Der erste Eindruck von Gewerbegebieten wird durch die Anfahrt geprägt. In größeren Städten wie Hof ist es hierbei sinnvoll die Gewerbegebiete durchgehend auszuschildern. Die Hinweise sollten einheitlich gestaltet und ausreichend groß sein, um den Kraftfahrern eine schnelle Orientierung zu erleichtern. Unterschiedliche Bezeichnungen desselben Gewerbegebietes oder die Verwendung verschiedener Schriftarten sind im Interesse des Wiedererkennungseffektes zu vermeiden.



Foto 1: Vorbildlicher Wegweiser, aber unterschiedliche Benennung der Gewerbegebiete Kulmbacher Straße Nord und Süd



Foto 2: Autobahnabfahrt Hof-Ost ohne Hinweis auf den Autozulieferpark „Pole Position“

Um einen ersten Überblick über die Lage der Gewerbe- und Industriegebiete zu gewährleisten sollten an den überregionalen Verkehrsachsen und Autobahnanschlussstellen Übersichtspläne installiert werden. Darüber hinaus ist es empfehlenswert die Anfahrbarkeit der Gewerbegebiete durch Ausweisung separater Abbiegespuren und, falls nötig, durch Ampelregelungen in den entsprechenden Kreuzungsbereichen zu verbessern.



Foto 3: Separate Abbiegespuren und beampelte Übergangsmöglichkeiten zwischen den Gewerbegebieten Kulmbacher Straße Nord und Süd



Foto 4: Unbeschrifteter Branchenführer im Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße Nord“

Handelt es sich um ein größeres oder relativ unübersichtliches Gewerbegebiet, sollten an den Hauptzufahrten Verzeichnisse der etablierten Firmen angebracht sein. Selbstverständlich müssten im unmittelbaren Anschluss Haltebuchten auch für Lkws ausgewiesen sein. Im Interesse der werblichen Darstellung ist es auch an Zufahrten zu kleineren Gewerbegebieten sinnvoll einen Willkommensgruß mit dem Namen des Areals, ggf. auch mit Angaben zu den noch verfügbaren Flächen, zu installieren. Grundsätzlich ist bei allen Hinweisschildern zu Gewerbegebieten eine Gestaltung im Corporate Design anzustreben.



Foto 5: (Firmen-)Wegweisung innerhalb des Gewerbegebietes „Kulmbacher Straße-Süd“



Foto 6: „Schilderwald“ an einer der Zufahrten zum Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße Nord“

Einen unprofessionellen Eindruck vermitteln heterogene Hinweisschilder auf Firmen oder gar unübersichtliche „Schilderwälder“ in den Zufahrts- und Kreuzungsbereichen der Gewerbegebiete.

Fußgängern sollte ein gefahrloser Zugang zu den Gewerbegebieten und eine gefahrungsfreie und komfortable Fortbewegung innerhalb der Areale, v. a. von und zu den

Bushaltestellen gewährt werden. In diesem Zusammenhang sollten die Gehwege aus funktionalen und optischen Gründen in einem guten Pflegezustand gehalten werden.



Foto 7: ÖPNV-Haltestelle ohne Gehweganbindung im Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße Süd“



Foto 8: Freifläche mit „wildem“ Baumbewuchs im Gewerbegebiet Süd „An den Mühlwiesen“

Insgesamt wird das Image von Gewerbegebieten auch durch ein gepflegtes **Erscheinungsbild** der Grundstücke und des öffentlichen Straßenraums geprägt. Ein ungeplanter Bewuchs der Freiflächen beeinträchtigt die Einsehbarkeit der Areale und damit die qualitätsvolle Präsentation. Grünpflegemaßnahmen sind regelmäßig erforderlich.



Foto 9: Sanierungsbedürftiger Fahrbahnbelag im Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße Nord“



Foto 10: Mangelnde Grünpflege und unattraktive Grundstückbegrenzung im Gewerbegebiet „Kulmbacher Straße Nord“

Die zeitgemäße **Gestaltung des Straßenraumes** trägt dazu bei, die Attraktivität von Gewerbegebieten zu erhöhen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang der Fahrbahnbelag, ein befestigtes Bankett oder zumindestens die Begrenzung des Straßenrandes durch Farblinien. Zur reibungslosen Abwicklung des Wirtschaftsverkehrs ist zudem auf eine angemessene Straßenbreite und auf ausreichende Parkierungsmöglichkeiten zu achten.

V Stärken-Schwächen-Profil des Wirtschaftsstandortes

1. Stärken des Wirtschaftsstandortes

Auf Basis der durchgeführten Bestandsanalysen, Expertenbefragungen und Fachgespräche sind folgende Eigenschaften des Wirtschaftsstandortes Hof als besondere Stärken hervorzuheben:

- Hof weist eine gute Verkehrslage auf. Bedingt durch die Lage an den Autobahnen A 9, A 72 und A 93 sind Absatzgebiete in Bayern, Deutschland, Tschechien und Europa gut zu erreichen. Dies ist vor allem ein Standortvorteil für logistische und überregional ausgerichtete Unternehmen.
- Hof weist eine hohe Versorgungszentralität auf. Insbesondere der innerstädtische Einzelhandel erschließt ein weit gespanntes Einzugsgebiet, in dem ca. 200.000 Menschen leben. Auch das örtliche Handwerk findet in diesem Verflechtungsbereich ein vergleichsweise breites Absatzgebiet.
- Die Wirtschaftsstruktur Hofes ist vom tertiären Sektor geprägt (Dienstleister, Einzelhandel). Seit 1995 steigt die Zahl der im Dienstleistungsbereich Beschäftigten kontinuierlich an. Demgegenüber dominiert in der Region (Landkreise Hof und Wunsiedel) das produzierende Gewerbe. Erfolg versprechende Ansatzpunkte für eine positive Weiterentwicklung der Wirtschaft bestehen durch mehrere Kompetenzfelder bzw. Branchen-Cluster. Als wichtigste sind der Einzelhandel, die Logistik, das Nahrungsmittelgewerbe, die innovative Textilbranche, die Automobilzulieferung, der Maschinenbau, die angewandte Umwelttechnik, neue Werkstoffe, Kunststofftechnik, soziale Dienste und unternehmensnahe Dienstleistungen hervorzuheben.
- Hof ist der mit Abstand wichtigste Arbeitsort in der Region, mit einem beachtlichen Einpendlerüberschuss.
- Die Zahl der Unternehmensinsolvenzen ist in Hof seit 2002 kontinuierlich zurückgegangen. Betriebe, die die schwierige wirtschaftliche Situation der letzten Jahre meistern konnten, sind als besonders leistungsfähig einzustufen.

- Das Gewerbesaldo Hofs, aber auch der Landkreise Hof und Wunsiedel ist seit 2003 durchweg positiv. Dies hängt auch damit zusammen, dass Hochfranken als dynamische Gründerregion einzustufen ist.
- Hof verfügt über ein gutes Angebot an wirtschaftsnaher Infrastruktur. Hierzu gehören zahlreiche Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, die Fachhochschule sowie das IHK-Bildungszentrum und das Berufsbildungs- und Technologiezentrum. Zu erwähnen ist auch das Innovations- und Gründerzentrum, die Wirtschaftsförderung sowie das Automobiltechnikum.
- In Hof sind mehrere qualitätsvolle Gewerbe- und Industriegebiete vorhanden, die prinzipiell alle Zielgruppen, vom Handwerksbetrieb bis zum Logistik- oder Hochtechnologieunternehmen bedienen können. Die Gewerbegebiete sind preislich konkurrenzfähig.
- Hof verfügt über attraktive weiche Standortfaktoren. Hervorzuheben ist das 3-Sparten-Theater, das Symphonie-Orchester mit der daran angeschlossenen Musikschule sowie der Stadtpark Theresienstein. Zu einem Treffpunkt der deutschen Filmszene haben sich die Hofer Filmtage entwickelt.
- Miet- und Lebenshaltungskosten sind in Hof relativ niedrig.
- Hof besitzt durch die Lage zwischen den Fremdenverkehrsregionen Fichtelgebirge und Frankenwald, seine Ensembles der Biedermeier- und Jugendstilarchitektur sowie das Theater und Symphonie-Orchester über ausbaufähige touristische Potenziale.

2. Schwächen des Wirtschaftsstandortes

Als Ergebnis der durchgeführten Bestandsanalysen, der Expertenbefragungen und Fachgespräche sind folgende Eigenschaften des Wirtschaftsstandortes Hof als besondere Schwächen hervorzuheben:

- Durch eine hohe Zahl von Insolvenzen zwischen dem Ende der 90er Jahre und dem Anfang des Jahrtausends sowie die Abwanderung von Betrieben ist die Arbeitslosenquote Hof's mit 15 % im regionalen, bayerischen und nationalen Vergleich relativ hoch. Mit einem Anteilswert von knapp 40 % gibt es zudem vergleichsweise viele Langzeitarbeitslose. Bedingt durch die wirtschaftliche Unsicherheit sind qualifizierte Fachkräfte mit ihren Familien abgewandert; die Geburtenquote ist eine der niedrigsten im Bundesgebiet.
- Die Wirtschaftsstruktur wird in Hof überwiegend durch klein- und mittelständische Betriebe geprägt. Nur ein einziger Betrieb weist mehr als 1.000 Beschäftigte auf. Sechs der zehn beschäftigungsstärksten Unternehmen sind dem Dienstleistungssektor zuzuordnen (insbes. Finanzdienstleister, Call-Center, Zeitungsverlag). Bedingt durch diese Betriebsstruktur liegt die Exportquote der Hofer Unternehmen mit knapp 30 %¹ deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts von etwa 40 %. D. h. Hofer Unternehmen sind in vergleichsweise starkem Maße von der Binnennachfrage abhängig.
- Der Bruttowertschöpfungsanteil des produzierenden Gewerbes liegt in Hof niedriger als sein Anteil an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten.
- Als Folge des prognostizierten Einwohnerrückgangs in Hof und der Region wird die Nachfrage nach Konsumgütern und Dienstleistungen mittel- bis langfristig zurückgehen. Dies kann bei kleinen und mittleren Unternehmen mit überwiegender Orientierung auf den regionalen Absatzmarkt zu Engpässen führen.
- Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte liegt im Regionalvergleich niedrig (Hof 15.546 €/EW – Bayern 17.501 €/EW). Dies beeinflusst die regionale Nachfrage nach Wirtschaftsleistungen negativ.
- Die Wirtschaftsförderung Hof's ist zwar auf einer projektbezogenen Arbeitsebene mit den Wirtschaftsförderungseinrichtungen der Region vernetzt, durch die vorhandenen administrativen Zuständigkeiten wird die Förderung von regionalen Branchen-Clustern aber erschwert. Das Kuratorium HochFranken verfügt weder

¹ Berechnung der IHK Oberfranken, Bereich Standortpolitik / Wirtschaftsbeobachtung.

über die personellen noch die finanziellen Mittel, um die Wirtschaftsregion im erforderlichen Umfang zu vermarkten.

- Die neuen Bundesländer sind im Vergleich mit der Region Hof förderpolitisch im Vorteil. Das Fördergefälle beträgt etwa 20 %. In Zukunft ist davon auszugehen, dass auch die Beitrittsländer der EU-Osterweiterung in stärkerem Maße gefördert werden als Nordbayern. Dadurch wird die Ansiedlungsakquisition von Betrieben in Hof oder der Region evtl. erschwert.
- Die Forschungspotenziale und das Know How der Fachhochschule werden noch zuwenig durch die Hofer Wirtschaft in Wert gesetzt.
- Hof wird touristisch zu wenig vermarktet, so dass die Besucherpotenziale aus den Fremdenverkehrsregionen Fichtelgebirge und Frankenwald noch nicht in ausreichendem Maße für die Stadt aktiviert werden konnten.
- Durch Prozesse des demografischen Wandels und die selektive Abwanderung junger, gut ausgebildeter Menschen in die Ballungszentren Deutschlands droht in Hof und Hochfranken in den kommenden 10 – 20 Jahren ein Fachkräfte- und Nachwuchsmangel. In diesem Zusammenhang besteht die Herausforderung auch in der Integration vieler junger Menschen mit Migrationshintergrund in den Arbeitsprozess.

3. Chancen und Risiken des Wirtschaftsstandortes

Aus den Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandortes Hof, den Angaben der Experten und den absehbaren volkswirtschaftlichen und demografischen Tendenzen, sind Chancen und Risiken für die künftige wirtschaftliche Entwicklung der Stadt abzuleiten. Sie sind in Tabelle 22 überblicksartig zusammengefasst.

Tabelle 22: Chancen-Risiken-Portfolio des Wirtschaftsstandortes Hof

Chancen	Risiken
Lage / verkehrliche Erreichbarkeit	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nähe zu drei Autobahnen senken Logistikkosten für das überregional- und exportorientierte Gewerbe ▪ Nähe zu Osteuropa (insb. Tschechien) als mittelfristig potenziellem Absatzmarkt ▪ Nähe zu Forschungseinrichtungen (FH, Automobiltechnikum, KEKUTEX) schafft gute Voraussetzungen für F&E und Technologietransfer ▪ geplanter Ausbau des Regionalflughafens Hof-Plauen ergänzt im Bereich Luftfracht das vorhandene Logistik-Portfolio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nähe Osteuropas als Konkurrenzstandort, v. a. im Transport- und Baugewerbe und in der Massengüterindustrie
Wirtschaftsstruktur und -entwicklung	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ breiter Branchenmix / keine einseitigen Abhängigkeiten von Großbetrieben ▪ leistungsstarke, moderne Industriebetriebe ▪ Wachstumskerne, insb. Logistik, Nahrungsmittelgewerbe, Spezialtextilien, Automobilzulieferung, Maschinenbau, angewandte Umwelttechnik, neue Werkstoffe, Kunststofftechnik, soziale Dienste und Call-Center / Back-Offices. Besondere Profilierungsmöglichkeiten im Sektor angewandte Umwelttechnik / Wassertechnik ▪ wachsende arbeitsmarktpolitische Bedeutung neu gegründeter Kleinunternehmen nach der betrieblichen Anlaufphase ▪ verbesserte Chancen für die Ansiedlungspolitik durch abnehmendes Fördergefälle zu den neuen Bundesländern ▪ weitgehend stabiler und leistungsfähiger Einzelhandel mit hohem Stammkundenpotenzial in der Region 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Großbetriebe als akquisitorische „Leuchttürme“ mit starker Exportorientierung vorhanden ▪ geringe Exportorientierung resultiert in Abhängigkeit von der Binnenkonjunktur und -nachfrage ▪ Behinderung der Cluster-Entwicklung durch administrative Zuständigkeit der Wirtschaftsförderungen ▪ Kuratorium HochFranken personell und finanziell nicht in der Lage, die Wirtschaftsregion im erforderlichen Umfang zu vermarkten ▪ Gefahr der Abschmelzung innerstädtischer Kundenmagnetbetriebe im Einzelhandel, mit negativen Auswirkungen auf die Kundenfrequenz

Chancen	Risiken
Wirtschaftsstruktur und -entwicklung (Fortsetzung)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möglichkeiten zur Ausweitung des touristischen Besucher- und Übernachtungsaufkommens durch Lage zwischen den Fremdenverkehrsregionen Fichtelgebirge und Frankwald und die kulturellen Highlights Theater, Symphonie-Orchester und Stadtpark Theresienstein 	
Gewerbeflächen	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewerbeflächen für praktisch alle Zielgruppen der Standortakquisition vorhanden ▪ attraktive Gewerbegebiete in guten Lagen und mit zusammenhängend verfügbaren Flächen in verschiedenen Größen ▪ relativ niedrige Gewerbeflächenpreise im überregionalen Vergleich ▪ spezielle Fördermöglichkeiten für die Ansiedlung von Betrieben im interkommunalen Autozulieferpark „Pole Position“ ▪ Ausweitung und Weiterentwicklung des Container-Terminals möglich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein regionales Gewerbeflächenmanagement vorhanden ▪ kein exklusives Nutzungs- und Vermarktungsrecht der Stadt Hof im Autozulieferpark „Pole Position“
Arbeitsmarkt und Ausbildung	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Förderung des Technologietransfers durch die FH und andere Forschungseinrichtungen ▪ vergleichsweise niedrige Lohnkosten ▪ qualifizierte Aus- und Weiterbildungseinrichtungen mit breitem Angebotsspektrum ▪ Ansätze der Zusammenarbeit zwischen schulischen Einrichtungen und der Wirtschaft (Arbeitskreis Schule-Wirtschaft) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachkräftebedarf der Unternehmen mittel- bis langfristig nicht gedeckt ▪ zu wenig Transparenz der Berufchancen in Hofer Unternehmen ▪ schwierige Akquisition von Führungskräften durch Negativimage des Standortes (Bayerisch Sibirien, Grenzlage etc.) ▪ Verlagerung von Ausbildungssparten (z. B. Lackierer) beeinträchtigt Möglichkeiten der Bindung von Jugendlichen an den Wirtschaftsstandort ▪ schwierige Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in den Arbeitsprozess

Chancen	Risiken
Wirtschaftsförderung, Politik und Verwaltung	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bestandspflege durch die lokale Wirtschaftsförderung ▪ projektbezogene Kooperation der Wirtschaftsförderung in Hof mit den Landkreisen Hof und Wunsiedel ▪ Ansatz zur regionalen Vermarktung des Wirtschaftsraumes durch das Kuratorium HochFranken ▪ Innovations- und Gründerzentrum ▪ Lage im Bayerischen Höchstfördergebiet ▪ regionale Ansätze zur gemeinsamen Vermarktung von Gewerbegebieten im Autozulieferpark „Pole Position“ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Status der Wirtschaftsförderung als „freiwillige Aufgabe der Stadt Hof und der Landkreise Hof und Wunsiedel“, mit der Gefahr sinkender Budgets und Personalstärken ▪ Administrative Zuständigkeiten der Wirtschaftsförderungen in der Region: keine gemeinsame Wirtschaftsdatenbank, administrative Zuständigkeiten erschweren Unterstützung regionaler Branchen-Cluster ▪ geringe Mitgliederzahl und Finanzausstattung des Stadtmarketingvereins / fehlende strategische Ausrichtung des Stadtmarketing ▪ bürokratische Hemmnisse für die Wirtschaft durch Fehlen einer one-stop-agency
Bevölkerungsstruktur und -entwicklung	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohes Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet Hof's bietet konsumnahen Dienstleistungen und Handwerk gute Absatzmöglichkeiten ▪ Zunahme alter Menschen, mit vergleichsweise hoher Kaufkraft setzt positive Impulse bei Altenbetreuung und -pflege, Wellness, Einzelhandel und Handwerk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sinkende Einwohnerzahlen in Hof und der Region gefährden die Auslastung infrastruktureller Einrichtungen ▪ sinkende Einwohnerzahlen verringern die Absatzmöglichkeiten für lokal und regional ausgerichtete Unternehmen ▪ Veränderung der ethnischen Zusammensetzung der Bevölkerung schafft in der Wirtschaft Integrationsprobleme
Infrastruktur und weiche Standortfaktoren	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ touristische Potenziale durch Kultureinrichtungen (Theater, Symphonie-Orchester), Freizeitangebote (Stadtpark Theresienstein, Untreusee, Golfplatz) und die Lage zwischen den Fremdenverkehrsregionen Fichtelgebirge und Frankenwald ▪ attraktiver Einkaufsort durch viele leistungsfähige Fachhandelsbetriebe, vor allem im Textil- und Modebereich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persistenz des Hofer Image als Bayerisch-Sibirien und Grenzlandort ▪ mögliche Ausweitung des Fördergefälles zu den osteuropäischen Beitrittsländern der EU ▪ teilweise Kirchturm- und Konkurrenzdenken statt kooperativem Handeln im Verhältnis zwischen Hof und den Landkreisen Hof und Wunsiedel

Chancen	Risiken
Infrastruktur und weiche Standortfaktoren (Fortsetzung)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alleinstellungsmerkmal „Hofer Filmtage“ / hoher nationaler Bekanntheitsgrad Hofs durch die Veranstaltung ▪ Profilierung des Wohnstandortes durch günstige Mietpreise, gute soziale Infrastruktur und attraktives Stadtbild ▪ hohes Naherholungspotenzial des Saaletales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hoher Wohnungsleerstand in der Innenstadt beeinträchtigt die Attraktivität des Standortes für Gewerbetreibende
Quelle: GMA-Zusammenstellung	

VI Wirtschaftsförderungsstrategie, wirtschaftspolitisches Leitbild und Handlungskonzept

Als konzeptionelle Schlussfolgerungen aus der Wirtschaftsstrukturanalyse, der Gewerbeflächenbedarfsanalyse und dem abgeleiteten Chancen-Risiko-Portfolio sind folgende Erfolg versprechende Ansatzpunkte für die Wirtschaftsförderung in Hof zu definieren:

- Weiterverfolgung der intensiven Bestandspflege ansässiger Unternehmen, insbesondere von Betrieben der Branchen-Cluster
- selektive Ansiedlungsakquisition von Unternehmen, insbesondere aus dem Umfeld der definierten Branchen-Cluster
- aktive Förderung von Existenzgründungen, zur Stabilisierung der hohen Gründungsquoten
- weitere Verbesserung der infrastrukturellen Rahmenbedingungen, insbesondere im Bereich Logistik / stärkere Inwertsetzung der vorhandenen Forschungs- und Entwicklungspotenziale für die Unternehmen.

Die Hauptaufgabe der lokalen Wirtschaftsförderung besteht hierbei aus gutachterlicher Sicht in der Bestandsentwicklung vorhandener Betriebe, mit dem Ziel, sie weiterhin an den Standort Hof zu binden. Weitere Kernaufgaben liegen in der aktiven Förderung von Gründungen und Jungunternehmern. Im Interesse einer klaren Prioritätensetzung sind aus Sicht des Gutachters die zeitlichen und finanziellen Aufwendungen der lokalen Wirtschaftsfördereinrichtungen etwa im Verhältnis 70 % (Bestandsentwicklung): 30 % (Gründungs- und Innovationsförderung) aufzuteilen.

1. Bestandspflege / Bestandsentwicklung

Die Analyse der Wirtschaftsstruktur in Hof hat deutlich gemacht, dass überwiegend kleine und mittlere Unternehmen die ökonomische Basis der Stadt bilden. Diese Ausgangssituation erfordert seitens der Wirtschaftsförderung eine Schwerpunktsetzung auf die fachliche Betreuung dieses Unternehmenstypus. Im Interesse einer Vermittlung von Kooperations-

partnern im Anfangsstadium der Betriebe ist hierbei das vernetzte Zusammenwirken der Wirtschaftsförderungseinrichtungen in der Region, insbesondere in den Landkreisen Hof und Wunsiedel notwendig. Nur wenn hier eine institutionalisierte Form der Zusammenarbeit gefunden wird, kann ein hohes Niveau der Bestandsentwicklung gesichert werden. Notwendig sind regelmäßige Treffen der Wirtschaftsförderer, um gemeinsame Aktivitäten und thematische Angebotsschwerpunkte für die Wirtschaft abzusprechen und standortrelevante Informationen auszutauschen. Eine Schlüsselrolle kommt auch der Zusammenlegung verschiedener Wirtschaftsdatenbanken zu.

Als Aufgabenspektrum der lokalen Wirtschaftsförderung in Hof sind im Themenbereich Bestandspflege und -entwicklung folgende Aspekte zu definieren:

- Begleitung von Genehmigungsverfahren / Funktion als one-stop-Agency
- Information über Förderprogramme / Mithilfe bei Kreditanträgen und Unterstützung von Fördermittelanträgen
- aktive Informationspolitik und Propagierung mittelstandsgerechter Lose bei öffentlichen Ausschreibungen
- Organisation von Unternehmer-Events, Unternehmensstammtischen oder anderen Gelegenheiten zum Informationsaustausch der Wirtschaftstreibenden
- Vermittlung von unternehmensnahen Dienstleistern, Beratungsunternehmen oder Zulieferern für die Unternehmen
- Vermittlung von Kooperationspartnern und Mithilfe beim Aufbau von Unternehmensnetzwerken und Wirtschaftskreisläufen
- Aufbau und Pflege eines Kreises von Unternehmenspaten und Senior-Beratern¹
- Aufbau und Pflege eines digitalisierten, im Internet zugänglichen Gewerbeflächenkatasters, inkl. Informationen über Altstandorte, Privatflächen und freie Gewerbeobjekte
- gemeinsame Planung einer nachfrageorientierten Aus- und Weiterbildungsstrategie, zusammen mit der Agentur für Arbeit, der FH sowie weiteren Aus- und Weiterbildungseinrichtungen.

¹ Z. B. in Zusammenarbeit mit der Bundesarbeitsgemeinschaft Alt hilft Jung e.V.

Um die zukünftigen wettbewerblichen, demografischen und ökonomischen Herausforderungen erfolgreich bewältigen zu können, kommt auch der Entwicklung von Strategien zur Stabilisierung der Bevölkerung und zur Sicherung des Fachkräftebedarfs eine besondere Bedeutung zu.

Eine wirkungsvolle Unterstützung muss die Wirtschaftsförderung vor allem den Unternehmen aus den Branchen-Clustern zuteil werden lassen. Die Aufgabe besteht hier darin, die vorhandene unternehmerische Basis um die vorhandenen Kristallisationskerne herum zu erweitern. Dies kann u. a. durch branchenbezogene Gesprächskreise und eine positive Berichterstattung über die Cluster in den Medien gelingen. Selbstverständlich ist im Zusammenhang mit dem Ausbau von Clustern auch eine enge regionale Zusammenarbeit unverzichtbar, weil sich die Cluster zum großen Teil nicht lokal, sondern regional definieren.

2. Gründungs- und Innovationsförderung

Die Unterstützung von Existenzgründerinnen und -gründern durch die lokale Wirtschaftsförderung dient in erster Linie dem Ziel einer innovativen Weiterentwicklung der Wirtschaftsstruktur. Durch die Fachhochschule, aber auch die relative Nähe zum Hochschulstandort Bayreuth, sind in der Wirtschaftsregion prinzipiell gute Möglichkeiten zur Akquisition von Gründerinnen und Gründern aus dem akademischen Bereich gegeben. Dieser Vorteil sollte durch eine aktive Vermittlung des Gründungsgedankens und des hohen Stellenwertes einer selbständigen Tätigkeit bei den Studierenden genutzt werden. Die Förderung von Existenzgründungen ist für die Stadt Hof auch deshalb bedeutsam, weil junge Unternehmen beachtliche arbeitsmarktpolitische Effekte erzielen können. Existenzgründungen lösen langfristig nicht nur positive direkte Beschäftigungswirkungen aus, sondern tragen auch wesentlich zur Steigerung der Wertschöpfung und Modernisierung der Wirtschaftsstruktur bei.

Das Spektrum der Gründungs- und Innovationsförderung durch die lokale Wirtschaftsförderung basiert auf einem abgestimmten Bündel von Maßnahmen und Angeboten. Als wichtigste Elemente sind hervorzuheben:

-
- Zusammenstellung eines Leitfadens für Existenzgründer, in dem neben Hinweisen zur „richtigen Reihenfolge“ der Gründungsvorbereitung auch Angaben zu zentralen Ämtern und Behörden, Dienstleistern, Finanzierungsinstitutionen und Kammern (unter Benennung konkreter Ansprechpartner und Telefonnummern) enthalten sind¹
 - persönliche Hilfestellungen auf dem behördlichen Weg zur Existenzgründung (Betreuung und ggf. aktive Unterstützung bei Behörden)
 - Durchführung von Sprechstunden und Organisation von Vorträgen für Existenzgründer, in Zusammenarbeit mit der IHK, der Handwerkskammer, der Agentur für Arbeit und anderen Partnern
 - Unterstützung bei der Vermittlung preisgünstiger Flächen bzw. Gewerbeobjekte
 - Vermittlung von Senior-Experten²
 - Vorstellung des Wirtschaftsstandortes Hof bei gründungsinteressierten Studierenden an der Fachhochschule in Hof, an der Universität Bayreuth sowie in anderen Hochschuleinrichtungen
 - Zusammenstellung von Ansprechpartnern an den Hochschulen, die für technologierelevante Fragestellungen und Vermittlung von Studien- bzw. Diplomarbeiten und Absolventen von Praxissemestern zuständig sind
 - Auslobung eines Preises für innovative Jungunternehmen
 - Profilierung des Innovations- und Gründerzentrums (IGZ) durch Neufestlegung von Mieterzielgruppen, die Thematisierung der Immobilie und die Schaffung günstiger Raumzuschnitte
 - Betreuung von Artikelserien in regionalen Zeitungen über junge und innovative Unternehmen in der Hofer Region
 - Kontaktvermittlung zu Venture-Capital-Firmen
 - Beratung von Unternehmen zur Frage der Vermarktung neuer Produkte
 - Initiierung von Unternehmergesprächskreisen zum Austausch über neue Verfahrenstechniken, Geschäftsprozesse, Ideen- und Kreativitätsmanagement und Vermarktung neuer Produkte, speziell für kleine Unternehmen

¹ Hierbei kann selbstverständlich auf bereits vorhandenen Materialien, z. B. der IHK Oberfranken, aufgebaut werden.

² Senior-Experten (z. B. von den Vereinen Alt hilft Jung e.V., Senioren helfen jungen Unternehmen e. V.) sind Unternehmerpersönlichkeiten, die bereits aus dem aktiven Berufsleben ausgeschieden sind und ihre Erfahrungen an junge Unternehmer weitergeben, ohne dass dabei die üblicherweise hohen Kosten einer Unternehmensberatung anfallen.

- Einrichtung und Betreuung von Internet-Chat-Foren für Existenzgründer und junge Unternehmen.

3. Vermarktung der Wirtschaftsregion (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel) durch eine regionale Wirtschaftsförderung

In der Analyse der Wirtschaftsstruktur, im Chancen-Risiken-Portfolio aber auch in zahlreichen Expertengesprächen konnten Branchen-Cluster identifiziert werden, die als ökonomische Wachstumskerne der Region Hof / Wunsiedel fungieren können. Während der Einzelhandel, die sozialen Dienste und unternehmensnahe Dienstleistungen einen relativen Konzentrationsgrad im Oberzentrum aufweisen, sind Betriebe aus den Bereichen Logistik, Nahrungsmittelgewerbe, innovative Textilbranche, Automobilzulieferung, Maschinenbau, Kunststofftechnik und angewandte Umwelttechnik in der gesamten Region (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel) verbreitet. Einer gezielten Förderung der Cluster stehen in diesem Zusammenhang die administrativen Zuständigkeiten der einzelnen Wirtschaftsförderungseinrichtungen entgegen. Als hinderlich erweisen sich auch die bislang nicht vernetzten Wirtschaftsstandort- und -strukturdatenbanken der einzelnen Wirtschaftsförderungseinrichtungen.

Offiziell für die Vermarktung Hochfrankens als Wirtschaftsregion zuständig ist das Kuratorium HochFranken. Es hat seinen Sitz in Hof und arbeitet projektbezogen mit den Wirtschaftsförderern der Stadt und der beiden Landkreise zusammen. Allerdings ist sowohl die personelle als auch die finanzielle Ausstattung des Kuratoriums nicht ausreichend, um im erforderlichen Maße Vermarktungsaktivitäten zu starten. In Zukunft wird sich hierbei insbesondere die personelle Situation evtl. noch stärker zum Engpassfaktor entwickeln. Die Geschäftsführung wird von einem Hochschullehrer wahrgenommen, der neben seiner Arbeit im Kuratorium auch seinen Arbeitsverpflichtungen an der FH nachkommen muss. Die wünschenswerte Stärkung kooperativer Wirtschaftsförderungsstrukturen und die Intensivierung der Vermarktung der Region scheint vor dem beschriebenen Hintergrund nur schwer zu erreichen.

Aus gutachterlicher Sicht ist aber die regionale Bündelung, Steuerung und strategische Ausrichtung der regionalen Wirtschaftsförderungsaktivitäten mit Bezug auf den Ausbau

der vorhandenen Wachstumskerne und die Standortvermarktung zwingend erforderlich. Deshalb wird die Einrichtung einer regionalen Wirtschaftsförderung vorgeschlagen.

Durch eine Lenkungsgruppe aus Vertretern der Stadt Hof sowie der Landkreise Hof und Wunsiedel, evtl. ergänzt durch die IHK, die HWK und Wirtschaftsfördervereine, sollten die wesentlichen Aufgaben dieser regionalen Wirtschaftsförderung – auch im Verhältnis zu den lokalen Wirtschaftsförderungen – definiert werden. Wichtigste Aufgaben sind voraussichtlich die Vermarktung der Wirtschaftsregion (Innen- und Außenmarketing), die Organisation eines Gewerbeflächenmanagements, die Begleitung und Unterstützung größerer Investitionsvorhaben im Sinne einer one-stop-agency, die Kontaktpflege zu anderen Wirtschaftsförderungseinrichtungen in Deutschland und ein regelmäßiges Monitoring der regionalökonomischen Entwicklung.

4. Wirtschaftspolitisches Leitbild

Die Untersuchungen zur Wirtschaftsstruktur und zur Standortqualität von Hof haben eine Vielzahl von Einzelerkenntnissen erbracht, die im Interesse der Bündelung und Formulierung klarer strategischer Entwicklungsziele nachfolgend in einem Leitbild zusammengeführt werden. Es soll die Grundlage für das künftige wirtschaftspolitische und wirtschaftsfördernde Handeln in der Stadt bilden und bezieht dabei – im Hinblick auf die empfohlene Einrichtung einer regionalen Wirtschaftsförderung – in Teilbereichen die Landkreise Hof und Wunsiedel mit ein.

Das Leitbild versteht sich als Richtungspapier, das Erfolg versprechende Zielsetzungen und strategische Maßnahmen in kurzer textlicher Form zusammenfasst. Es setzt dabei in erster Linie auf eine freiwillige Verpflichtung der öffentlichen Träger zur angemessenen Berücksichtigung der Belange von Wirtschaftstreibenden.

Das nachfolgend dargestellte wirtschaftspolitische Leitbild für Hof wurde im Rahmen von drei mehrstündigen projektbegleitenden Arbeitskreises mit 22 ausgewählten Vertretern aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung sowie sonstigen relevanten Institutionen erarbeitet. An dem intensiven Diskussions- und Abstimmungsprozess beteiligten sich folgende Persönlichkeiten.

- Herr Günter Brecheis, Kreishandwerkerschaft Hof
- Herr Michael Buchberger, Kreis- und Stadtparkasse Hof
- Herr Michael Bursian, Wirtschaftsbeirat Hof
- Herr Dieter Darkow, IHG Hof als Vertreter der IHK Oberfranken
- Herr Joachim Dumann, Stadtrat Hof
- Herr Dr. Harald Fichtner, Oberbürgermeister Stadt Hof
- Frau Beate Franck, Hofer Anzeiger
- Herr Reinhard Giegold, Mittelstandsunion Hof
- Frau Claudia Graichen-Freundel, Voigtländer GmbH, Stadträtin Hof
- Herr Leo Hermann, Stadtrat Hof
- Herr Dieter Huber, BWF
- Herr Jürgen Knieling, Stadtrat Hof
- Herr Franz Pischel, berufsmäßiger Stadtrat Hof, UB IV
- Herr Prof. Joachim Riedl, Fachhochschule Hof
- Herr Ernst-Dieter Rochon, Einzelhandelsverband / Fa. Putensen
- Herr Bernd Schütze, Hausverwaltung Viessmann
- Herr Klaus Schulz, Stadtplaner
- Herr Roman Spitznagel, Stadtrat Hof
- Herr Davor Tepež, Stadtentwicklung Hof
- Herr Klaus-Jochen Weidner, FB 100 Stadt Hof
- Herr Ulrich Zapf, H.N. Zapf KG Hof, Wirtschaftsjuvenoren Hof
- Herr Karlo v. Zimmermann, Diakonie Hochfranken

Den genannten Persönlichkeiten gebührt großer Dank für ihr Engagement, ihre Ideen und den jederzeit spürbaren Kooperationswillen.

Präambel

Das wirtschaftspolitische Leitbild für die Stadt Hof formuliert Strategien zur Standortentwicklung und -vermarktung, über die im Rahmen eines Workshops mit Vertretern aus Politik, Verwaltung, der Industrie, des Handels, des Handwerks sowie Repräsentanten weiterer Institutionen eine weitreichende Übereinstimmung erzielt wurde.

Wirtschaftspolitisches Leitbild für die Stadt Hof

Oberziele

Die Stadt Hof stimmt ihre Wirtschaftsförderungs- und Vermarktungsaktivitäten mit den Landkreisen Hof und Wunsiedel ab, um die sich abzeichnenden wettbewerblichen, demografischen und ökonomischen Herausforderungen gemeinsam mit den Partnern erfolgreich zu bewältigen. Die Zusammenarbeit wird durch Einrichtung einer regionalen Wirtschaftsförderung institutionalisiert. Deren Hauptaufgabe ist die Vermarktung und Profilierung der Wirtschaftsregion, die Stärkung der regionalwirtschaftlichen Verflechtungen und die Entwicklung von Strategien zum Erhalt von Bevölkerung und Fachkräften. Hohe Priorität wird in diesem Zusammenhang einem Ausbau der 11 zentralen ökonomischen Kompetenzfelder und Branchen-Cluster beigemessen: überregionaler Einzelhandel, Logistik, Nahrungsmittel, innovative Textilbranche, Automobilzulieferung, Maschinenbau, angewandte Umwelttechnik, neue Werkstoffe, Kunststofftechnik, Soziale Dienste und unternehmensnahe Dienstleistungen. Diese Bereiche sollen auch als Kristallisationskerne einer zielgerichteten Ansiedlungsakquisition dienen. In diesem Zusammenhang wird besonderer Wert auf den Erhalt eines hohen Qualitätsniveaus bei den weichen Standortfaktoren in Hof gelegt.

Als Schwerpunkt der Wirtschaftspolitik wird der Bereich „angewandte Umwelttechnik“ aufgebaut. Er umfasst die Themenfelder „Energieeinsparung“, „regenerative Energietechnik“ und „Wasser als Lebensbasis“. Ziel ist es auch, eine nachhaltige, versorgungssichere, kalkulierbare und preisgünstige Energieversorgung durch ein möglichst hohes Maß an Eigenenergieerzeugung zu gewährleisten.

Wirtschaftsförderungsstrategie

Die Stadt Hof und die Landkreise Hof und Wunsiedel bilden einen ökonomischen Kooperationsraum. Der freiwillige Zusammenschluss soll eine strategische und vernetzte Wirtschaftsförderung und eine effiziente Vermarktung des Gesamttraumes zum Vorteil aller Partner ermöglichen.

Organisatorischer Mittelpunkt mit weitreichender Entscheidungskompetenz ist eine regionale Wirtschaftsförderungsstelle, die als Kernaufgaben das Innen- und Außenmarketing, die Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe und die Akquisition neuer Unternehmen übernimmt.

Wirtschaftspolitisches Leitbild für die Stadt Hof

Sie bündelt die Arbeit der lokalen Wirtschaftsförderer, in deren Verantwortung vor allem die Bestandspflege und Weiterentwicklung ansässiger Unternehmen und die persönliche Betreuung von Existenzgründern liegt.

Die regionale Wirtschaftsförderung setzt in ihrer Arbeit klare Prioritäten. Eine besondere Rolle spielen hierbei „Leuchtturmprojekte“, die besonders geeignet erscheinen, die Region im Standortwettbewerb zu profilieren. Dazu gehören:

- Weiterentwicklung Hofs als kundenfreundlichster Einkaufsort zwischen Nürnberg und Leipzig
- Wettbewerbliche Positionierung der Region Hof als Kompetenzzentrum für angewandte Umwelttechnik, insbesondere im Bereich Wassertechnologie und regenerative Energien
- Weiterentwicklung der Region zum wichtigsten Logistikzentrum Oberfrankens
- Weiterentwicklung des ATB (Automobiltechnikum Bayern) und des Automobilzulieferparks
- Ergänzung und Stärkung der regionalen Branchen-Cluster durch eine gezielte Ansiedlungsakquisition. Bei der Unterstützung von Branchen-Clustern arbeitet die regionale Wirtschaftsförderung eng mit regionalen Cluster-Managern zusammen, die von den Unternehmen als Repräsentanten der Branchen benannt wurden
- Ergänzung des Ausbaus des Flughafens Hof – Plauen um die Bereiche Logistik und unternehmensnahe Dienstleistungen
- Profilierung regionaler Produkte durch Einrichtung eines „Schaufensters Hochfranken“ in einer innenstadtnah gelegenen Immobilie
- Profilierung Hofs als wirtschaftsnahe und unbürokratische Stadt / Einrichtung einer one-stop-agency (evtl. RAL-Gütesiegel) und Einführung verbindlicher Service-Levels.

Bis zur Einrichtung einer regionalen Wirtschaftsförderungsstelle intensivieren und verstetigen die lokalen Wirtschaftsförderer der Stadt und der Landkreise ihre Zusammenarbeit weiter und entwickeln tragende kooperative Strukturen in Form konkreter Projekte. Besondere Bedeutung kommt hierbei folgenden Maßnahmen zu:

- Weiterentwicklung einer gemeinsamen Internetpräsenz und Aufbau nur einer gemeinsamen Wirtschafts- und Standortdatenbank der Region

Wirtschaftspolitisches Leitbild für die Stadt Hof

- Entwicklung gemeinsamer Präsentationsunterlagen der Wirtschaftsregion im Corporate Design, zur Distribution an Ansiedlungsinteressierte sowie auf Messen und Veranstaltungen
- Ausarbeitung von Grundsätzen für ein effizientes Gewerbeflächenmanagement in der Region.

Public-Private-Partnerships / Netzwerkbildung

Politik, Verwaltungen, Institutionen der Wirtschaft, Wirtschaftsfördervereinigungen und Unternehmen arbeiten innerhalb der Wirtschaftsregion in allen ökonomischen Handlungsfeldern vertrauensvoll zusammen. Dieses Netzwerk sorgt dafür, dass sich das politische und verwaltungsbezogene Handeln an den Belangen der überwiegend mittelständischen Wirtschaft orientiert und unnötige bürokratische Hemmnisse beseitigt werden.

Zum Aufbau und zur Stärkung von Kooperationsbeziehungen werden in den ökonomischen Kompetenzfeldern und Branchen-Clustern der Region regelmäßige Gesprächskreise mit ansässigen Unternehmen initiiert, die dem Informationsaustausch, der Planung gemeinsamer Aktionen, dem Aufbau von Lieferbeziehungen und nicht zuletzt der Schaffung eines „Wir-Gefühls“ dienen. Um dem Zukunftsproblem des sich abzeichnenden Fachkräftemangels zu begegnen werden zudem mit Vertretern der Fachhochschule, der Berufsbildenden sowie Allgemeinbildenden Einrichtungen und der Agentur für Arbeit geeignete Maßnahmen zur beruflichen Frühorientierung und Qualifizierung von Jugendlichen identifiziert und Möglichkeiten einer nachfrageorientierten Aus- und Weiterbildung erörtert.

Zur Förderung von Forschung und Entwicklung wird eine regelmäßige Zusammenarbeit mit der Fachhochschule und weiteren Forschungseinrichtungen in der Region gepflegt. Ziel ist es, die Unterstützungspotenziale dieser Einrichtungen für die Unternehmen transparent und leicht zugänglich zu machen und dadurch die technologische Spitzenposition der Region, z. B. bei der Herstellung technischer Textilien oder in der angewandten Umwelttechnik, langfristig zu bewahren.

Wirtschaftspolitisches Leitbild für die Stadt Hof

Eine besondere Bedeutung für die Versorgungszentralität Hofs hat der innerstädtische Einzelhandel. Die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen des Gewerbes in diesem Standortbereich werden deshalb gezielt verbessert. In einer konzertierten Aktion sollen die Aufenthaltsqualität, die Kundenleitsysteme und die Multifunktionalität der Innenstadt weiter optimiert werden. Die Vernetzung aller Einzelaktivitäten zur Attraktivierung und Belebung der Hofer Innenstadt erfolgt durch ein professionelles, strategieorientiertes Stadtmarketing, in das die örtlichen Einzelhändler eng eingebunden sind.

Im Bereich des Tourismus wird eine stärkere regionale Zusammenarbeit angestrebt. Dies gilt für die gemeinsame Vermarktung touristischer Einrichtungen in Hof und seinem Umland, aber auch für die Ausarbeitung attraktiver Pauschalarrangements, in denen Hof als urbanes und kulturelles Zentrum sowie als idealer Ausgangspunkt für den Besuch naturbezogener Attraktionen des Umlandes dargestellt wird. In den Vordergrund der touristischen Vermarktung Hofs werden die zentralen kulturellen Einrichtungen, wie das Theater und Symphonie-Orchester sowie die Wurst- und Bierspezialitäten gerückt.

Gründungsförderung / Unterstützung junger Unternehmen

Im Interesse der Ergänzung und Modernisierung der Wirtschaftsstruktur und zur Stärkung der Technologie- und Innovationsorientierung werden in der Wirtschaftsregion Gründungsinitiativen aller Branchen aktiv unterstützt. Die lokalen Wirtschaftsförderer dienen hierbei als Anlaufstellen, persönliche Berater und Vermittler von Serviceleistungen in den betrieblichen Entwicklungsphasen bis zum Reifestadium.

In Zusammenarbeit mit Banken und öffentlicher Hand wird angestrebt, für Unternehmen in der Region zusätzliches Innovationskapital, unter besonderer Berücksichtigung der Geschäftsidee und der Unternehmerpersönlichkeit, zur Verfügung zu stellen. Schwerpunktmäßig sollen Innovationen – insbesondere von Gründern – unterstützt werden, aber auch Unternehmernachfolgen.

Die z. T. bereits vorhandene Infrastruktur, wie das Innovations- und Gründerzentrum in Hof, werden noch besser an die besonderen Erfordernisse junger Unternehmen ange-

Wirtschaftspolitisches Leitbild für die Stadt Hof

passt, d. h. es werden kleinteilige und mietpreisgünstige Räume mit modernster Kommunikationstechnischer Ausstattung sowie gemeinsam nutzbaren Serviceleistungen bereitgestellt. Hierbei wird eine räumliche Konzentration von Unternehmen mit komplementären Aufgabenfeldern angestrebt, um ökonomische Synergiepotenziale gezielt zu nutzen.

Die Vorzüge der Region als Standort für Betriebsneugründungen werden nicht nur aktiv an den Hochschulen und Bildungseinrichtungen der Region vermittelt, sondern auch in ganz Nordostbayern. Die speziellen Betreuungskonzepte, u. a. die Vermittlung von Kooperationspartnern und Senior Advisors sowie die vorhandene Infrastruktur, werden herausgestellt. Ziel der Existenzgründungsförderung ist die frühe Bindung von Unternehmen an die Wirtschaftsregion Hof / Wunsiedel.

Das wirtschaftspolitische Leitbild Hof hat eine Laufzeit bis 2020. In diesem Zeitraum ist die Umsetzung der genannten Strategien vorgesehen. Das Leitbild wird regelmäßig auf seine Aktualität geprüft und ggf. an neue Erfordernisse angepasst.

Quelle: GMA / Workshop „Wirtschaftspolitisches Leitbild Hof“

Das wirtschaftspolitische Leitbild für Hof sollte vom Stadtrat als Grundlage der zukünftigen Wirtschaftspolitik und der Wirtschaftsförderung beschlossen werden. Gleichzeitig ist anzustreben, das Leitbild in verschiedenen Institutionen der Wirtschaft (z. B. Wirtschaftsjuvenen, Kreishandwerkerschaft, Mittelstandsunion) vorzustellen und zu diskutieren, um einen möglichst weitreichenden Konsens zu erreichen.

Um nach innen und außen deutlich zu machen, dass die Stadt Hof eine klare wirtschaftspolitische Strategie verfolgt, ist es zudem empfehlenswert, das Leitbild insgesamt oder zumindest wesentliche Teile daraus (z. B. Oberziele) auf der städtischen Homepage zu publizieren.

5. Handlungskatalog und Impulsprojekte

Der Handlungskatalog für den Wirtschaftsstandort Hof präsentiert die wichtigsten Ansatzpunkte zur Umsetzung des wirtschaftspolitischen Leitbildes. Er umfasst vor allem Vorschläge für Maßnahmen, die auf eine Förderung und Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Hof im regionalen Kontext und die Weiterentwicklung der kooperativen Strukturen abzielen. Zur Prioritätensetzung werden in einem zweiten Schritt Maßnahmen mit Impulscharakter ausgewählt und soweit wie möglich operationalisiert. Den Impulsprojekten kommt für die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes besondere Bedeutung zu.

Die Bestands- und Potenzialanalysen der Kapitel II – V haben die Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandortes Hof, seine Einbindungen und Abhängigkeiten von der Wirtschaftsstruktur der Region, die vorhandenen Wachstumskerne und die Bedeutung einer institutionalisierten regionalen Wirtschaftsförderung offenbart. Aus den gewonnenen Erkenntnissen können aus gutachterlicher Sicht folgende Ansatzpunkte für die Stärkung und Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandortes Hof abgeleitet werden.

1. Einrichtung einer regionalen Wirtschaftsförderung, in Abstimmung mit den Landkreisen Hof und Wunsiedel.
2. Ausbau der zentralen ökonomischen Kompetenzfelder und Branchen-Cluster: überregionaler Einzelhandel, Logistik, innovative Textilbranche, Automobilzulieferung, Nahrungsmittelgewerbe, Maschinenbau, neue Werkstoffe, Kunststofftechnik, soziale Dienste, unternehmensnahe Dienstleistungen, angewandte Umwelttechnik. Der letztgenannte Bereich verfügt durch verschiedene Spezialfirmen über ein besonderes Ausbau- und Profilierungspotenzial.
3. Zusammenführung von Einzeldaten zu einer regionalen Wirtschaftsförderungsdatenbank / Präsentation standortbezogener Informationen und Daten in einer gemeinsamen Internet-Präsentation der Wirtschaftsregion, mit der Möglichkeit zur interaktiven Nutzung durch Unternehmen.
4. Durchführung einer Imagekampagne für die Wirtschaftsregion (Innen- und Außenimage) zur Schaffung einer regionalen Identität und eines Wir-Gefühls unter den Wirtschaftstreibenden / Verbesserung des Eigenimage der Bevölke-

rung / Stärkung der Identifikation der Bevölkerung mit dem Wirtschaftsstandort.

5. Präsentation und Profilierung regionaler Produkte (u. a. Industrie, Handwerk, Nahrungsmittelhandwerk / Kultur) durch ein „Schaufenster Hochfranken“ in einer innenstadtnah gelegenen Immobilie (z. B. Einstieghalle).
6. Stärkung des Einkaufsstandortes, insbesondere der Einkaufsinnenstadt, durch ein konzeptionell und strategisch angelegtes Stadtmarketing / städtebauliche Attraktivierung der Einkaufsinnenstadt¹.
7. Positionierung Hofs als besonders wirtschaftsnahe und unbürokratische Stadt: Einrichtung einer one-stop-agency (evtl. mit Zertifizierung) / Einführung verbindlicher Service-Levels.
8. Kampagne zur beruflichen Frühorientierung von Kindern und Jugendlichen zur Sicherung des zukünftigen Fachkräftebedarfs in der Wirtschaft².
9. Intensivierung der touristischen Vermarktung Hofs, u. a.
 - aktives Engagement in den Fremdenverkehrsverbänden Fichtelgebirge und Frankenwald / Zusammenarbeit mit dem tschechischen Bäderdreieck und der Partnerstadt Cheb
 - touristische Werbestrategie mit eindeutigen Schwerpunktsetzungen
 - Attraktivierung des touristischen Teils der städtischen Homepage / interaktive Gestaltung
 - Vermarktung des Naherholungspotenzials des Saaletals für die Zielgruppen Wanderer, Radler, Angler
 - touristische Bier- und Wurstproben.

¹ Siehe hierzu GMA: Zentrenkonzept für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in der Stadt Hof, 2004, Tabelle 19.

² Bei der vorstehenden Nummerierung handelt es sich lediglich um Ordnungszahlen, die keine Wertigkeit oder zeitliche Chronologie der Projekte ausdrücken sollen.

Als besonders wichtige Projekte können nach gutachterlicher Beurteilung die Punkte 1, 3, 6, 7 und 8 gelten. Sie sind in besonderem Maße geeignet die kooperativen Strukturen innerhalb der Wirtschaftsregion zu stärken¹, die Identifikation breiter Zielgruppen mit dem Wirtschaftsstandort zu erhöhen und durch Integration verschiedenster Fachbereiche zu einer Verbesserung der ökonomischen Ausgangssituation beizutragen. Die genannten Impulsprojekte werden nachfolgend in Tabellenform operationalisiert.

¹ Auch im Sinne von Public-Private-Partnerships.

Impulsprojekt	
Regionale Wirtschaftsförderung (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel)	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> – koordinierte und strategische Entwicklung der Wirtschaftsregion – Vermarktung der Wirtschaftsregion nach innen und außen – Service für die Unternehmen in der Wirtschaftsregion / Vernetzung / Förderung von Wirtschaftskreisläufen – Auf- und Ausbau der Leitbranchen
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Imagekampagne der Wirtschaftsregion – Akquisition neuer Unternehmen – Gewerbeflächenmanagement – Genehmigungsmanagement für größere Investitionsvorhaben – Öffentlichkeitsarbeit – Entwicklung und Pflege einer Wirtschaftsdatenbank – Initiierung und Erweiterung von Branchennetzwerken / -gesprächskreisen insb. für die Leitbranchen – Förderung des Technologietransfers – Kontaktpflege zu anderen Wirtschaftsförderungseinrichtungen – Funktion als Schnittstelle zwischen Verwaltung, Politik, Institutionen und Unternehmen – Monitoring der regionalökonomischen Entwicklung
Träger / beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> – Lenkungsgruppe aus Stadt Hof, Lkrs. Hof, Lkrs. Wunsiedel, IHK, Handwerkskammer, Wirtschaftsfördervereine, Unternehmen – mögliche Gesellschafter: Stadt Hof, Lkrs. Hof, Lkrs. Wunsiedel, ggf. Kreditinstitute, Kammern
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Bildung einer Lenkungsgruppe <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mitglieder: handlungsbefugte Vertreter aus Stadt Hof, Lkrs. Hof, Lkrs. Wunsiedel, der IHK, der Handwerkskammer, der Wirtschaftsfördervereine und ausgewählten Unternehmen (10 – 15 Teilnehmer) ▪ Aufgaben: Definition von Zielen, Bestimmung von Aufgaben der Wifö, Monitoring und Controlling der Arbeitsfortschritte, Definition der Arbeitsteilung lokale und regionale Wirtschaftsförderungen – Gründung der regionalen Wirtschaftsförderung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Akquisition der Gesellschafter ▪ Definition von Zielen, Aufgaben, Rechten und Pflichten ▪ Entwurf des Gesellschaftervertrages ▪ Auswahl des Personals ▪ Bildung des Aufsichtsrates – Formierung eines Beirates für die regionale Wirtschaftsförderung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rekrutierung der Mitglieder vornehmlich aus der Lenkungsgruppe

Impulsprojekt	
<i>Regionale Wirtschaftsförderung (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel)</i>	
Aufgaben (Fortsetzung)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgaben: Entwicklung von Ideen und Visionen für die Wirtschaftsregion, Vermittlung zwischen Politik, Verwaltung und Wirtschaft – Initiierung von Ideenzirkeln, u. a. zu den Themen „Leitbranchen“, „Gründer“, „Technologie und Innovation“, „Fachkräftesicherung / Ausbildung“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansprache von Experten mit Spezialwissen zu o. g. Themen ▪ halbjährliche Treffen der jeweiligen Netzwerke zur Diskussion spezifischer Ansatzpunkte und Probleme ▪ ggf. Bildung von Projektgruppen – Vermarktung der Wirtschaftsregion (Innen- und Außenmarketing) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansprechpartner für Ansiedlungsinteressierte ▪ Entwicklung von Informationsbroschüren und -CDs für die Akquisitionszielgruppen / Leitbranchen ▪ Planung von Mailing-Aktionen und Direktansprachen ▪ regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit (Pressemitteilungen, Textbeiträge in Fachzeitschriften, Wirtschaftszeitungen etc.) ▪ Organisation und Durchführung von Unternehmerforen und Wirtschaftstagen ▪ Aufbereitung grundlegender Standortinformationen (u. a. Wirtschaftsstruktur, strukturprägende Unternehmen, Gewerbegebiete, Fördermöglichkeiten, Statistik, Qualifikationsstrukturen des Arbeitsmarktes, Lohnniveau, Ansprechpartner der regionalen und lokalen Wirtschaftsförderung) ▪ interaktive Internetplattform der Wirtschaftsregion – Gewerbeflächenmanagement / -steuerung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbereitung und Aktualisierung grundlegender Standortinformationen zu Gewerbegebieten (u. a. Größe, verfügbare Flächen, Topografie, verkehrliche Erreichbarkeit, Branchen- und Unternehmensstruktur, Kaufpreis, Fördermöglichkeiten, Vermarktungszielgruppen, Ansprechpartner) ▪ Monitoring zur Verfügbarkeit von Gewerbeflächen ▪ strategische Planung und politische Unterstützung von Erweiterungsvorhaben oder Rückbauplanungen – Genehmigungsmanagement für größere Investitionsvorhaben <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansprechpartner für Ansiedlungsinteressierte ▪ Verfahrensmanagement in Zusammenarbeit mit den relevanten Behörden ▪ Vermittler von Ansprechpartnern in übergeordneten Behörden

Impulsprojekt <i>Regionale Wirtschaftsförderung (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel)</i>	
Aufgaben (Forts.)	<ul style="list-style-type: none"> – Entwicklung und Pflege einer Wirtschaftsdatenbank für die Wirtschaftsregion <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sammlung und statistische Aufbereitung wesentlicher Kennzahlen der Wirtschaftsregion (z. B. Gewerbesaldo, Industriedichte, Branchen- und Beschäftigtenstruktur, strukturprägende Unternehmen, Gewerbegebiete, Fördermöglichkeiten, Qualifikationsstruktur des Arbeitsmarktes, Lohnniveau) ▪ Datenbankstruktur zu Branchen, Produkten, Unternehmen und Produktionsstandorten ▪ Erfassung und laufende Aktualisierung der Informationen ▪ Installation von Suchfunktionen und interaktiven Dialogmöglichkeiten – Kontaktpflege zu anderen Wirtschaftsförderungseinrichtungen <ul style="list-style-type: none"> ▪ regelmäßige Treffen der Wirtschaftsförderungseinrichtungen in der Wirtschaftsregion ▪ Ansprechpartner für Wirtschaftsförderungseinrichtungen von außerhalb der Wirtschaftsregion – Monitoring der regionalökonomischen Entwicklung <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition von Erfolgsindikatoren (z. B. Gewerbesaldo, Anzahl neu angesiedelter Betriebe, Anzahl der Beratungsgespräche) ▪ jährlicher Rechenschaftsbericht
Quelle: GMA	

Impulsprojekt	
Entwicklung einer interaktiven Internet-Plattform für die Wirtschaftsregion (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel)	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> – Bereitstellung von Informationen über die Region für verschiedene Zielgruppen – Transparenz über Strukturen der Wirtschaftsförderung, Wirtschaftsbranchen und Anbieter im Kooperationsraum – Vermarktung der Region nach außen und innen
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – breit gefächerte Informationen zur Wirtschaftsförderung, zu Gewerbegebieten, zu Unternehmen, zur Wirtschaftsstruktur, zur Statistik, zum Tourismus / Gastgewerbe, zu Kommunen, zu Wohn-, Freizeit- und Kulturangeboten, zum Arbeits- und Ausbildungsmarkt im Kooperationsraum – Stadtinformationen, Wohnbaugebiete, Hochschulen, Schulen, Ansprechpartner in den Verwaltungen, Öffnungszeiten, Versorgungsstrukturen, Freizeit- und Kulturangebote, Vereine etc. – Arbeits- und Ausbildungsplatzbörse – Kultur- und Veranstaltungskalender für die Wirtschaftsregion – benutzerfreundliche Aufbereitung der Daten und Informationen – Zusammenführung und Vereinheitlichung bestehender Standortinformationen über die Wirtschaftsregion – Aufbereitung wesentlicher Standortinformationen in mehreren Fremdsprachen – Vernetzung der Internet-Plattform mit anderen Internet-Seiten der Region durch Links – Einrichtung von Möglichkeiten zum interaktiven Dialog (z. B. Chat-Rooms)
Träger / beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> – regionale Wirtschaftsförderung – Kommunen, Landkreise, Tourismus-Einrichtungen
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Definition der übergeordneten Inhalte, Strukturen und Verlinkungsmöglichkeiten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sammlung von Best-Practise-Beispielen von Internet-Seiten mit ähnlichen Themenstellungen in anderen Regionen ▪ Definition der Themen, Inhalte und Vernetzungsmöglichkeiten ▪ Klärung rechtlicher Rahmenbedingungen ▪ Definition der Suchfunktionen ▪ interaktives Forum – Zusammenstellung von Einzelinhalten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse existierender Internet-Seiten, Printbroschüren und Materialien zur Vermarktung der Wirtschaftsregion

Impulsprojekt	
Entwicklung einer interaktiven Internet-Plattform für die Wirtschaftsregion (Stadt Hof, Landkreise Hof und Wunsiedel)	
Aufgaben (Fortsetzung)	<ul style="list-style-type: none"> → Wirtschaftsstruktur, strukturprägende Unternehmen → Wirtschaftsförderung, Gewerbegebiete → Statistik → Übernachtungsmöglichkeiten, Sehenswürdigkeiten, Pauschal-Arrangements, Tourist-Information → Wohn-, Freizeit- und Kulturangebote der Kommunen → Arbeits- und Ausbildungsmarkt, Weiterbildungsangebote, Ausbildungskompass → Veranstaltungen, Freizeit-, Kultur- und Sporteinrichtungen ▪ Adaption der vorhandenen Informationen für die Internetpräsenz der Wirtschaftsregion ▪ Vereinheitlichung bestehender Standortinformationen (z. B. hinsichtlich Format, Inhalt) ▪ Aufbereitung wesentlicher Standortinformationen in mehreren Fremdsprachen – Einrichtung und regelmäßige Pflege der Internetpräsenz der Wirtschaftsregion <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswahl einer prägnanten Adresse ▪ Organisation eines interaktiven Informationsflusses zur automatischen Versorgung mit aktuellen Informationen (z. B. von Wirtschaftsförderung, Kommunen, Vereinen, Unternehmen, Kammern, Bildungsträgern) ▪ Betreuung von Anfragen und Chatrooms ▪ Vernetzung mit bestehenden Internet-Seiten in der Region
Quelle: GMA	

Impulsprojekt	
<i>Strategisches Stadtmarketing in Hof</i>	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> – Profilierung Hofs im Standortwettbewerb – Einbindung von Stadtverwaltung, Wirtschaft, Institutionen, Vereinen, Bürgern etc. in den Stadtentwicklungsprozess (PPP) / Konsensfindung – kundenorientierte Gestaltung der städtischen Angebotspalette – Vermarktung Hofs / Image- und Markenbildung – Stärkung der Identifikation von Stadtverwaltung, Wirtschaft, Institutionen, Vereinen, Bürgern etc. mit der Stadt – Erhöhung der Wohn- und Lebensqualität in Hof
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Erarbeitung einer Stadtmarketing-Konzeption – Etablierung einer effizienten Organisationsform für das Stadtmarketing – Umsetzung des Stadtmarketing
Träger / beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> – Stadtverwaltung (Verwaltungsspitze, ausgewählte Mitarbeiter) – Politik (Fraktionsvorsitzende) – Kammern, Wirtschaftsfördervereinigungen – örtliche Institutionen und Vereine – ausgewählte Bürger – Sponsoren – externe Berater
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Erarbeitung einer Stadtmarketing-Konzeption <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswertung relevanter Unterlagen / Informationsmaterialien zu Hof ▪ Festlegung thematischer Schwerpunkte für das Stadtmarketing ▪ Formierung von Workshops / Experten-Hearing ▪ Analyse des Stadtimage bei Bewohnern, Besuchern, Unternehmern etc. ▪ thematische Stärken-Schwächen-Profile von Hof ▪ Ableitung strategischer Zielsetzungen für das Stadtmarketing ▪ Strategiepapier zum Stadtmarketing ▪ Lösungsansätze / Handlungskatalog für das Stadtmarketing ▪ Prioritätensetzung / Jahresplanung für das Stadtmarketing ▪ Erörterung geeigneter Organisationsformen für das Stadtmarketing / Vorzugsvariante – Bekenntnis zur Stadtmarketing-Konzeption / Beschluss der Stadtmarketing-Konzeption als Grundlage der Stadtentwicklungspolitik <ul style="list-style-type: none"> ▪ im Stadtrat ▪ in der Verwaltung ▪ in Vereinigungen der Wirtschaft ▪ in Institutionen und Vereinen

Impulsprojekt	
<i>Strategisches Stadtmarketing in Hof</i>	
Aufgaben (Forts.)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in sonstigen Institutionen – Veröffentlichung der Stadtmarketing-Konzeption <ul style="list-style-type: none"> ▪ im Internet ▪ im Stadtanzeiger – Etablierung der Stadtmarketing-Organisationsform (z. B. GmbH, Verein, Genossenschaft, Ausschuss) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Festlegung der Beteiligten ▪ Akquisition der Beteiligten ▪ ggf. Vereinssatzung oder Gesellschaftsvertrag ▪ Stadtmarketing-Budget / Vereinbarung zur Kostenteilung zwischen öffentlichem und privatem Sektor – Umsetzung des Handlungskataloges in Jahresscheiben – Monitoring des Stadtmarketing-Prozesses <ul style="list-style-type: none"> ▪ Festlegung von Erfolgskriterien und Indikatoren ▪ Kundenzufriedenheitsanalysen ▪ jährlicher Rechenschaftsbericht
Quelle: GMA	

Impulsprojekt	
<i>Wirtschaftsfreundliche Verwaltung Hof</i>	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> – bürokratische Entlastung der Unternehmen – Stärkung der Dienstleistungsmentalität in der Verwaltung – Erhöhung der Kundenzufriedenheit – Beschleunigung von Planungs- und Genehmigungsverfahren – Bürokratieabbau als positiver Standortfaktor
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Schaffung einer one-stop-agency – Zusage verbindlicher Service-Levels – evtl. RAL-Gütesiegel bzw. Zertifizierung der Verwaltungsabläufe – Monitoring und Vermarktung der erreichten Fortschritte
Träger / beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> – Stadtverwaltung (Verwaltungsspitze, ausgewählte Mitarbeiter, Stadtrat) – Kammern, Wirtschaftsfördervereinigungen – externe Berater / Organisatoren von Projekten aus anderen Städten und Regionen
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Interessenweckung für das Thema „wirtschaftsfreundliche Verwaltung“ bei städtischen Mitarbeitern <ul style="list-style-type: none"> ▪ Information über modellhafte Initiativen zum Bürokratieabbau in anderen Städten und Regionen ▪ Durchführung einer Informationsveranstaltung mit externen Referenten zur Vorstellung von Projekten aus anderen Städten und Regionen ▪ Vorschlag zum Projektablauf – Bestandsaufnahme zur „Wirtschaftsfreundlichkeit“ der Hofer Stadtverwaltung, u. a. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sammlung von Indikatoren der Wirtschaftsfreundlichkeit, z.B. <ul style="list-style-type: none"> → Transparenz über Zuständigkeiten, Ansprechpartner, Verfahrensabläufe und erforderliche Voraussetzungen bei Antragstellungen → lange Öffnungszeiten bzw. Möglichkeiten zur flexiblen Terminvereinbarung → leichte Erreichbarkeit der Räumlichkeiten (Beschilderung, Parkierung usw.) → gute telefonische Erreichbarkeit der Verwaltungsmitarbeiter → zügige Bearbeitung unternehmerischer Anliegen, auch bei komplexen Aufgabenstellungen → freundliche und hilfsbereite Mitarbeiter → richtige und vollständige Auskünfte der Mitarbeiter → problemlösungsorientierte und partnerschaftliche Mitarbeiter mit Verständnis für unternehmerische Belange → Einhaltung von Terminen → verständliche Formulare, Auskünfte, Bescheide

Impulsprojekt	
Wirtschaftsfreundliche Verwaltung Hof	
Aufgaben (Forts.)	<ul style="list-style-type: none"> → nachvollziehbare Entscheidungen der Behörde → Möglichkeit zur Erledigung vieler Vorgänge per Telefon, E-Mail oder Internet (E-Government) → Übernahme der Gesamtverantwortung für ein ämterübergreifendes Anliegen durch einen entscheidungsbefugten Ansprechpartner → Eigeninitiative und aktive Ansprache der Unternehmen durch die Verwaltung bei absehbaren Problemen → möglichst niedrige Kosten für kommunale Leistungen → Beschwerdestelle bei Problemen zwischen Unternehmen und Verwaltung ▪ Einrichtung eines Gremiums aus Angehörigen der Verwaltung und Wirtschaftstreibenden zur Bestimmung und Operationalisierung von Kriterien für Wirtschaftsfreundlichkeit in der Stadtverwaltung ▪ Benchmarking kommunaler Kosten (z. B. Ver- und Entsorgung, Parkausweise, Marktwesen, Sondernutzungen) – Erarbeitung von Verbesserungsansätzen für die Stadtverwaltung Hof <ul style="list-style-type: none"> ▪ verwaltungsinterne Diskussion ▪ Integration von Verbesserungsvorschlägen der Unternehmen und Vertreter der Wirtschaft ▪ Erfahrungsaustausch mit anderen Kommunen – Ausarbeitung und sukzessive Einführung verbindlicher Service-Levels, u. a. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verwaltungswegweiser (online und schriftlich) für mittelstandstypische Angelegenheiten ▪ rasche Beantwortung von e-mails ▪ rasche Bestätigung des Eingangs von Anträgen ▪ rasche Vorlage von Zeitplänen für Verwaltungsvorgänge / rascher Hinweis auf fehlende Unterlagen ▪ rascher Vorschlag von Besprechungsterminen ▪ zeitnahe Bearbeitung von Bauanträgen ▪ zeitnahe Begleichung von Auftragsrechnungen ▪ rasche Reaktion auf Beschwerden – Einrichtung einer one-stop-agency – evtl. Zertifizierung der Stadtverwaltung Hof als „wirtschaftsfreundliche Verwaltung“, evtl. RAL-Gütesiegel – Kontrolle der erzielten Fortschritte <ul style="list-style-type: none"> ▪ Messung der Kategorien von Wirtschaftsfreundlichkeit in regelmäßigen Zeitabständen, z. B. durch Befragungen, Kundenzufriedenheitsanalysen oder Auswertungen der Vorgänge in der Beschwerdestelle ▪ Veröffentlichung von positiven Beispielen der Wirtschaftsfreundlichkeit in Hof
Quelle: GMA	

Impulsprojekt	
<i>Berufliche Frühorientierung von Kindern und Jugendlichen in Hof zur Sicherung des Fachkräftebedarfs</i>	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> – Sicherung des künftigen Fachkräftebedarfs der örtlichen Unternehmen – verbesserte Vorbereitung von Schülern und Jugendlichen auf den Berufsalltag / Erhöhung der beruflichen Chancen der Heranwachsenden – Demonstration der Qualitäten des Wirtschafts- und Arbeitsstandortes Hof
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Kooperationsvereinbarungen zwischen Schulen und Unternehmen über Betriebsbesichtigungen und Schnupperpraktika – Entwicklung berufs- und unternehmensspezifischer Unterrichtsmaterialien (z. B. Produkte, Anwendungsbereiche, Produktionsprozesse, Anforderungen an Arbeitskräfte) – Behandlung Hofer Betriebsstrukturen, Unternehmensanforderungen und beruflicher Chancen im Unterricht – Lehrerfortbildung in Unternehmen – Informationsmöglichkeiten im Internet (Suchmaschine zu Berufen, zu Ausbildungsbetrieben und zu Voraussetzungen für Lehrstellen) – Aktionstage in den Unternehmen, in der Fachhochschule und in Berufsbildungseinrichtungen – „Markt der Möglichkeiten“ für Auszubildende und Berufsanfänger – Vermarktungskampagne zum Thema „Zukunftschancen junger Leute in Hof“
Träger / beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> – lokale Wirtschaftsförderung (ggf. delegiert an Projektkoordinatoren) – Kammern – Schulen, Berufsschulen – Unternehmen, Wirtschaftsfördervereinigungen – Agentur für Arbeit – Schulamt, Erziehungs- und Lehrerverbände, Bildungsministerium – ggf. Sponsoren
Aufgaben	<ul style="list-style-type: none"> – Akquisition von Unternehmen und Schulen als Kooperationspartner <ul style="list-style-type: none"> ▪ Veranstaltung „Hofer Wirtschaft macht Schule“ zum kennen lernen, Ideen sammeln, Wissens- und Erfahrungsaustausch und zur Vorbereitung des Projektes ▪ Ansprache von Unternehmen, Schulen und Berufsschulen ▪ Einrichtung einer Koordinationsstelle für das Projekt – Entwicklung berufs- und unternehmensspezifischer Unterrichtsmaterialien / Sammlung vermittlungsfähiger Beispiele aus der Unternehmenspraxis <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sammlung von „Best-Practise-Beispielen“ aus anderen Städten

Impulsprojekt <i>Berufliche Frühorientierung von Kindern und Jugendlichen in Hof zur Sicherung des Fachkräftebedarfs</i>	
Aufgaben (Fortsetzung)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildung einer Arbeitsgruppe aus engagierten Lehrern, Berufsschullehrern, Unternehmern, Ausbildern, Kammern, Erziehungs- und Lehrerverbänden zum Thema wirtschaftsnaher Unterricht / Sammlung von Arbeitsmaterialien ▪ Vorbereitung von Unterrichtsstunden, Projektwochen und Unternehmensbesuchen durch Lehrer und Unternehmensvertreter – Infotage für Lehrkräfte aus Schulen in Unternehmen und Berufsschulen – Vorbereitung von „Tagen der offenen Tür“ in Unternehmen, in der Fachhochschule und in Berufsschulen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Akquisition teilnehmender Unternehmen, Hochschulen und Berufsschulen ▪ Vorbereitung von Informationsmaterialien und Aktionen ▪ Möglichkeiten zur probeweisen Einbindung von Schülern in Produktionsabläufe ▪ Pressegespräche – Erstellung einer Internet-Homepage mit Suchfunktionen für Ausbildungsberufe, Ausbildungsbetriebe und erforderliche Qualifikationen für unterschiedliche Berufsbilder <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sammlung von Informationen über Ausbildungsberufe, Ausbildungsbetriebe, Einsatzbereiche und Aufstiegsmöglichkeiten in Unternehmen ▪ Entwicklung einer Datenbankstruktur zu Branchen, Produkten, Unternehmen, Standorten und persönlichen Voraussetzungen für Ausbildungsberufe in Unternehmen ▪ Erfassung und laufende Aktualisierung der angebotenen Ausbildungsstellen – „Markt der Möglichkeiten“ für Auszubildende und Berufsanfänger <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansprache von Unternehmen und Institutionen, Hochschulen und weiterführenden Schulen ▪ Vorbereitung, Organisation und Durchführung des Marktes ▪ Kontaktaufnahme der Unternehmen resp. Schüler mit Unternehmen, Institutionen, Hochschulen etc. ▪ Pressegespräch
	<ul style="list-style-type: none"> – Vermarktungskampagne zum Thema „Zukunftschancen junger Leute in Hof“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sammlung und Aufbereitung von Informationen über Ausbildungsberufe, Studiengänge und expansive Unternehmen (Broschüren, CDs), speziell für die Leitbranchen ▪ Mailing-Aktion an Schulen und Unternehmen ▪ laufende Pressearbeit (z. B. Vorstellung neuer Berufsbilder in der Zeitung) ▪ Plakatwerbung
Quelle: GMA	

KARTEN-, TABELLEN-, ABBILDUNGS-, BILDVERZEICHNIS

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Räumliche Verteilung der Gewerbe- und Industriegebiete in Hof	37
----------	---	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Die 10 größten gewerblichen Unternehmen des Wirtschaftsstandortes Hof	6
Tabelle 2:	Entwicklung der Erwerbstätigen in Hof im Vergleich	7
Tabelle 3:	Arbeitslosenquote Hofs nach Altersgruppen im Vergleich	13
Tabelle 4:	Pendlersaldo der Stadt Hof im Vergleich	13
Tabelle 5:	Insolvenzverfahren in Hof 2004 im Vergleich	14
Tabelle 6:	Entwicklung der Gewerbesaldi in Hof im Vergleich 1997 - 2005	15
Tabelle 7:	Entwicklung der Handwerksbetriebe in Hof zwischen 2000 und 2004	17
Tabelle 8:	Kennziffern der Hofer Handwerksbetriebe 2005 im Vergleich	17
Tabelle 9:	Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in Hof im Vergleich	18
Tabelle 10:	Einschätzungen der Experten zum Wirtschaftsstandort Hof	29
Tabelle 11:	Gewerbe- und Industriegebiete mit verfügbaren und erschlossenen Flächen in Hof	38
Tabelle 12:	Ausstattung Hofs mit verfügbaren Gewerbeflächen im Vergleich	39
Tabelle 13:	Preisniveau der Gewerbe- und Industriegebiete in Hof im Vergleich	40
Tabelle 14:	Prognose des zusätzlichen Gewerbeflächenbedarfs in Hof bis 2020	42
Tabelle 15:	Prognose des Gewerbeflächenbedarfs in Hof bis 2020 in Szenarien	43
Tabelle 16:	Eignung des Gewerbe- und Industriegebietes Autozulieferpark „Pole Position“ für die Ansiedlung verschiedener Betriebstypen (Beispiel-Matrix)	47
Tabelle 17:	Standortprofil Gewerbegebiet Kulmbacher Straße Nord („Hohensaas“)	48
Tabelle 18:	Standortprofil Gewerbegebiet Kulmbacher Straße Süd („Osseck“) Hof-West, Fuhrmannstraße, Birkigtweg, Ossecker Straße	49
Tabelle 19:	Standortprofil Gewerbegebiet Süd „An den Mühlwiesen“ („Möbel-Center“) Hof-Süd, An den Mühlwiesen	50

Tabelle 20:	Standortprofil interkommunales Gewerbe- und Industriegebiet Autozulieferpark „Pole Position“, Hof / Gattendorf, Hof-Ost, Plauener Straße	51
Tabelle 21:	Ranking der Hofer Gewerbe- und Industriegebiete mit verfügbaren Flächen im Hinblick auf die Vermarktungsmöglichkeiten	53
Tabelle 22:	Chancen-Risiken-Portfolio des Wirtschaftsstandortes Hof	64

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Hof nach Wirtschaftszweigen im Vergleich	4
Abb. 2:	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte der Stadt Hof nach Wirtschaftszweigen 1995 – 2005	5
Abb. 3:	Bruttowertschöpfungsquoten nach Wirtschaftszweigen in Hof im Vergleich	8
Abb. 4:	Arbeitslosenquoten der Stadt Hof im Vergleich	12
Abb. 5:	Von Unternehmensinsolvenzen betroffene Arbeitnehmer in Hof zwischen 1999 und 2004 im Vergleich	14
Abb. 6:	Entwicklung der Gewerbesaldi in Hof sowie in den Landkreisen Hof und Wunsiedel 1997 – 2005	15
Abb. 7:	Unternehmensgründungen nach Branchen in der Region Hochfranken	16
Abb. 8:	Flächeneinteilungen des IGZ Hof	22
Abb. 9:	Gesprächsleitfaden der Expertenbefragungen Hof	27