

Tabelle 1: Aufgaben Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing

Aufgabe		Beispiel	Ist Personalstunden Anteil VZÄ	durch das Gesamtkonzept neugeschaffener Anteil Personalstunden Anteil VZÄ	Bemerkung
1 Standortentwicklung und Ansiedlungsförderung					
2	Strategische Positionierung des Wirtschaftsstandortes	Erarbeitung und Definition von Standortprofilen sowie Branchenkonzepten	0,05	0,03	Budget externer Dienstleister für Profilbildung Technologiestandort Rottweil (Konzept mit Maßnahmen für Folgejahre)
3	Standortentwicklung / Projektmanagement / Aufbereitung von Standortfaktoren	Sicherung und Entwicklung der wirtschaftsnahen Infrastruktur	0,20	-0,15	Budget externer Dienstleister, Schnittmenge mit Infrastrukturplanung (Tourismus) berücksichtigt sowie neue Einbettung in die Verwaltung
4	Ansiedlungsservice	Koordination von wirtschaftlichen Entwicklungsvorhaben	0,10	0,08	Kernaufgabe der kommunalen Wirtschaftsförderung, Schnittmenge mit Infrastrukturplanung (Tourismus) berücksichtigt
5	Standortmarketing	Materialien zur Standortwerbung (u.a. Standortbroschüre)	0,10	0,06	
6	Nutzung moderner Informations- & Kommunikationsmittel		0,06		
7	Vernetzung mit Akteuren in Baden-Württemberg	u.a. mit der Wirtschaftsförderung des Landes bw-i (Baden-Württemberg International)	0,02	0,01	zunächst stärkere Vernetzung auf lokaler und regionaler Ebene
8	Flächenentwicklung und -bereitstellung sowie Vermarktung im Inland	Entwicklung Berner Feld II, Umsetzung und Fortschreibung Wirtschaftsflächenkonzept	0,10	0,05	Haushaltsansatz für Erschließung neuer Gewerbegebiet nicht bei Abteilung veranschlagt und derzeit noch unbekannt; hier nur Sachmittel für Vermarktung im Inland
9	Kooperation und laufende Abstimmung mit dem INKOM	abgestimmte, branchenspezifische Vermarktung der Flächen	0,02	0,01	
10	Entwicklung der Hängebrücke als neues Thema für das Standortmarketing	im Kontext der Fachkräftegewinnung	0,03	0,03	neues Thema, Budget offen, Schnittmenge zum Stadt- und Tourismusmarketing berücksichtigt
11	Entwicklung Landesgartenschau als neues Thema für das Standortmarketing	im Kontext der Fachkräftegewinnung	0,05	0,05	neues Thema, Budget offen, Schnittmenge zum Stadt- und Tourismusmarketing berücksichtigt
GESAMT Standortentwicklung und Ansiedlungsförderung			0,73	0,17	

Tabelle 1: Aufgaben Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing

Aufgabe	Beispiel	Ist Personalstunden Anteil VZÄ	durch das Gesamtkonzept neugeschaffener Anteil Personalstunden Anteil VZÄ	Bemerkung
12 Bestandsmanagement				
13 Beziehungsmanagement/Erhalt bestehender Unternehmen	regelmäßige Unternehmensbesuche	0,20	0,14	Kernaufgabe der kommunalen Wirtschaftsförderung, Schnittmenge mit Betreuung Leistungsträger (Tourismus) berücksichtigt
14 Veranstaltungsformate zur Informations- und Wissensvermittlung	Impulse zu aktuellen Themen in der Stadt oder Wirtschaft		0,05	ohne Leitbild Maßnahme Wirtschaftsclub Rottweil und ohne Unternehmerfrühstück (mit IHK)
15 Beirat für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing	Beratung und aktive Beteiligung an der Standortentwicklung	0,08		Beteiligungsmanagement
16 Unternehmerforum/starter-Forum	zentrale jährliche Informationsveranstaltung für Politik, Wirtschaft und Verwaltung			im jährlichen Wechsel
17 Innovations- und Wissenstransfer	insbesondere Verbesserung der Innovationskraft bei kleineren und mittleren Unternehmen (u.a. mit Hochschule Furtwangen, Technology Mountains e.V.)	0,05	0,05	neue Aufgabe der Wirtschaftsförderung
GESAMT Bestandsmanagement		0,33	0,24	
18 Fachkräftesicherung				
19 starter Rottweiler Berufemesse	Durchführung und Weiterentwicklung	0,10	-0,05	Reduzierung durch Prozessoptimierung
20 Mitwirkung in der Fachkräfteallianz Gewinnerregion	Neuorganisation auf regionaler Ebene	0,02	0,01	Einbringung der Interessen Rottweils
21 Mitwirken beim Steinbeis-Netzwerk Treffpunkt Wirtschaft und Arbeitskreis Schule-Wirtschaft	Mitglied im Lenkungskreis des Arbeitskreises	0,02	0,01	
22 Ärzteversorgung/ Gesundheitswirtschaft	u.a. Sicherung Hausärzteversorgung	0,04	0,04	neue Aufgabe und Überprüfung der Aktivitäten in 2020/21
GESAMT Fachkräftesicherung		0,18	0,01	

Tabelle 1: Aufgaben Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing

Aufgabe		Beispiel	Ist Personalstunden Anteil VZÄ	durch das Gesamtkonzept neugeschaffener Anteil Personalstunden Anteil VZÄ	Bemerkung
23 Querschnittsaufgaben					
24	Strategische Planung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	Entwicklung Maßnahmen für die Wirtschaftsförderung / Stadtmarketing	0,02	0,01	
25	Leitbilder	z.B. Fortschreibung	0,02	-0,02	Überprüfung in 2018 erfolgt
26	Digitalisierung	bedarfsgerechte und realisierbare Digitalisierungsstrategie	0,05	0,03	nur Digitalisierungsstrategie in 2018/19 und anschließend nur für die Abteilung geplant
27	regelmäßige Analyse des Wirtschaftsstandortes	Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Standortes Rottweil	0,01	0,01	Vergabe an externen Dienstleister
28	Jahresberichte		0,02		
29	Abstimmung mit der Verwaltung		0,10		
30	Vertretung in kommunalen Gremien		0,04	-0,03	Reduzierung durch neue Einbettung in Verwaltung
31	Beteiligung an relevanten Planungsverfahren		0,04	0,02	
32	Verfahrensmanagement, Controlling (wirtschaftsfreundliche Verwaltung)	Erhalt wirtschaftsfreundliches Klima in der Verwaltung	0,04	0,03	
33	Netzwerkarbeit und Kooperation (lokale und regional)	stärkere Zusammenarbeit im Regionalmarketing	0,05	0,03	
34	Führungsaufgaben/Gesamtleitung	für die Aufgabenbereiche Wirtschaftsförderung, Tourismus und Stadtmarketing	0,15	0,10	Budget für Beratung externer Dienstleister für Prozessoptimierung
35	Mitarbeiterführung		0,05	0,03	
36	Koordination der Aufgaben		0,02	-0,05	Reduzierung wegen Rückkehr Tourismusleitung aus Elternzeit
37	Büromanagement	Rechnungswesen, Datenpflege, Büroorganisation, Terminkoordinierung, Vor- und Nachbereitung von Terminen, Korrespondenz	0,10	-0,09	Reduzierung, weil nur noch Anteil Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing
GESAMT Querschnittsaufgaben			0,71	0,07	

Tabelle 1: Aufgaben Wirtschaftsförderung/Stadtmarketing

Aufgabe		Beispiel	Ist Personalstunden Anteil VZÄ	durch das Gesamtkonzept neugeschaffener Anteil Personalstunden Anteil VZÄ	Bemerkung
38 Stadtmarketing					
39	Positionierung Rottweils sichern und Profil weiter schärfen	Veranstaltungen zur Stadt der Türme (z.B. Kooperation mit tk beim Turmlauf)	0,08	0,06	
40	Aufbau eines City-/Innenstadtmanagements mit neuen Strukturen	Weiterentwicklung Ladenöffnungszeiten	0,25	0,23	in Zusammenarbeit mit GHV und IHK
41	Innenstadtmarketing/Weihnachtsmarkt	Rahmenprogramm	0,04	0,01	
42	Entwicklung Stadtmarketingkonzept mit dem Aufbau einer geeigneten Dachmarke und Umsetzung	Entwicklung der Dachmarke inkl. neuem Erscheinungsbild für die Stadt Rottweil	0,15	0,15	Budget externe Dienstleister
43	Projektbezogene Mitarbeit an Stadtentwicklungsvorhaben	Gestaltung Ortseingangsbeschilderung	0,03	0,01	neue Einbettung in die Verwaltung berücksichtigt
44	Maßnahmenentwicklung Tagesgäste Turm & Hängebrücke	Übersichtsflyer zum Stadtinfosystem	0,03	-0,04	Schnittmenge zum Tourismus berücksichtigt
46	Marketingmaßnahmen Landesgartenschau	Aktionen	0,05	0,02	
46	Leerstandsmanagement	Vermittlung von Flächenanfragen	0,12	0,02	
47	Förderung der Händler	u.a. bei zu Trends wie Digitalisierung oder demografischer Wandel	0,05	0,05	neue Aufgabe
GESAMT Querschnittsaufgaben			0,80	0,51	
48	GESAMT Wirtschaftsförderung & Stadtmarketing		2,75	1,00	