

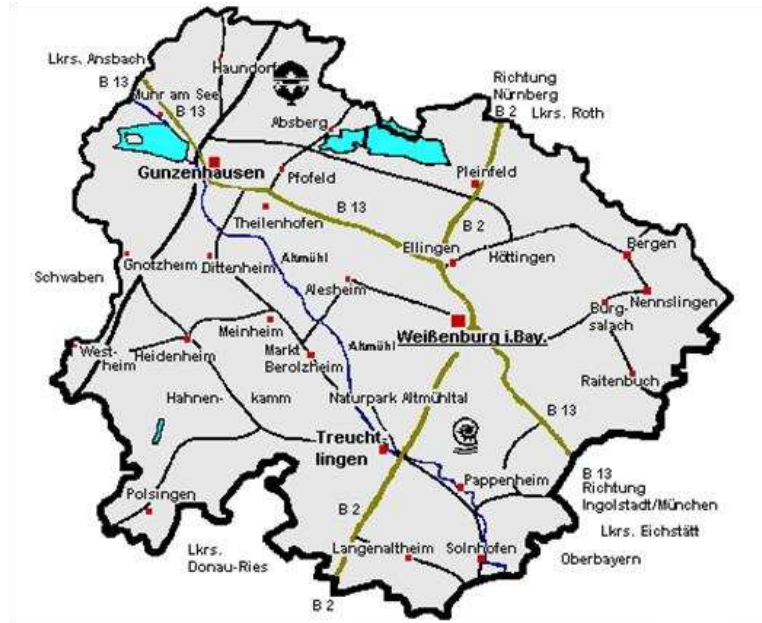
Handlungsfeld Wirtschaft und Bildung

Analyse

Verkehrsanbindung

Der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen verfügt – trotz seiner zentralen Lage innerhalb Bayerns – als einer von wenigen Landkreisen über keinen Autobahn-Anschluss. Die Region ist nur indirekt an die A9 (München-Nürnberg-Berlin) und die A6 (Pilsen-Nürnberg-Heilbronn) und damit an das europäische Fernstraßennetz angebunden. Zwar kreuzen mit der B2 (Nürnberg-Weißenburg-Augsburg) und der B13 (Ansbach-Gunzenhausen-Ingolstadt) zwei überregional bedeutsame Verkehrsachsen den Landkreis, der Ausbaustandard bleibt jedoch hinter den Anforderungen an ein leistungsfähiges Verkehrsnetz zurück.

ABBILDUNG 28: ÜBERREGIONALE VERKEHRSANBINDUNG



Seit langem wird insbesondere der weitere Ausbau der Bundesstraße 2 diskutiert, ebenso wie eine Anbindung des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen in östlicher Richtung an die Autobahn A 9 über eine Querverbindung von der Seenregion zur A 9. Diese noch zu realisierende Querverbindung zwischen der A 9 und Weißenburg sowie die sich in Richtung Gunzenhausen anschließenden Ortsumgehungen der B 13 sind derzeit mit dem Arbeitstitel „B 131 neu“ im Bedarfsplan für Bundesfernstraßen im „Weiteren Bedarf“ aufgenommen.

Folgende wesentliche Zielsetzungen werden damit verbunden:

- ☑ Aufnahme des gestiegenen Schwerlastverkehrs auf den Nord-/Südachsen der Region
- ☑ Leistungsfähige Anbindung der Wirtschaftsräume im südlichen Mittelfranken sowie der beiden maßgeblichen Urlaubsregionen, nämlich des Fränkischen Seenlandes und des nördlichen Bereichs des Naturparks Altmühltal, an die Ballungsräume in Bayern bzw. in Baden-Württemberg
- ☑ Anbindung der Region an die Metropolräume und Wachstumszentren und damit an attraktive Arbeitsmärkte (wohnen in Altmühlfranken, arbeiten in Nürnberg, Augsburg, Ingolstadt)

Insbesondere durch die Einbindung in das Schienennetz der Deutschen Bahn und über die Linien R6 (Nürnberg - Schwabach - Roth - Weißenburg (Bay) - Treuchtlingen (Gesamtverkehr mit S2), R63 (Treuchtlingen - Pappenheim – Solnhofen), R64 (Treuchtlingen - Otting-Weilheim) und R8 (Treuchtlingen - Gunzenhausen - Ansbach - Steinach (b. Rothenburg o. d. T.) - Uffenheim) ist das Gebiet der ILE Altmühltal gut an den Verdichtungsraum Nürnberg-Fürth-Erlangen angebunden. Da der Bahnhof Treuchtlingen als Haltepunkt mit Fernverkehrsanschluss ausgebaut ist, wäre es wünschenswert, eine größere Frequenz der ICE-Halte zu erreichen, damit wäre die Region auch gut an die Verdichtungsräume Augsburg und München angebunden.

ABBILDUNG 29: SCHIENEN-ANBINDUNG (DEUTSCHE BAHN / VERKEHRSVERBUND GROBRaum NÜRNBERG –VGN)





QUELLE: DEUTSCHE BAHN / VGN, VERBUNDGEBIET STAND 11.12.2011

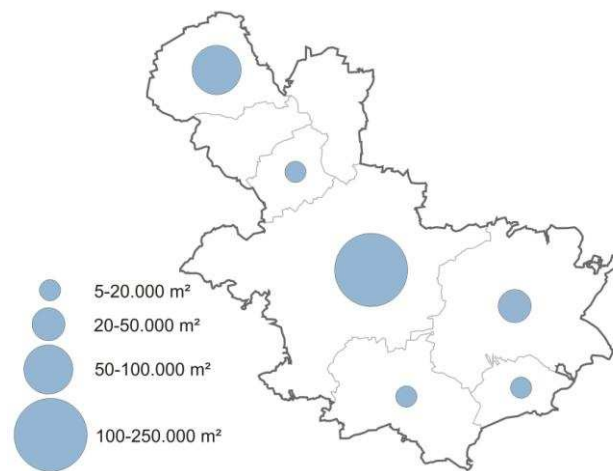
Die Entfernungen zu den Internationalen Flughäfen betragen 88 km (Nürnberg) und 126 km (München).

Entwicklungsflächen

Insgesamt stehen in der ILE Altmühltal ca. 36 ha bisher un bebauter GE / GI-Flächen zur Disposition, die hinsichtlich ihrer Marktfähigkeit bewertet und ggf. dem Bedarf der regionalen Nachfrage angepasst werden müssen. Die Potenziale der Entwicklungsachsen B2 / B13 / B131 neu sind hier ebenso in Erwägung zu ziehen, wie die Möglichkeiten der Schaffung eines interkommunalen Gewerbe flächenpools oder der Ausweisung eines gemeinsamen Gewerbegebietes, das den Bedürfnissen der regionalen und über regionalen Nachfrage Rechnung trägt.

Daneben gibt es in den Innenbereichen (vorwiegend der Hauptorte) leer stehende Gewerbeflächen. Abgesehen von dem ausgedünnten Angebot, beeinträchtigen Leerstände die Attraktivität und Atmosphäre und führen in der Konsequenz zu einer Wertdegeneration im Umfeld, vor allem dann, wenn die betroffenen Gebäude und deren Umfeld nicht mehr ausreichend Instand gehalten und gepflegt werden.

ABBILDUNG 30: UNBEBAUTE GWERBEFLÄCHEN IN DEN KOMMUNEN



	in m ²	Summe
Alesheim	0	0
Dittenheim	90.000	90.000
Langenaltheim		13.000
Im Brand	13.000	
Markt Berolzheim		10.000
Gewerbegebiet Bahnhofstr.	10.000	
Meinheim	0	0
Pappenheim		32.000
Schachenschlage	32.000	
Solnhofen		9.700
Ehemaliges Kalkwerk	9.700	
Treuchtlingen		210.200
Mühlfeldweg	3.200	
Mühlfeldweg	6.000	
Industriegebiet an der B2	9.000	
Industriegebiet an der B2	15.000	
Heusteig	13.000	
Industriegebiet an der B2	74.000	
Heusteig	10.000	
Gstad-Nord	80.000	
Gesamt:	364.900	364.900

QUELLE: STANDORTINFORMATIONSSYSTEM BAYERN (SISBY); EIGENE DARSTELLUNG

Arbeitsmarkt

Die Arbeitslosenquote betrug im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen¹² 3,1% im Jahresdurchschnitt (Bayern 4,0 %; Deutschland 5,5 %). Die Region fügt sich damit in das gesamt-bayerische Bild ein. (vgl. Abbildung 31)

Der Anteil der Menschen im Alter zwischen 15 und 25 betrug 10,4%, der Anteil der 50 bis unter 65-jährigen 24,5 %¹³.

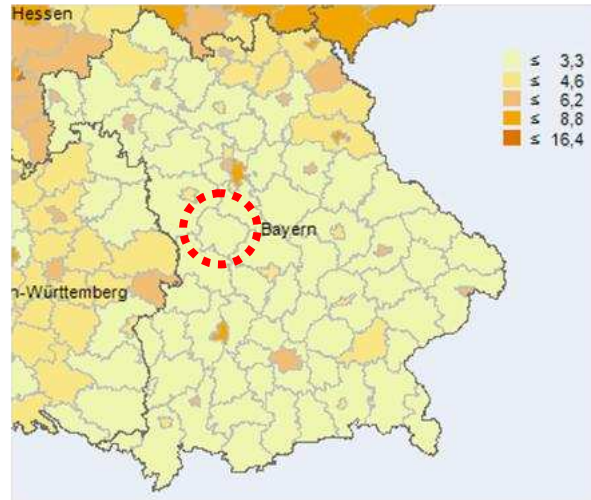
Allerdings ist der Anteil der jüngeren unter 25 Jahren an den erwerbsfähigen Leistungsempfängern im bayerischen Vergleich überdurchschnittlich hoch (vgl. Abbildung 32).

Im Jahr 2011 gab es bei rückläufigen Bewerberzahlen eine Zunahme der gemeldeten Lehrstellen und der zustande gekommenen Ausbildungsverhältnisse.

Die heimischen Unternehmen meldeten dem gemeinsamen Arbeitgeberservice von Arbeitsagentur und Jobcentern im Berichts-

jahr 2010/2011 1324 Ausbildungsstellen; dies waren 172 mehr als 2009/2010. Im gleichen Zeitraum suchten 1562 Bewerber über die Berufsberatung der Agentur für Arbeit einen Ausbildungsplatz. Dies sind 134 Ausbildungssuchende weniger als im Vorjahr. Neben der guten konjunkturellen Lage

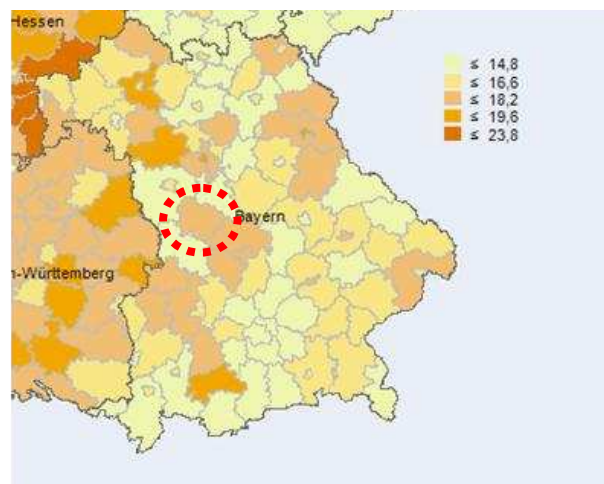
ABBILDUNG 31: ARBEITSLOSENQUOTE BEZOGEN AUF ALLE ZIVILEN ERWERBSPERSONEN IN %



QUELLE: BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, SEPTEMBER 2011

25 Jahren an den erwerbsfähigen Leistungsempfängern im bayerischen Vergleich überdurchschnittlich hoch (vgl. Abbildung 32).

ABBILDUNG 32: ANTEIL DER JÜNGEREN UNTER 25 JAHREN AN DEN ERWERBSFÄHIGEN LEISTUNGSBERECHTIGTEN IN %



QUELLE: BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT, SEPTEMBER 2011

¹² November 2011

¹³ Gemessen an der Gesamtzahl der Arbeitslosen

ist die positive Entwicklung des Lehrstellenangebotes durch die absehbare demografische Entwicklung begründet: Unternehmen setzen (wieder) vermehrt auf Ausbildung im eigenen Betrieb, um gezielt für die eigenen Bedürfnisse Arbeitnehmer zu rekrutieren. Während einerseits die Konkurrenz um einen Ausbildungsplatz abnehmen wird, wird die Konkurrenz um interessierte Bewerber wachsen.¹⁴

Mit besonderen Herausforderungen werden sich diejenigen Betriebe konfrontiert sehen, deren MitarbeiterInnen höhere körperlich Anforderungen, unattraktive Arbeitszeiten / Wochenendarbeit, ungünstige Verkehrsverbindungen und/oder ein vergleichsweise schlechtes Image des Berufs in Kauf nehmen müssen. Dazu zählen beispielsweise Berufsbilder aus den Bereichen Gastronomie (Koch/Köchin, Küchengehilfen, Servicemitarbeiter), des Lebensmittelhandwerk / -handels (Bäcker Metzger, Metzgerei- /BäckereifachverkäuferInnen) sowie in der die Region prägenden Steinindustrie.

In diesen Bereichen sind neben einem Defizit an Auszubildenden künftig auch Probleme bei der Rekrutierung von ausgebildetem Fachpersonal zu erwarten.

ABBILDUNG 33: ABSOLVENTEN NACH ABSCHLUSSARTEN UND ABGANGSJAHREN

Abgangs- jahr	Absolventen gesamt	davon			
		ohne Hauptschul- abschluss	mit Haupt- schulab- schluss	Realschul- abschluss oder gleichwertig	(Fach-) Hochschul- reife
2000	2107	171	895	727	314
2009 ¹⁵	2117	120	606	991	400
2010	2154	118	621	986	429
2011	2535	119	604	967	845
2012	2144	119	624	952	449
2013	2147	118	609	976	444
2014	2132	118	602	964	448
2015	2138	117	606	952	463
2016	2109	113	591	952	453
2017	2071	112	573	938	448
2018	2032	109	563	910	450
2019	1987	104	554	889	440
2020	1923	102	517	877	427

QUELLE: 182. KULTUSMINISTERKONFERENZ; AGENTUR FÜR ARBEIT WEIßENBURG: JAHRESBILANZ AUSBILDUNGSMARKT 2010/2011

Bildungslandschaft

Der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen ist eine von 14 bayerischen Pilotregionen für das Qualitätssiegel „Bildungsregion in Bayern“.¹⁶ In enger Kooperation zwischen Schulen, Kommunen und Bildungsträgern vor Ort sollen Kin-

¹⁴ Pressemitteilung der Agentur für Arbeit Weißenburg v. 7.11.2011

¹⁵ Bis 2009 Ist-Zahlen

¹⁶ Pressemitteilung des BayStMKM v. 16.2.2012







der und Jugendliche künftig noch intensiver bei ihrem individuellen Bildungsweg und beim Einstieg ins Berufsleben begleitet werden.

ABBILDUNG 34: SCHULSTANDORTE IN DER ILE ALTMÜHLTAL



Handlungsansätze

Ziele:

-  Erhalt der Standortbindung bestehender Unternehmen und Gewinnung von neuen Betrieben
-  Verfügbarkeit eines „passenden“ Arbeitskräfteangebotes unterstützen, frühzeitige Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen für Ausbildungen in den in der Region nachgefragten Berufen (v.a. technische und soziale Berufe)
-  Profilierung als Kompetenzregion für erneuerbare Energien
-  Verbesserung der Anbindung an die Autobahnen durch Ausbau der Bundesstraßen
-  Ausbau von leistungsfähigen Datennetzen
-  Verbesserung des ÖPNV-Angebotes

Übergeordnetes Ziel dieses Handlungsfeldes ist die Sicherung der Unternehmen und Arbeitsplätze in der Region, die Stärkung der regionalen Wertschöpfung, eine nachfrageorientierte Aus- und Weiterbildung sowie verstärkte Kooperationen zwischen Wirtschaft und Kommunen.

Eine breite und vielfältige Diversifizierung der regionalen Wirtschaftsstruktur macht diese weniger anfällig für strukturelle oder konjunkturelle Krisen oder saisonale Schwankungen. Sie wirkt sich dadurch auch positiv auf das Arbeits- und Ausbildungsplatzangebot aus und steht damit in direktem Zusammenhang mit einer nachhaltigen Regionalentwicklung. Eine vorwiegend klein- und mittelständisch geprägte Betriebsgrößenstruktur wirkt der Abhängigkeit von wenigen Großkonzernen entgegen. Dazu sind kleine und mittelständische Betriebe oft durch eine größere Regionsverbundenheit geprägt und zumeist inhabergeführt, was sich ebenfalls positiv auf die Wirtschaftsstabilität auswirkt.

Die Vielfalt der Unternehmen im Projektgebiet erfordert auch ein flexibles, begleitendes Handeln der kommunalen und regionalen Verwaltungen hinsichtlich der Bereitstellung von Infrastruktur, Flächen und Service. Um passgenaue Lösungen anbieten zu können, ist es erforderlich, einen Überblick über die Befindlichkeiten, Planungen und Vorhaben der Unternehmen zu haben. Frühwarnsysteme, um die Abwanderungsgefahr von Gewerbebetrieben zu erkennen, sind derzeit auf Kommunalebene nicht/kaum standardisiert und aussagefähig vorhanden. Es gibt nur temporäre und partielle Erkenntnisse über die Beziehungen von Gewerbebetrieben zur Wirtschaftsförderung bzw. zur Kommune in Gänze. Bis dato gibt es auch kaum Benchmarks/Vergleichszahlen zwischen Kommunen zur Standortloyalität.

Um die eigene Region in ihren Standortqualitäten zu optimieren, wird ein gemeinsames Vorgehen erfolversprechend sein.

Bei der Infrastrukturausstattung sind vor allem die Verkehrs-, die Bildungs- und die Versorgungsinfrastruktur ausschlaggebend für Standortentscheidungen von Wirtschaft und Bevölkerung. Neben der Bereitstellung der entsprechenden Infrastruktur gilt es auch, die Dimensionierung so zu gestalten, dass eine effiziente Bewirtschaftung bei größtmöglicher Qualität möglich und finanzierbar ist und auf absehbare Zeit bleibt. Die flächendeckende Anbindung an leistungsfähige Datennetze wird angesichts flexibilisierter Arbeitsformen und dezentraler Organisation von Arbeitsorten immer mehr zu einem entscheidenden Standortfaktor.

Ein wichtiges Kapital einer Region sind qualifizierte Arbeitskräfte, was sich vor allem auch durch eine gut ausgebaute Bildungsinfrastruktur beeinflussen lässt. Diesen wichtigen Standortfaktor gilt es zu profilieren und ein hohes Niveau in Aus- und Fortbildung zu sichern.

Die gemeinsame Weiterentwicklung der Schullandschaft ist ein Zukunftsthema von herausragender Bedeutung und hoher Brisanz, dem sich jede Region stellen muss.

Ziel ist es daher, mit Vertretern unterschiedlichster Institutionen mit Verbindung zur Thematik, vor allem aber auch den Unternehmensvertretern Lösungsansätze und Handlungskonzepte zu erarbeiten und einzelne Aktionen untereinander abzustimmen.

Der Prozess zum Qualitätssiegel „Bildungsregion in Bayern“ bietet eine gute Plattform für die Gestaltung einer attraktiven Bildungslandschaft.

Das Konzept der Bildungsregionen ruht auf den fünf folgenden Säulen¹⁷:

1. Übergänge zu gestalten, etwa den vom Kindergarten zur Grundschule, den von den Grundschulen zu den weiterführenden Schulen oder den von den allgemeinbildenden Schulen in Ausbildung und Studium.
2. Bildungsangebote und Wege zu vernetzen durch Experten vor Ort aus den unterschiedlichen Bereichen, etwa zwischen Schulen und Kommunen, zwischen Schulen und Jugendarbeit, zwischen Schule und regionaler Wirtschaft und zwischen Schule und Erwachsenenbildung.
3. Chancen zu eröffnen, junge Menschen in besonderen Lebenslagen zu unterstützen, die Teilhabegerechtigkeit zu erhöhen und damit kein Talent zu verlieren. Das bedeutet etwa, die Betreuungskulisse von Ganztagsangeboten zu verbessern oder Jugendliche beim Übergang von der Schule in Ausbildung und Beruf zu begleiten.
4. Bürgergesellschaft und Jugendarbeit zu stärken, etwa durch die Zusammenarbeit von schulischen und außerschulischen Partnern sowie durch die Gewinnung von Jugendlichen für ehrenamtliches Engagement.

¹⁷ Vgl. Veröffentlichung des BayStMKM v. 16.2.2012


5. Bildung als Standortfaktor angesichts des demografischen Wandels aktiv zu gestalten; so sollen etwa Kindertageseinrichtungen und Schulen in Wohnortnähe liegen und die Schulentwicklung optimiert werden.

Noch ist offen, wie die geplanten Dialogforen und Arbeitskreise vor Ort begleitet werden. Im Rahmen der ILE könnten derartige Vorhaben personell unterstützt werden.

In der Bevölkerung soll mehr Aufmerksamkeit für die Produkte und Dienstleistungen der heimischen Betriebe geschaffen werden. Nach wie vor gibt es keine Plattform, auf der sich Handel, Handwerk und Gewerbe gemeinsam präsentieren können. Die Gestaltung des regionalen Angebotes im Hinblick auf eine sich verändernde Gesellschaft sollte ein Qualitätsmerkmal der Region werden.

Seitens der Anbieter muss verstärkt und flexibler auf die Bedürfnisse (Angebotssortiment) und Möglichkeiten (z.B. Mobilität) der Kunden eingegangen werden. Wachsender Konkurrenzdruck durch große Handelsketten, Kaufkraftschwund, der Bau neuer regionaler Einkaufszentren und schließlich die aktuelle Wirtschaftslage machen dem inhabergeführten Einzelhandel im ländlichen Raum zu schaffen. Die Qualität von Angebot und Service sowie zunehmend auch (wieder) die fachkundige Beratung werden maßgebliche Kriterien gerade für kleinere und mittlere Handels- und Dienstleistungsunternehmen sein. Das Wissen um gesellschaftliche Trends und die Entwicklung von Nachfragemärkten sichert die Marktposition gerade auch kleinerer Strukturen. Neben der Alterung der Bevölkerung ist besonderes Augenmerk auf die Entwicklung sog. Volkskrankheiten zu legen, wie z.B. Allergien, Unverträglichkeiten gegenüber Lebensmitteln oder einzelnen Bestandteilen (Zöliakie, Laktoseintoleranz etc.), Diabetes u.a.m.

Maßnahmen

-  Qualitätsmanagement für die kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderungsaktivitäten - Verbindliche Kommunikations- und Kooperationsstrukturen zwischen Kommunen / Landkreis und Unternehmen.

Auf der Basis der 2009 durchgeführten Unternehmerbefragung und den daraus abgeleiteten Handlungsbedarfen entwickelt sich sukzessive ein regelmäßiger und z.T. standardisierter Informationsaustausch, der nicht nur über die Verbände erfolgt, sondern den direkten Kontakt mit den Unternehmen in den Vordergrund stellt.

Eine regelmäßige Aktualisierung der Regionsbewertung durch die Unternehmen trägt zur Standortloyalität und –zufriedenheit bei, ermöglicht frühzeitig die Reaktion auf zu erwartende Handlungsbedarfe und ermöglicht das Monitoring und die Evaluierung der eingeleiteten Maßnahmen.

Ziel ist

- die Implementierung eines Frühwarnsystems für Kommunen / Regionen zur Ableitung von ggf. zielgruppen-/ branchenspezifischen Bindungsprogrammen für die ansässigen Unternehmen,¹⁸
- die Ermittlung der Zufriedenheit mit Standortfaktoren, die Standortbindung der Unternehmen sowie deren Bedarf an kommunalen Leistungen,
- die Sammlung verlässlicher Daten über Bedürfnisse und Wechselbereitschaft von ortsansässigen Unternehmen,
- die systematische Beziehungspflege zwischen Kommunen und Betrieben,
- die Unterstützung bei der Suche und Entwicklung von Erweiterungsflächen und Gebäuden und
- die gemeinsame Vermarktung von Standorten (vgl. Impulsregion Fürstenfeld, Steiermark).

Aus diesen Ergebnissen und der Analyse der verfügbaren GE-/GI-/MI-Gebiete ist u.U. auch eine stärker nachfrageorientierte Bauleitplanung abzuleiten.

¹⁸ Der Deutsche Städte- und Gemeindebund bietet ein standardisiertes Tool zur Messung der Standortzufriedenheit und Loyalität (Standortbindung) von Unternehmen/ Gewerbebetrieben, zur Ermittlung des Images der Region/Kommune und Bewertung der Standortfaktoren aus Sicht der Gewerbebetriebe. www.l-q-m.de/files/information_gewerbemonitor.pdf

 **Koordinierung und Intensivierung der Aktivitäten zur Berufsvorbereitung**

Die Schullandschaft im ILE-Gebiet ist vielfältig (Grund- und Mittelschulen); es gibt zahlreiche Aktivitäten zur Berufsorientierung und Berufswahl. Im Sinne einer effizienten Zusammenarbeit mit den Unternehmen der Region und im Hinblick auf möglichst passgenaue Angebote für die Schülerinnen und Schüler, soll eine intensivere Zusammenarbeit zu diesem Thema, die über die ILE hinauswirkt, stattfinden.


Ziele sind:

- optimale Gestaltung des Übergangs von der Schule in das Berufsleben
- Vernetzung von Ausbildungsbetrieben und Mittelschulen
- gut qualifizierte Arbeitskräfte für die einheimischen Unternehmen
- Konzertierte Aktionen zwischen den Schulen zur Intensivierung der Berufsvorbereitung und Berufsorientierung in Kooperation mit den Betrieben zur Eindämmung des Fachkräftemangels (z.B. Berufswahltag mit thematischen Schwerpunkten an verschiedenen Schulen)

 **Erhebung und Bewertung des Status-Quo von Ausbildung und Berufsorientierung (Interviews mit Akteuren)**

- externe Evaluierung der Aktionen zur Berufsorientierung
- Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse in einem Workshop mit den Akteuren
- Erstellung einer Aktionslandkarte mit den gesammelten Maßnahmen (ggf. im Rahmen eines Projekt-Seminars)
- Erstellung einer interaktiven Ausbildungslandkarte und von Video-Jobcasts (ggf. im Rahmen eines Projekt-Seminars)¹⁹

¹⁹ Vgl. Erfahrungen des Jugendpakts Kitzingen; www.jugendpakt.de

 Intensivere Zusammenarbeit von Unternehmen und Schulen (auf Berufszweige konzentriert, in Abstimmung mit allen Schulen, interaktive Datenbanken, Tutoren-/Mentorensystem einführen (mit weiterführenden Schulen)

- Fachspezifische Veranstaltungen zu technischen, sozialen oder wirtschaftsorientierten Berufen an Schulen und in Firmen
- Wissen und Informationen über berufliche Perspektiven in der Region sammeln und aktualisiert zur Verfügung stellen
- Regions-Alumni einrichten

 Implementierung des Projektes „Technik für Kinder“

Wissenschaftliche Untersuchungen haben gezeigt, dass die Entscheidung für einen Technikberuf bei 80 % bereits in der Kindheit begründet ist. Aber wo lernt ein Kind „Technik“? Es wird zu wenig getan, um den technischen Nachwuchs – der zweifellos Basis des wirtschaftlichen Erfolges vieler Unternehmen ist – zu fördern und für Technik zu begeistern. Hier setzt der gemeinnützige Verein „TfK – Technik für Kinder e.V.“ an. Der Verein realisiert Projekte, bei denen Kinder sich mit technischen Themen auseinandersetzen und vor allem durch „Selbermachen“ von Technik und handwerklichem Tun begeistert werden.²⁰

Folgende Elemente könnten gezielt implementiert werden:

- SET – Schüler entdecken Technik
- JECC – Junge-Elite-Computer-Club
- Roboterprogrammierungskurs
- Einrichtung von Technikhäusern (Werkstätten)
- Organisation und Durchführung von Technikferien
- Einrichtung einer Sammelstelle für Altgeräte zum Experimentieren
- Rekrutierung von Azubi-Tutoren, Mentoren, Studenten

Referenz / Partner

TfK – Technik für Kinder e.V.
 Heidi Heigl
 Edlmairstraße 9 | 94469 Deggendorf
 Telefon: +49 (0)991 3615290
 E-Mail: info(at)tfk-ev.de
 mehr Informationen unter www.tfk-ev.de

²⁰ Aus der Selbstdarstellung des Vereins

- 📄 Übertragung des Projektansatzes „Technik für Kinder“²¹ auf weitere Bereiche mit absehbarem oder bereits bestehendem Fachkräftemangel (z.B. Soziale Berufe, Gastronomie)
- 📄 Aufbau eines Schulungs / Forschungszentrums für erneuerbare Energien auf dem Gelände der Fa. Bloos, Heizomat (ehemal. Bundeswehrkaserne); z.B. mit der Fa. NQ Anlagentechnik
- 📄 Ausbau eines Hochleistungsdatennetzes; Verlegung von Leerrohren im Zuge von Tiefbaumaßnahmen zur Vorbereitung
- 📄 Qualifizierungsangebote für Handels- und Dienstleistungsunternehmen

48 Einzelhändler und 86 Mitarbeiter dieser Betriebe aus dem gesamten Landkreis beteiligten sich mit großem Erfolg an dem Projekt „Metro III – Qualifizierung im Einzelhandel“ und beschäftigten sich in Seminaren, betrieblichen Einzelberatungen und Inhouse-Schulungen mit Methoden, um im globalen Wettbewerb zu bestehen, neue Kunden zu gewinnen und Kaufkraft in Altmühlfranken zu halten.



Ziel bleibt es, das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in der Region wettbewerbsfähig zu erhalten bzw. zu machen.

Neben gemeinsamen Schulungen können auch einzelbetriebliche (Erst-) Beratungen angeboten werden.

²¹ www.tfk-ev.de

Generationenfreundliches Einkaufen

Der Handelsverband Deutschland (HDE) bietet gemeinsam mit dem Bundesfamilienministerium und der Initiative "Wirtschaftsfaktor Alter" eine Zertifizierung für den Einzelhandel an.

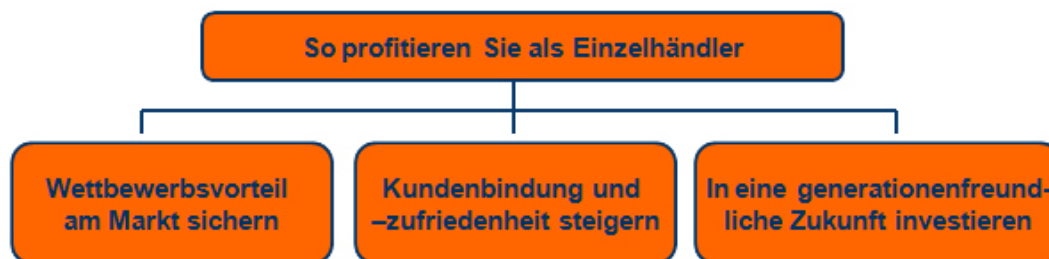
Der Handel soll damit für die veränderten gesellschaftlichen Trends und die Ansprüche fit gemacht werden, die die Kunden an Angebot und Service stellen.

Mit dem bundesweiten Qualitätszeichen "Generationenfreundliches Einkaufen" können seit Frühjahr 2010 Einzelhändler in ganz Deutschland ausgezeichnet werden. Anhand von eigens für dieses Verfahren entwickelten Kriterien prüfen Testerinnen und Tester vor allem Leistungsangebote, Zugangsmöglichkeiten, Ausstattung der Geschäftsräume sowie das Serviceverhalten von Einzelhändlern.

Für die Erlangung des Qualitätszeichens werden Einzelhändler anhand eines Kriterienkatalogs durch geschulte Tester geprüft. Wird der Test mit ausreichender Punktzahl bestanden, wird das Qualitätszeichen für drei Jahre verliehen. Danach ist eine erneute Prüfung notwendig. Die erfolgreich geprüften Einzelhändler erhalten ein Zertifikat. Diese Auszeichnung dürfen sie zudem mit einem Aufkleber an der Eingangstür gegenüber den Kundinnen und Kunden sichtbar machen.²²




VORTEILE DER ZERTIFIZIERUNG



QUELLE: WWW.GENERATIONENFREUNDLICHES-EINKAUFEN.DE

²² In Anlehnung an die Eigendarstellung der Initiative unter www.generationenfreundliches-einkaufen.de

 **Regionaler (Gewerbe-)Flächenpool / Interkommunale Gewerbeflächen (bevorzugt ILE-übergreifend)**

Städte und Gemeinden sind auf die Ansiedlung von Unternehmen angewiesen, um im Wettbewerb der Regionen nicht unterzugehen. Die Unternehmen stellen heute allerdings hohe Ansprüche.

In der Regel orientiert sich eine Stadt oder Gemeinde an ihren administrativen Grenzen – daran werden Gewerbesteuerereinnahmen, Erlöse aus Flächenverkäufen und nicht zuletzt der Erfolg oder Misserfolg der lokalen Wirtschaftspolitik gemessen.

Unternehmen orientieren sich aber an ihren eigenen Aktionsradien – und die haben meist mit den Gemeindegrenzen nur sehr wenig gemeinsam. Eine durch administrative Grenzen eingeschränkte Gewerbeflächenpolitik auf lokaler Ebene hat also nur geringe Chancen, die wirklichen Anforderungen von Investoren und Nutzern zu erfüllen.

Neben der Entwicklung interkommunaler Gewerbegebiete, wird zunehmend der Ansatz interkommunaler Gewerbeflächenpools interessant, die sich vorwiegend aus bereits vorhandenen Flächenpotenzialen zusammensetzen.

In einem solchen Pool gehen mehrere Kommunen eine strategische Partnerschaft ein und nehmen ihre Gewerbeflächenpolitik als Region gemeinsam in die Hand. Vorhandene und geplante Gewerbeflächen werden von den Kommunen in den Pool eingebracht und monetär bewertet. Der Wert der von einer Kommune dem Pool zur Verfügung gestellten Flächen bestimmt deren Anteil am Poolvermögen. Neben Flächeneinträgen sind auch reine Geldeinträge möglich.

Wird die von einer Kommune in den Pool eingebrachte Gewerbefläche verkauft, dann erstattet der Pool dieser Kommune die von ihr getragenen Erschließungskosten. Von den Verkaufsgewinnen, d.h. den um die Erschließungskosten geminderten Verkaufserlösen, erhält die betreffende Kommune jedoch nur einen Anteil, und zwar nach Maßgabe ihres Poolanteils. Dafür profitiert sie aber auch (entsprechend ihres Poolanteils) von denjenigen Verkaufsgewinnen, die bei der Vermarktung von Flächen anderer Poolkommunen anfallen.

Die auf den verkauften Poolflächen erzielten Gewerbesteuerereinnahmen fließen zunächst ebenfalls vollständig an den Pool und werden dann unter den Mitgliedskommunen entsprechend ihrer Poolanteile ausgeschüttet.

Dabei stechen mehrere Pluspunkte hervor.

- Größere Außenwahrnehmung: Eine gemeinsame Region präsentiert sich mit einem großen, übergreifenden Angebot.
- Vielfältiges Angebot: Ein breites regionales Portfolio verschiedener Flächen kann eine Vielzahl unterschiedlicher Nachfragen bedienen.
- Geeignete Standorte: Die Standortanforderungen der Unternehmen und die Eignung der Fläche bestimmen die Entwicklung, nicht die administrative Grenze. „Notlösungen“ werden nicht mehr entwickelt.
- Risikoausgleich: Die Gefahr schleppender Flächenverkäufe oder schwankender Gewerbesteuereinnahmen wird durch die Größe des Pools im Vergleich zur einzelnen Kommune relativiert.

Ein interkommunaler Gewerbeflächenpool versucht also, die scheinbaren Gegensätze der ökonomischen Fortentwicklung und die Wahrung ökologischer Belange einer Region zu verbinden und dabei für die Kommunen Synergien zu nutzen, die sich im „Einzelkämpferstatus“ nicht bieten.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Möglichkeit, dass sich die Kommunen nicht nur mit Gewerbeflächen, sondern auch mit Geld oder Ausgleichsflächen am Pool beteiligen können.

Diese Option ist deshalb so interessant, weil es damit Kommunen in topographisch oder ökologisch schwieriger Lage „leichter gemacht“ wird, auf die Ausweisung von Gewerbeflächen zu verzichten. Die entsprechenden Kommunen partizipieren nämlich nach Maßgabe ihrer Geld- bzw. Ausgleichsflächeneinlage an den Flächenverkaufsgewinnen und Gewerbesteuereinnahmen des Pools.

Die Vorteile dieser regionalen Zusammenarbeit liegen vor allem im Abbau kommunaler Konkurrenzsituationen, da es zukünftig egal sein wird, auf wessen Gemarkungsfläche eine wirtschaftliche Entwicklung stattfindet. Alle Poolgemeinden profitieren davon und können somit über eine gemeinsame Außendarstellung in einen überregionalen Wettbewerb eintreten. Zudem wird ein Beitrag zur Reduzierung der Flächeninanspruchnahme geleistet, da eine einzelne Kommune über die Handlungsoption „Geld statt Fläche“ nicht mehr dazu gezwungen ist, um jeden Preis Gewerbeflächen auszuweisen. Die eine Geldeinlage leistenden Poolmitglieder partizipieren also an der regionalen Wirtschaftsentwicklung, ohne eigene Flächen für gewerbliche Zwecke ausweisen zu müssen. Gleiches gilt für die Kommunen, die sich mit Ausgleichsflächen am Pool beteiligen.

Größte Hürde für dieses Vorgehen ist immer, dass es Kommunen gibt, die aufgrund ihrer guten strategischen Lage (z.B. an einer leistungsfähigen Verkehrsinfrastruktur) wenig Vorteile für sich sehen. So wie alle anderen Maßnahmenvorschläge ist auch dieser unter dem integrierten Aspekt zu betrachten: die scheinbaren Nachteile / Nulleffekte in dem Projekt werden durch Vorteile in einem anderen Projekt kompensiert – die positive Weiterentwicklung der Region steht im Mittelpunkt. Flä-

chensparen und die Erhaltung einer attraktiven Umwelt ist eine wichtige Maxime für hohe Standort- und Lebensqualitäten.

 Leistungsfähiges Straßennetz (regional und überregional)

- Konsensbildung über Ausbauplanung für die Bundesstraßen
- Umgehungsstraße Treuchtlingen
- Ausbau /Verbesserung der Erschließung von Weilern und der Verbindung von Orten (Erschließung Weiler Großholz, Sanierung Lengfelder und Trommetsheimer Brücke, OV Markt Berolzheim-Meinheim)