Kreistag
Sitzung am 07.05.2007

Drucksache Nr. 036/2007 öffentlich

Zukunftschancen des Schwarzwald-Baar-Kreises - Ziele, Handlungsfelder, Maßnahmen

Anlagen: -
Gäste: Prof. Alexander Doderer, Agentur für Strategische Kommunikation Gruppe DREI, Villingen-Schwenningen

---

Vorbemerkung:

Erstmals in der Geschichte des Schwarzwald-Baar-Kreises kam im Januar 2007 der Kreistag zu einer Klausurtagung zusammen, um eine Standortbestimmung vorzunehmen, Stärken und Schwächen des Landkreises auszuloten sowie darauf aufbauend Handlungsfelder für die Zukunft (die Jahre bis 2020) zu benennen. Die Idee der Klausurtagung entstand vor dem Hintergrund der drängenden demographischen Probleme, der zunehmenden Globalisierung und der offenkundigen Notwendigkeit des Kreises, sich im Zusammenspiel einer wachsenden Anzahl von Akteuren auf unterschiedlichen Ebenen zu profilieren, zukunftsfähig auszurichten und entsprechend zu positionieren. Die allen Überlegungen zugrundeliegende Datensammlung „Standortmonitor“ liegt den Mitgliedern des Gremiums vor. Auf Basis des bekannten Datenmaterials vertiefte der Kreistag während der Klausurtagung die Diskussion in vier Foren:

Forum 1 „Lebensqualität und demographischer Wandel“
Forum 2 „Wirtschaft und Freizeitökonomie“
Forum 3 „Bildung und Kultur“
Forum 4 „Familie und Gesellschaft“

Ausgangslage

Aufgrund der Datenlage läßt sich feststellen, daß der Schwarzwald-Baar-Kreis im Bundesvergleich (439 Landkreise) über verhältnismäßig günstige Ausgangsbedingungen verfügt. Die aktuelle Situation kann wie folgt skizziert werden:

a) Lage des Landkreises in Baden-Württemberg insgesamt befriedigend
b) Geografische und topografische Situation in Teilgebieten problematisch
c) Verkehrsanbindung Nord/Süd gut bis befriedigend, Ost/West befriedigend bis ausreichend
d) Bevölkerung weitgehend stabil, jedoch Tendenz zu Überalterung (ortsbezogen teilw. bedrohlich)
e) Lebensqualität insgesamt gut
f) Wirtschaftliche Tendenz leicht positiv, jedoch reduzierte Innovationskraft
g) Wirtschaftliche Dynamik durchschnittlich, jedoch reduzierte Investitionsbereitschaft
h) Wirtschaftscluster nicht gebildet
i) Arbeitsplatzauswahl eher unterdurchschnittlich, jedoch leichte Zunahme im Dienstleistungsbereich
j) Arbeitsplatzsicherheit weitgehend stabil, jedoch hoher Anteil an Produktionsarbeitsplätzen
k) Kaufkraft leicht überdurchschnittlich, jedoch erhebliche Konsumwanderungen
l) Bildungssituation insgesamt positiv, jedoch Rückgang der Schülerzahlen und starke Abwanderungstendenzen an andere Studienorte
m) Bildungsangebote überdurchschnittlich vorhanden, jedoch keine Clusterbildung zum begehrenswerten Bildungsstandort
n) Familienstruktur eher konservativ, Defizite in der Infrastruktur für Kinder und Familien
o) Insgesamt gute Produktqualität, jedoch zu gering entwickelte Kommunikationskultur
p) Mangelndes Marketing, wenig koordiniert und ohne durchgängige Strategie

q) Profilschwäche des Produktes „Schwarzwald-Baar-Kreis“ durch mangelnde Konzentration auf potenzielle Alleinstellungsmerkmale
r) Kommunikationsschwäche durch fehlende Markenbildung und diffuse Wahrnehmung

Als Schwächen fallen beim „Produkt Schwarzwald-Baar-Kreis“ insbesondere folgende Punkte auf:

- Fachkräftemangel (auch Abwanderung in die Schweiz)
- Gefahr, durch die Lage zwischen den Metropolregionen Stuttgart und Bodensee ins Abseits zu geraten
- Abwanderungstendenzen aus dem Bereich Schwarzwald

Dem stehen zahlreiche bemerkenswerte Vorteile des „Produktes Schwarzwald-Baar-Kreis“ gegenüber:

- insgesamt gute Lebensqualität
- gesundes Klima (Luft, Wasser, Boden) / intakte Natur
- bemerkenswerte Bildungseinrichtungen / überdurchschnittlicher Bildungsstandort
- bemerkenswerte Gesundheitseinrichtungen
- interessante Lage (CH, F)
- familienfreundliche Lebensqualität
- gut ausgebildete mittelständisch geprägte Wirtschaftsstruktur
- gutes Arbeitsplatzangebot
- kulturelle Vielfalt

Wesentliche Ergebnisse der Klausurtagung

Als Oberziele für die künftige Ausrichtung des „Produktes Schwarzwald-Baar-Kreis“ wurden folgende Punkte herausgearbeitet:

1. Positionierung des SBK als attraktiver Arbeits- und Lebensstandort

2. Positionierung des SBK als Bildungsstandort
3. Positionierung des SBK als familienfreundlicher Landkreis

Es bestand Einigkeit darin, daß bestimmte Marketing-Maßnahmen nötig sind, um diese Ziele zu erreichen, das sind:

1. Profil schaffen
2. Identität bilden
3. Marke „Schwarzwald-Baar-Kreis“ strategisch ordnen und damit nachhaltig unverwechselbar machen

Stellungnahme der Verwaltung:

Um die beschriebenen Oberziele erreichen zu können, ist eine systematische und koordinierte weitere Arbeit des Kreistages und der Kreisverwaltung erforderlich. Nach Auffassung der Verwaltung sollten die beschriebenen Oberziele zunächst in Handlungsfelder übersetzt werden, aus denen bestimmte Maßnahmen abgeleitet werden können. Sowohl Handlungsfelder als auch Maßnahmen wurden zwar im Rahmen der Klausurtagung bereits andiskutiert, konnten aber wegen des eingeschränkten Zeitbudgets nur angerissen werden. Es bietet sich nach Auffassung der Verwaltung daher an, die vertiefende Diskussion daher erneut in Arbeitsgruppen zu leisten. Diese sollten aus Mitgliedern des Kreistages und der Kreisverwaltung bestehen, ggfs. könnten auch externe Fachleute hinzugezogen werden. Konkret könnte das weitere Vorgehen wie folgt aufgebaut sein:

Oberziele:

Der Schwarzwald-Baar-Kreis ist ein

1. attraktiver Arbeits- und Lebensstandort
2. hochwertiger Bildungsstandort
3. familienfreundlicher Landkreis

Haupt-Handlungsfelder:

1. Wirtschaft, Tourismus und Gesundheit
2. Bildung und Kultur
3. Familie und Gesellschaft
4. Umwelt, Land- und Forstwirtschaft, Entwicklung Ländlicher Raum

Bildung von Arbeitsgruppen

zur Bearbeitung der Handlungsfelder unter Einbeziehung des Kreistags und ggfs. externer Teilnehmer

Maßnahmenkatalog

für die einzelnen Handlungsfelder mit Angabe der zu beteiligenden Akteure und der zu erwartenden Kosten bzw. der Finanzierung

Umsetzung, begleitet durch entsprechende Marketing-Maßnahmen