



Regionalkonzept

„Perspektive OstWestfalenLippe 2020“

– Standort für Spitzentechnologie –

**Der Beitrag der OstWestfalenLippe Marketing GmbH zur Zukunftssicherung des Wirtschafts- und Kulturraums
OstWestfalenLippe**

vorgelegt in der Gesellschafterversammlung am 28. Mai 2009

**„In OstWestfalenLippe mangelt es nicht an Konzepten und guten
Ideen, sondern an deren Verwirklichung“**

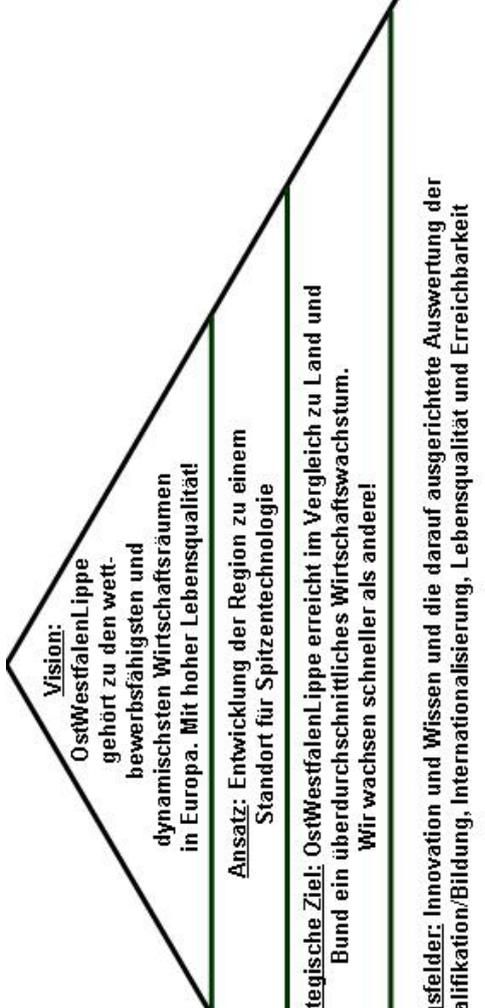
(Regionale Weisheit)

Inhalt

Zusammenfassung	5
Die Situation	11
1. Der Auftrag	14
2. Der Ansatz.....	15
3. Die Wirkung für das Ganze	17
4. Strategischer Ansatz- und Zielsetzungen.....	18
5. Wo steht OstWestfalenLippe heute?	19
5.1 Innovation	20
5.2 Qualifikation und Bildung	21
5.3 Internationalität	21
5.4 Lebensqualität	21
5.5 Erreichbarkeit.....	21
6. Programme und Projekte	21
6.1 Innovation	21
6.2 Qualifizierung und Bildung	21
6.3. Internationalität	21
6.4. Lebensqualität	21
6.5 Erreichbarkeit.....	21
7. Ausstellung OstWestfalenLippe 2020	21
8. Kommunikation.....	21
9. Umsetzungsdesign / Strategischer Ansatz.....	21
10. Finanzierung.....	21
Anhang 1	21
Anhang 2	21
Anhang 3	21

**Regionalkonzept
„Perspektive OstWestfalenLippe 2020“
– Standort für Spitzentechnologie –**

© OWL Marketing GmbH | Mai 2009



Innovation und Wissen | Spitzentechnologie

	↑	↑	↑	↑
	Qualifikation / Bildung	Internationalisierung	Lebensqualität	Erreichbarkeit
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Leadership in ausgewählten Technologien (z.B. „Intelligente Systeme“) Leadership in ausgewählten Hochschulbereichen Technologieaffinität von Kindern und Jugendlichen erhöhen F+E-Quote erhöhen Permanenter Wissenstransfer Existenzgründungen erhöhen 	<p>Projekte (Beispiele)</p> <ul style="list-style-type: none"> Weiterführen der 7 Leitprojekte „Spitzecoluster Intelligente Systeme“ Transfer-Koordination Clusterentwicklung befördern Max Planck Institut für OWL 	<p>Herausforderungen</p> <ul style="list-style-type: none"> KMU stärker in den Fokus nehmen, die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Hochschulen intensivieren Hochschulen als „Motoren“ der Regionalentwicklung einbinden ... 	
Wachstumstreiber	<p>Qualifikation / Bildung</p> <ul style="list-style-type: none"> Zahl der hochqualifizierten Abschlüsse steigern Anteil FH- und Hochschulabsolventen erhöhen ... Kulturelle Bildung Centers of Excellence Berufskolleg Technikunterricht an Schulen Koordination zahl-Zentren 	<p>Internationalisierung</p> <ul style="list-style-type: none"> Anteil ausländischer Studenten und Lehrende erhöhen Exportquote erhöhen OWL als „Offene Gesellschaft“ ... Internationale Schule „Study, Teach and Research in OWL“ Exportoffensive 	<p>Lebensqualität</p> <ul style="list-style-type: none"> „welloftenes OWL“ Mehr kulturelle Highlights Zufriedenheit mit dem Standort erhöhen ... Bundesgartenschau in OWL OWL Festival „Auf der sicheren Seite“ Modellregion Gesundheit 	<p>Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> Deutliche Verbesserung der Erreichbarkeit Flughafenanbindung Schiennenverkehr ... Hafen Minden Airport Paderborn Bahnanbindungen
Aufgabe OWLM	<p>Entwicklung Koordinieren Initiieren Marketing</p>	<p>Initiieren Lenken Marketing Impulse</p>	<p>Initiieren Marketing Impulse</p>	<p>Lobbyarbeit Position beziehen</p>

Zusammenfassung

OstWestfalenLippe ... muss handeln!

Für die Zukunft stellen die globalen Rahmenbedingungen in der Wirtschaft (Globalisierung; zunehmender Wettbewerbsdruck durch asiatische Länder,...), der demografische Wandel und eine zunehmende Ausrichtung auf definierte Entwicklungszentren (Metropolregionen), für einen „Zwischenraum“ wie OstWestfalenLippe, der zwischen den Ballungsräumen Hannover und Ruhrgebiet liegt und in einem Entwicklungskern NRW/BeNeLux eine Randposition hat, neue Herausforderungen mit erheblichen Handlungsbedarfen dar.

Der Wirtschafts- und Kulturraum OstWestfalenLippe kann sich im Standortwettbewerb nur erfolgreich behaupten, wenn der Strukturwandel hin zu wissensgetragenen Tätigkeiten in Industrie und Dienstleistung mit vollzogen wird und Rahmenbedingungen geschaffen werden, die diesen Wandel optimal fördern.

Viele Regionen in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland arbeiten schon heute mit teilweise erheblichem Engagement an ihrer Zukunftsfähigkeit und streben Spitzenpositionen hinsichtlich Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Kontext an. Damit OstWestfalenLippe nicht langfristig abgehängt wird, besteht dringender Handlungsbedarf!

Neupositionierung

OstWestfalenLippe nimmt diese Herausforderungen an! Dies ist in der in der Vision 2015 formulierten Zielsetzung definiert, auf die sich die regionalen Akteure verpflichtet haben: **OstWestfalenLippe gehört zu den wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsräumen in Europa. Mit hoher Lebensqualität!**

Um diese Vision Wirklichkeit werden zu lassen und die Wettbewerbsposition des Wirtschafts- und Kulturraums für die Zukunft zu sichern, müssen entscheidende strukturelle und inhaltliche Schritte eingeleitet werden. Als regionale Kraft, die sich um ausgewählte gesamtregionale Themen im Bereich Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft, Kultur und Verwaltung kümmert, will und muss die OstWestfalenLippe Marketing GmbH dabei eine Schlüsselfunktion übernehmen.

Ziel ist nun eine Neupositionierung der Gesellschaft hin zu einer regionalen Managementorganisation, die sich in erster Linie um ausgewählte Projekte zur Regionalentwicklung kümmert. Ausdrücklich geht es dabei nicht um ein umfassendes Regionalentwicklungskonzept und nicht um Aufgaben, die heute von Kreisen und Kommunen, von der Bezirksregierung oder dem Regionalrat oder den Kammern wahrgenommen werden, sondern um neue Programme, die dem Ziel der Wirtschafts- und Technologieförderung dienen, und mit denen durch eine regionale Koordination mehr Wirkung erzielt wird.

Das **Konzept „Perspektive OstWestfalenLippe 2020“** beschreibt den strategischen und programmatischen Rahmen für die Entwicklungsarbeit

bis zum Jahr 2020. Damit verändern sich Aufgabe und Profil der OstWestfalenLippe Marketing GmbH. Erforderlich ist auch eine Anpassung der finanziellen Ausstattung und der personellen Ressourcen der Gesellschaft an diese neue Aufgabe, die der Zielsetzung entspricht und in Relation zur Wirtschaftskraft der Region steht. Erforderlich ist ein Basisbudget von 1 Mio. Euro.

Ansatz und Ziel

Handlungsleitend ist das gemeinsame Verständnis, dass ein solches Vorhaben nur im regionalen Schulterschluss aller Kreise und der Stadt Bielefeld gelingen kann. Gemeinsam verfügt die Region über ein ausreichendes Potenzial (kritische Masse), zukunftsichernde infrastrukturelle und programmatische Voraussetzungen für die Leistungsträger in OstWestfalenLippe zu schaffen und so Mehrwerte für alle Kreise und die kreisfreie Stadt Bielefeld zu erzielen.

Im Mittelpunkt steht das Ziel, **OstWestfalenLippe zu einem Standort für Spitzentechnologie in ausgewählten Technologiefeldern zu entwickeln**. Voraussetzung dafür sind eine bessere Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft und eine Intensivierung der strategischen Partnerschaften zwischen Politik, Forschung und Wirtschaft. Mit der Initiative „Innovation und Wissen“ und dem Fokus „Leadership durch Intelligente Systeme“ ist die Entwicklung eingeleitet, auf die wir dabei aufbauen. Jetzt gilt es, die begonnenen Prozesse zu verstetigen sowie zusätzliche Initiativen einzuleiten, die an den wesentlichen Wachstumstreibern ausgerichtet sind: „Innovation (und Wissen)“, „Qualifikation und Bildung“, „Internationalität“, „Lebensqualität“ und „Erreichbarkeit“.

Die zielführende Frage lautet: „Welchen Beitrag können die Handlungsfelder „Qualifikation und Bildung“, „Internationalität“, „Lebensqualität“ und „Erreichbarkeit“ für die Zielsetzung „Spitzentechnologie“ leisten und welche Rahmenbedingungen müssen geschaffen werden?“

Im Ergebnis muss OstWestfalenLippe Spitzenpositionen unter den besten Regionen in Deutschland belegen. Das bedeutet auch ein im Vergleich zu Land und Bund überdurchschnittliches Wirtschaftswachstum.

Umsetzung

• Innovation

Innovationen sind die Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung und unerlässlich für die Gestaltung der Zukunftsfähigkeit von Wirtschaftsregionen. OWL hat vor allem Nachholbedarf beim Anteil der in Forschung und Entwicklung Beschäftigten und es fehlt an Forschungseinrichtungen. Schlüssel dabei ist eine stärkere Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft. Viele Betriebe (KMU) können keine eigenen speziellen Kräfte für Forschungs- und Entwicklungsaufgaben vorhalten und sind daher dringend auf F+E Kooperationen mit den Hochschulen angewiesen (Hochschulen als neue Motoren regionaler Entwicklung).

Projekte: Der wesentliche Ansatzpunkt auf dem Weg hin zum „Spitzentechnologie-Standort“ ist die aktuelle **Initiative „Innovation und Wissen“**.

Sie liefert gewissermaßen die „Blaupause“ für die weitere Arbeit. Diese gilt es auch über den aktuellen Förderzeitraum (Sommer 2010) hinaus fortzuführen. Den eingeleiteten Prozess gilt es weiter zu fokussieren und zu dynamisieren, mit dem Ziel, ein **Spitzencluster „Intelligente Systeme“** zu werden. Ansatz dafür ist der Wettbewerb „Spitzencluster“ der Bundesregierung. Ein **Max-Planck-Institut** wäre ein hervorragender neuer Leuchtturm in der Forschungs- und Entwicklungslandschaft in OWL. MPI's sind typisch an der Schnittstelle verschiedener Disziplinen angesiedelt und zielen auf Exzellenz ab. Erforderlich ist auch, die Schlagkraft der **Branchennetzwerke** zu erhöhen. Ein erster Schritt ist die Einrichtung eines gemeinsamen „Back-Office“, das Dienstleistungen für die Initiativen bereitstellt. Weitere Ansätze werden sich ergeben, etwa im Rahmen der **laufenden EFRE-Wettbewerbe**, oder auch durch die Umsetzung der 500 zusätzlichen FH-Studienplätze in OstWestfalenLippe.

• **Qualifikation und Bildung**

Auf dem Weg in die Wissens- und Informationsgesellschaft ist für Unternehmen neben Innovationen und höherer Produktivität vor allem auch eine hohe fachliche Qualifikation der Mitarbeiter wichtig. OWL steht angesichts der starken Bevölkerungszunahme der letzten Jahre vor besonderen Herausforderungen, beispielsweise gilt dies für den hohen Anteil von Migranten mit Blick auf den Arbeits- und Ausbildungsmarkt. Das Schaffen von Voraussetzungen für ein ausreichendes Angebot an Fach- und Führungskräften für die regionale Wirtschaft fängt bei der Schulbildung an, die gleichzeitig eine Basis für das lebenslange Lernen schaffen sollte. Insgesamt erfordert die gegenwärtige Situation deutlich flexiblere Strukturen. Nachholbedarf hat OWL beispielsweise beim Anteil von Abiturienten und Hochschulabsolventen.

Projekte: Ansätze bietet das Konzept **„Talente ein Zuhause geben“** dass darauf abzielt, die „Talententwicklung, -förderung und -bindung“ in OWL zu verbessern. Ein wichtiger strategischer Ansatz zur Förderung von Qualifikation und Bildung ist die Intensivierung des Themenbereichs **„Kulturelle Bildung“**. Ein Beispiel für wirksame Projekte „Kultureller Bildung“ im Rahmen von Ausbildung im Unternehmen ist das Projekt **„Kreativ Denken – Kreativ Handeln“** das im Unternehmen Weidmüller umgesetzt wurde. Dieses Projekt sollte auf ganz OWL ausgeweitet werden. Mit den geplanten **zdi-Zentren** gibt es in OWL Ansätze für die Förderung von Entwicklungen, Technologiethemen in Schulen zu platzieren. Diese müssen gestärkt werden.

• **Internationalität**

Die „Internationalisierung“ der Region insgesamt und der Unternehmen im Besonderen ist ein zentrales Zukunftsthema für OstWestfalenLippe. Beim Thema Export haben die Unternehmen den Schlüssel in der Hand. Zum Anderen geht es darum, dass in der Region Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, die für internationale „Talente“ notwendig bzw. attraktiv sind – vom Bildungssystem bis zum kulturellen Umfeld. Heute hat OWL als eher bodenständiger Standort eher geringe Anziehungskraft für international geprägte Eliten und Experten.

Projekte: Die Umsetzung von Schulangeboten, die internationale Abschlüsse möglich machen (**Internationale Schule**), ist ein laufendes Projekt im Rahmen von „Innovation und Wissen“. Im Kontext von „Spitzen-

technologie“ bekommt es zusätzliche Bedeutung und muss dringend zum Erfolg geführt werden. Unter der Überschrift **„Study, Teach and Research in OstWestfalenLippe“** wollen wir mit einer Marketingkampagne die Bemühungen der Hochschulen bei der Anwerbung von internationalen Studierenden, Lehrenden und Forschern unterstützen. Auch sollten in regelmäßigen Abständen **Ereignisse von Weltrang** (von nationaler Bedeutung) in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur oder Sport in OWL stattfinden.

• **Lebensqualität**

Insbesondere hoch qualifizierte Fach- und Führungskräfte erwarten neben den harten Fakten ein attraktives Lebensumfeld, das ihren individuellen Ansprüchen an Lebensqualität entspricht. In diesem Sinne muss die Region attraktiv sein für kreative Köpfe aus der ganzen Welt. Bereits heute ist die Lebensqualität in der Region hoch. Die weichen Standortfaktoren insbesondere für Familien stimmen. Allerdings ist keine nationale und internationale Aufmerksamkeit gegeben und es fehlt teilweise selbst an der Wertschätzung durch die Bürgerinnen und Bürger.

Projekte: Betrachtet man die Faktoren, die für die Beurteilung von Lebensqualität herangezogen werden, dann bietet es sich mit Blick auf die Stärken der Region an, das Thema **Gesundheit** für ein Projekt auszuwählen. Die Zielsetzung des Vorhabens ist es, dass OstWestfalenLippe schneller und besser als andere seine Gesundheitsversorgung und gesunde Lebenswelten zukunftsweisend gestaltet. Eine **Marketingkampagne „Auf der sicheren Seite“** thematisiert die unterschiedlichen Facetten des Themas „Sicherheit“. Es geht sowohl um den konkreten Standortvorteil einer niedrigen Kriminalitätsrate – der Sicherheit in ihrer unmittelbaren physischen und materiellen Bedeutung – als auch um die Sicherheit, dass eine Standortwahl „OstWestfalenLippe“ einlöst, was sie verspricht. Ein **Projekt: „Charakter zeigen“** arbeitet einen notwendigen Identifikationsfokus der Region heraus. Was unterscheidet OstWestfalenLippe von anderen Regionen in Deutschland? Es braucht einen Fokus, den „Charakter“ der Region aufzuspüren und erlebbar zu machen. Weitere **Kulturelle Highlights** mit Strahlkraft weit über die Region hinaus (OWL Festival) ergänzen das Programm.

• **Erreichbarkeit**

Herausforderungen wie Globalisierung, wachsende Arbeitsteilung, EU-Osterweiterung und Spezialisierung erhöhen die Anforderungen an die Mobilität von Personen und Gütern und erfordern entsprechende Erreichbarkeit. Für die Region haben Investitionen in Ausbau und Instandhaltung des Straßennetzes, Verbesserung der Wasserstraßen für Gütertransporte, der Flughafen Paderborn und der Schienenverkehr besonders Gewicht. Die für das Land NRW modellhafte Konzentration der Planfeststellungs- und Genehmigungsverfahren in der Region ab Mai 2006 für alle Straßen, Eisenbahnen, Straßenbahnen und Energieversorgungsleitungen in der Region soll die dafür notwendige Unterstützung leisten.

Projekte: Im Bereich der Erreichbarkeit gilt es, die wichtigsten Schlüsselprojekte in OstWestfalenLippe wie den **Flughafen Paderborn/Lippstadt**, neue Projekte, wie den **Regioport Minden**, und die **ICE-Anbindung Paderborn** zu stärken bzw. für die Umsetzung zu sorgen.

Kommunen und Kammern arbeiten daran und werden von Bezirksregierung, Regionalrat und Abgeordneten unterstützt. Die OstWestfalenLippe

Marketing GmbH muss stärker Position beziehen und helfen, eine entsprechende Lobbyarbeit zu organisieren

Ausstellung OstWestfalenLippe 2020

Wir machen unsere eigene REGIONALE! Regionale Entwicklung braucht ein Ziel und muss gebündelt sichtbar gemacht werden: Im Jahr 2020 fassen wir die bis dahin erzielten Ergebnisse (Projekte und Programme) und die noch offenen Pläne in einer großen Ausstellung/Präsentation „OWL 2020“ zusammen. Die dezentrale Präsentation (an Originalschauplätzen) hat einen zentralen Fokus. Die Ausstellung motiviert nach innen und zeigt die Leistungskraft der Region nach außen.

Umsetzungsdesign

Das Vorhaben kann nur gelingen, wenn die entscheidenden Kräfte in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung und Kultur Hand in Hand arbeiten und sich zur Gemeinsamkeit verabreden. Ein Fachbeirat übernimmt die strategische Steuerung. Es gilt, in einem ständigen Austausch von Wirtschaft und Wissenschaft, von Wirtschaft und Politik, von Wissenschaft und Politik eine Synchronisation der Zielsetzungen und Umsetzungsschritte sicherzustellen. Die Projektumsetzung passiert in eigenständiger Regie und Verantwortung durch die entsprechenden Leistungsträger. Die Projekte committen sich mit dem Gesamtprozess und den verabredeten Steuerungsebenen. Das Prozess-Management verantwortet die OstWestfalenLippe Marketing inklusive Entwicklung, Koordination und Nutzen für das Regionalmarketing. Sie übernimmt die Geschäftsführung für den Fachbeirat. Ansatz für eine effektive Lobbyarbeit könnte ein institutionalisierter Austausch mit den Spitzen der Regional-Parteien sowie ausgewählten Abgeordneten sein. Prozess-Controlling/-begleitung zur Erfolgskontrolle und Qualitätssicherung des Gesamtentwicklungsprozesses wird mit Maßnahmen der Selbst- und Fremdevaluierung durchgeführt.

Finanzierung

Das vorgeschlagene Modell einer kontinuierlichen Entwicklungsarbeit, die an regionalen Zielen ausgerichtet ist und nicht Förderprogrammen folgt (diese aber sehr wohl „on Top“ setzt), erfordert eine projektunabhängige Finanzierung. Das Basisbudget, das in der Region (von den Gesellschaftern) bereitgestellt werden muss, liegt bei 1 Mio. Euro. Projektbezogen werden weitere Landes-, Bundes- und EU-Gelder akquiriert.

Bielefeld, 15. Mai 2009/HW-br



Regionalkonzept

„Perspektive OstWestfalenLippe 2020“

– Standort für Spitzentechnologie –

L a n g f a s s u n g

© OstWestfalenLippe Marketing GmbH | 15. Mai 2009

Die Situation

OstWestfalenLippe ist heute ein moderner Wirtschafts- und Kulturraum, mit einem starken industriellen Kern, mittelständisch geprägt und mit einer reizvollen Mischung aus Städten und ländlichen Räumen. In den Kreisen Gütersloh, Herford, Höxter, Lippe, Minden-Lübbecke und Paderborn und der kreisfreien Stadt Bielefeld leben über 2 Mio. Menschen. Die Fläche von insgesamt 6.519 qkm entspricht etwa einem Fünftel der Fläche von Nordrhein-Westfalen. Das Brutto-Inlandsprodukt beträgt ca. 55,6 Mrd. Euro (2006). Diese Strukturdaten geben Hinweis auf die Kraft der Region, die mehr Einwohner hat als 4 Bundesländer und deren Wirtschaftskraft größer ist als die in 6 Bundesländern und 9 Staaten der EU.

OstWestfalenLippe – Ganz oben in Nordrhein-Westfalen

Die räumliche Struktur umfasst mit den Oberzentren Bielefeld und Paderborn, mit Mittelzentren (Gütersloh, Herford, Minden, Detmold und Höxter) und zahlreichen kleineren Städten und Gemeinden sowohl stark verdichtete Gebiete, insbesondere mit dem Städteband Gütersloh, Bielefeld, Herford, Minden entlang der A2, aber auch weite ländliche Gebiete mit geringerer Bevölkerungsdichte.

Die Entwicklung der Region zu einem Wirtschafts- und Kulturraum („Wir in OWL“) ist in den vergangenen Jahren vorangegangen. Für das Zusammenspiel von Wirtschaft und Wissenschaft, Politik und Verwaltung hat OWL einen guten Zuschnitt, der dichte und intensive Arbeits- und Diskussionsbeziehungen untereinander befördert. In Verwaltung und Politik, insbesondere in der Wirtschaft, im Tourismus, im Sport, in der Kultur und in der Wissenschaft wird OWL als attraktive Plattform sowohl für den Austausch untereinander, für die gemeinsame Arbeit an verschiedenen Projekten und auch die gemeinsame Präsentation nach außen und innen angesehen.

So sehen auch zunehmend Unternehmen OstWestfalenLippe als Plattform, auf der sie sich organisieren und in zahlreichen Brancheninitiativen zusammenschließen, um ihre Positionen in ihren Märkten zu verbessern. Die Vernetzung passiert auch in anderen Bereichen. Mit dem Studienfonds OWL gibt es eine aus Bürgerschaft und Wirtschaft der Region getragene Nachwuchsförderung für alle (5) staatlichen Hochschulen. Und mit der Museumsinitiative OWL gibt es beispielsweise ein in Deutschland einmaliges Netzwerk im Kulturbereich.

Insgesamt ist OWL als ländlich strukturierter Wirtschafts- und Kulturraum im Standortwettbewerb heute gut positioniert. Unter der Marke „Ost-WestfalenLippe: Ganz oben in Nordrhein-Westfalen“ bildet sich ein regionales Selbstverständnis und Selbstbewusstsein, das sowohl nach innen wirkt, als auch nach außen getragen wird. Die Region ist heute „auf Augenhöhe“ mit anderen Regionen in Nordrhein-Westfalen und wird von anderen als attraktiver strategischer Partner gesehen.

Mit nahezu 80 Prozent gestützter Bekanntheit ist OstWestfalenLippe auch eine bekannte Marke in Deutschland, die in erster Linie mit dem Profil „Wirtschaftsstandort | Starke Unternehmen“ und „schöne Landschaft | Lebensqualität“ wahrgenommen wird. Weitere Einschätzungen entsprechen im Wesentlichen dem Ist-Zustand der Region, mit einem differenzierten bis

guten Image. Negativ schlägt allerdings vor allem ein Defizit im Bereich der Wahrnehmung als „innovativer Technologiestandort“ zu Buche.

OstWestfalenLippe ... muss handeln

Für die Zukunft stellen die globalen Rahmenbedingungen in der Wirtschaft (Globalisierung), der demografische Wandel und eine zunehmende Ausrichtung auf definierte Entwicklungszentren (Metropolregionen) für einen „Zwischenraum“ wie OWL, der zwischen den Ballungsräumen Hannover und Ruhrgebiet liegt und in einem Entwicklungskern NRW/BeNeLux eine Randposition hat, neue Herausforderungen mit erheblichen Handlungsbedarfen dar.

Wie alle Regionen in den hochindustrialisierten Volkswirtschaften kann der Wirtschafts- und Kulturraum OstWestfalenLippe sich im Wettbewerb um Arbeit nur dort erfolgreich behaupten, wo es gelingt, den Strukturwandel hin zu wissensgetragenen Tätigkeiten in Industrie und Dienstleistung mit zu vollziehen und Bedingungen zu schaffen, die diese Tätigkeiten optimal fördern. Für die Unternehmen gilt es, einen Wettbewerbsvorteil bei der Generierung von innovativen Produkten, Dienstleistungen und Anwendungen zu erzielen. Unbeschadet aktueller Krisen und ihrer protektionistischen Tendenzen ist ein Rückdrehen des Rades der Globalisierung nicht zu erwarten. Im Gegenteil: Die über Jahrzehnte aufgebaute Position der Innovationselite in den westlichen Volkswirtschaften gerät zunehmend unter Druck aufstrebender Nationen vor allem aus dem asiatischen Raum, die sich schon lange nicht mehr mit der Rolle der „Fertigungsstraße der Welt“ zufrieden geben. Dies wird den Wettbewerb um Arbeit auch im höherwertigen Bereich weiter intensivieren.

Zu diesen globalen Betrachtungen kommen punktuell Untersuchungen, die sich mit den Perspektiven von Standorten beschäftigen. Auf ein „Krisenrisiko“ für OstWestfalenLippe weist aktuell z.B. eine Studie der Initiative „Neue Soziale Marktwirtschaft“ hin, die im April veröffentlicht wurde. Die Erhebung berücksichtigt 21 Kriterien wie Kaufkraft, Steuereinnahmen, Anteil der Langzeitarbeitslosen oder die Zahl der Straftaten.

Von 54 Kreisen und Städten in Nordrhein-Westfalen landete der Kreis Gütersloh auf einem hervorragenden dritten Platz. Die Platzierung der übrigen Gebietskörperschaften aus OWL ist eher bescheiden. Mit Platz 31 (Bielefeld), Platz 33 (Lippe) und Platz 35 (Höxter) liegen gleich drei Gebietskörperschaften in der zweiten Tabellenhälfte. Insbesondere bei der Ausweisung eines sog. Krisenfaktors, der besagt, wie stark die einzelnen Regionen unter der Konjunkturkrise leiden werden, schneidet OstWestfalenLippe fast so schlecht ab wie die neuen Bundesländer.

OstWestfalenLippe ... im Wettbewerb mit anderen Regionen

Sollten entscheidende Weichenstellungen verpasst werden, drohen Wohlstandsverluste, weil andere Standorte sich schneller und besser entwickeln. Viele Regionen in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland haben die Handlungsnotwendigkeit erkannt und arbeiten schon heute mit teilweise erheblichem Engagement an ihrer Zukunftsfähigkeit und streben Spitzenpositionen hinsichtlich Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Kontext an. Vielfach wurden oder werden strukturelle Voraussetzungen geschaffen, die eine kontinuierliche und regional ausgerichtete Ent-

wicklungsarbeit verfolgen. Dazu gehört neben einer inhaltlichen Fokussierung auch die Sicherstellung der notwendigen Ressourcen.¹

Regionale Managementorganisationen übernehmen die Funktion zentraler Informations- und Koordinierungsstellen für die regionale Strukturpolitik. Ansatz ist i.d.R. die Förderung der Zusammenarbeit zwischen Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur. Die Organisationen verfügen teilweise über erhebliche Budgets, bei den kleineren Regionen wie Nordhessen z.B. 650.000 €. Metropolregionen wie Rhein-Neckar haben dagegen ein Budget von bis zu 5 Mio. € zur Verfügung. (Zum Vergleich beträgt die Grundfinanzierung der OstWestfalenLippe Marketing GmbH zurzeit ca. 255.000 Euro seitens der Gebietskörperschaften und ca. 175.000 Euro seitens der Wirtschaft, die allerdings zusätzliche projektbezogene Sponsorbeiträge einbringt.)

OstWestfalenLippe ... im Kontext NRW

OstWestfalenLippe muss sich auch im Land Nordrhein-Westfalen positionieren. Das Land will zu den führenden Innovationsregionen in Europa gehören und setzt dabei auf eine Clusterstrategie und sieht sich auch in einem Entwicklungszentrum mit den angrenzenden BeNeLux-Staaten. OstWestfalenLippe liegt für die Landespolitik an der Peripherie und auch im neuen Bericht der Zukunftskommission „Nordrhein-Westfalen 2025“ wird in einem Szenario für OWL eine Rolle als „Speckgürtel mit Erholungs- und Zuliefererfunktion“ rund um die Wirtschaftskerne „Ruhrstadt“ und „Rhein-Valley“ gesehen.

Lange Zeit hat diese Randlage in der Region ein Bewusstsein genährt, „zu kurz zu kommen“, das sich in Kalauern über das „Sibirien von NRW“ äußerte. Erst in den letzten Jahren tritt an die Stelle des „Jammerns“ ein wachsendes Selbstbewusstsein, wie es im Slogan „OstWestfalenLippe – Ganz oben in Nordrhein-Westfalen“ zum Ausdruck kommt.

¹ Siehe dazu Anhang 1: „Beispiele für Regionalmanagement in anderen Regionen“

1. Der Auftrag

OstWestfalenLippe nimmt diese Herausforderungen an und hat den festen Willen, zu den wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsräumen in Europa zu gehören. Dies ist in der in der Vision 2015 formulierten Zielsetzung definiert, auf die sich die regionalen Akteure (Zwischenstation 18. November 2008) verpflichtet haben: **OstWestfalenLippe gehört zu den wettbewerbsfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsräumen in Europa. Mit hoher Lebensqualität!**²

Um diese Vision Wirklichkeit werden zu lassen und die Wettbewerbsposition des Wirtschafts- und Kulturraums für die Zukunft zu sichern, müssen wichtige strukturelle und inhaltliche Schritte eingeleitet werden. Als regionale Kraft, die sich um ausgewählte gesamtregionale Themen im Bereich Wirtschaft, Tourismus, Wissenschaft, Kultur und Verwaltung kümmert, will und muss die OstWestfalenLippe Marketing GmbH dabei eine Schlüssel-funktion übernehmen. In der Verfasstheit der Gesellschaft als ein gemeinsames Instrument von Gebietskörperschaften und Wirtschaft liegt die Chance, durch gezieltes gemeinsames Handeln, OstWestfalenLippe zu einem führenden Wirtschaftsstandort zu entwickeln und damit gleichermaßen den Wohlstand in den wirtschaftlichen Zentren, wie im ländlichen Raum der Region zu fördern.

Die OWL Marketing GmbH hat sich in den letzten Jahren von einer „Regionalwerbegesellschaft“ zu einer Plattform entwickelt, auf der die Entscheidungsträger in Wirtschaft, Verwaltung und Politik ausgewählte Aufgaben und Projekte bündeln, die im Dienste der Gesamtregion stehen und die überkommunal erledigt werden sollen. Während also die Bezirksregierung die politisch-administrative Klammer der Region bildet, hat die OWL Marketing GmbH die Selbstorganisation der Entwicklungskräfte der Region institutionalisiert. Sie ist damit nach innen zur Identifikationsplattform und nach außen zur Stimme der Region geworden².

Ziel ist nun eine Neupositionierung der Gesellschaft hin zu einer regionalen Managementorganisation, die sich in erster Linie um ausgewählte Projekte zur Regionalentwicklung kümmert. Damit verändern sich Aufgabe und Profil der OWL Marketing GmbH. Erforderlich ist auch eine Anpassung der finanziellen Ausstattung und der personellen Ressourcen der Gesellschaft an diese neue Aufgabe, die der Zielsetzung entspricht und in Relation zur Wirtschaftskraft der Region steht.

Der Begriff der Regionalentwicklung bezieht sich hier ausschließlich auf Bereiche, die in der Organisationsform der OWL Marketing GmbH behandelt werden können. In diesem Sinne geht es hier ausdrücklich nicht um ein umfassendes Regionalentwicklungskonzept und nicht um Aufgaben, die heute von Kreisen und Kommunen, von der Bezirksregierung oder dem Regionalrat wahrgenommen werden, sondern um neue Programme, die dem Ziel der Wirtschafts- und Technologieförderung dienen, und mit denen durch eine regionale Koordination mehr Wirkung erzielt wird.

² siehe dazu Anhang 2: „Die bisherige Arbeit der OstWestfalenLippe Marketing GmbH – oder: Die Neupositionierung als Fortsetzung eines erfolgreichen Weges“

2. Der Ansatz

„Innovationen sind die beste Antwort auf die Krise, denn sie fördern neues Wachstum“, empfiehlt Prof. Hans-Jörg Bullinger, Präsident der Fraunhofer-Gesellschaft, jüngst auf einer Konferenz des BMBF zur Innovationspolitik. Die Bundesregierung hat im Rahmen ihrer Hightech-Strategie eine „Forschungsunion Wirtschaft-Wissenschaft“ ins Leben gerufen, ein Gremium aus führenden Wissenschaftlern und Unternehmern. Diesen Gedanken greifen wir in OstWestfalenLippe auf.

Wir folgen der Überzeugung, dass vor allem die wirtschaftliche Dynamik, die ein Standort entfaltet, mittel- und langfristig über das Wohlstandsniveau der gesamten in sich verflochtenen Region entscheidet. In diesem Sinne konzentrieren wir uns auf wirtschafts- und wissenschaftsorientierte Themen. Handlungsleitend ist das gemeinsame Verständnis, dass ein solches Vorhaben nur im regionalen Schulterschluss aller Kreise und der Stadt Bielefeld mit der Wirtschaft und den Hochschulen gelingen kann. Gemeinsam verfügt die Region über ein ausreichendes Potenzial (kritische Masse), zukunftsichernde infrastrukturelle und programmatische Voraussetzungen für die Leistungsträger in OstWestfalenLippe zu schaffen und so Mehrwerte für alle Kreise und die kreisfreie Stadt Bielefeld zu erzielen.

Im Mittelpunkt steht das Ziel, OstWestfalenLippe zu einem Standort für Spitzentechnologie in ausgewählten Technologiefeldern zu entwickeln. Dabei geht es um eine bessere Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft, um eine Intensivierung der strategischen Partnerschaften zwischen Politik, Forschung und Wirtschaft. Dieser Aufgabe widmet sich die Ost-WestfalenLippe Marketing GmbH. Mit dieser Perspektive blicken wir in dem Konzept auf Themen und Bereiche, die für diese Zielsetzung von Bedeutung sind.

Mit der Initiative „Innovation und Wissen“ und dem Fokus „Leadership durch Intelligente Systeme“ ist die Entwicklung eingeleitet, auf die wir dabei aufbauen. Es werden wesentliche Voraussetzungen für die Verbesserung der Innovationsstruktur in OWL geschaffen, sowohl strukturell – Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung und Politik haben sich committet –, als auch inhaltlich. Mit den sieben Leitprojekten „Zukunftsmeile Fürstenallee“, „Hochschulcampus Bielefeld“, „Industrial IT“, „Internationale Schule“, „Fraunhofer Institut für Intelligente Systeme“, „Talentschmiede OWL“ und „Technologieorientierte Existenzgründungen“ werden heute schon wichtige infrastrukturelle Verbesserungen in OWL umgesetzt. Die Koordination von Technologietransfer und der Arbeit der Brancheninitiativen tut ein Übriges, die Rahmenbedingungen für die Innovationsanstrengungen der klein- und mittelständischen Unternehmen zu verbessern.

Das parallel entwickelte Konzept „Talente ein Zuhause geben“ bildet dazu eine ideale Ergänzung. Darin sind Ansätze beschrieben zur Gewinnung und Bindung von „Talente und kreativen Köpfe“ im weitesten Sinne und Fach- und Führungskräfte im Besonderen für die Region. Weitere Vorlagen sind der EFRE Rahmenplan (2007), das Memorandum „Berufliche Bildung und Innovation“ (2006) und das „Handlungskonzept 2011“ zur Bewerbung um die Förderung eines Regionalbudgets (2009).

Jetzt gilt es, die begonnenen Prozesse zu verstetigen und weiter auszubauen sowie zusätzliche Initiativen einzuleiten, die an den wesentlichen

Wachstumstreibern ausgerichtet sind. Es gilt, am Wirtschaftsstandort Ost-WestfalenLippe für Bedingungen zu sorgen, die wirtschaftliches Wachstum bringen und die es hier ansässigen und anzusiedelnden Unternehmen ermöglichen, im Wettbewerb zu bestehen.

Das folgende Regionalkonzept „Perspektive OstWestfalenLippe 2020“ zeigt diesen Weg und ist auch die Basis für diese Neuausrichtung der Gesellschaft hin zu einer Regionalmanagementagentur mit Entwicklungsaufgaben. Die zielführende Frage lautet: Welche Rahmenbedingungen müssen geschaffen werden, dass OstWestfalenLippe ein Standort für Spitzentechnologie wird? In dem Konzept werden die

- relevanten Handlungsfelder, die diesbezüglichen
- strategischen Leitlinien, die
- strategischen und operativen Zielsetzungen,
- beispielhafte Projekte, bzw.
- Schritte hin zu konkreten Projekten

dafür und damit der Arbeit der OstWestfalenLippe Marketing GmbH beschrieben. Der Anspruch an das Konzept ist, Orientierung für ein Jahrzehnt zu geben. Der offene Ansatz des Konzepts ermöglicht es, aktuelle Entwicklungen der nächsten Jahre aufzunehmen und darauf zu reagieren.

3. Die Wirkung für das Ganze

Die nahe liegende Frage ist, welchen Nutzen ein Kreis, eine einzelne Gemeinde oder ein einzelnes Unternehmen von einer guten regionalen Zusammenarbeit haben. Die Antwort ist: ein einzelnes Unternehmen (Gemeinde) kann umso erfolgreicher wirken, je erfolgreicher die umgebende Region aufgestellt ist und Bildung und Ausbildung, Bus und Bahn, Wasser- und Energieversorgung, Attraktivität für Fachkräfte usw. organisiert sind.

Dies gilt um so mehr in einer heterogen strukturierten Region wie OstWestfalenLippe mit dem Nebeneinander weniger Zentren und ländlichem Raum, wirtschaftlich starken Gebieten und infrastrukturell benachteiligten Randlagen.

Von einer zukunftsorientierten Regionalentwicklung mit Blick auf Wirtschaftswachstum und dem Ausbau von Forschungs- und Entwicklungsstrukturen (Spitzentechnologie) profitieren – auch wenn sie in großen Teilen in den Ballungsräumen ihren Kern hat – alle Bereiche in OstWestfalenLippe. In den arbeitsteiligen regionalen Strukturen haben beispielsweise attraktive Arbeitsplätze in Städten auch für die umliegenden Regionen Bedeutung, weil sie auch Angebot für ihre Wohnbevölkerung bieten. Hochschulen und Forschungseinrichtungen bedienen mit ihren Angeboten Unternehmen in einem weiten Umfeld. Die Unternehmen beispielsweise, die sich für die Einrichtung eines Fraunhofer Instituts in Paderborn einsetzen, kommen aus allen Teilen OWL's. Die ausgeprägten Netzwerkstrukturen tun ein Übriges, den Nutzen neuer „Innovationsinfrastrukturen“ an die richtigen Stellen und Adressaten zu leiten. Investitionen in „Landschaftskultur“ wiederum bieten Angebote für Ballungsräume.

Insgesamt liegen die Wirkungen einer Entwicklungsoffensive ganz wesentlich in induktiven und katalytischen Effekten, in mehr Angeboten, besseren Strukturen, mehr Lebensqualität bis hin zu einem zukunftsorientierten Image. Hinzu kommen die direkten und konkreten Wirkungen von Projekten an den jeweiligen Standorten.

An dieser Philosophie orientiert sich das Bestreben um eine Intensivierung der von den Gesellschaftern der OWL Marketing gemeinsam zu tragenden regionalen Entwicklung. Die Initiative „Wirtschaftsnahe Verwaltung“ gibt ein Beispiel. Es zählt das Vertrauen auf die gemeinsame Stärke und die sich daraus ergebende positive Wirkung für die Region. Diese Philosophie ist insofern alternativlos, als das unkoordiniertes Vorgehen jedes einzelnen Partners vielleicht zu wenigen Gewinnern, aber auch zu echten Verlierern führen würde.

4. Strategischer Ansatz- und Zielsetzungen

OstWestfalenLippe will zu den wettbewerbsfähigsten Wirtschaftsstandorten in Europa gehören. Mit hoher Lebensqualität!

Um dieses Ziel zu erreichen, muss OWL Spitzenpositionen unter den besten Regionen in Deutschland belegen. Der strategische Ansatz dabei ist, die Region zu einem Standort für Spitzentechnologie zu entwickeln und zwar in der besonderen Fokussierung auf „Intelligente Systeme“. Es geht also darum, das Potential von Technologie, Forschung und Innovation zu stärken. Die Basis dafür ist mit einer starken Industrie, einem robusten Branchenmix, sowie mittelständischen Strukturen gegeben. Jetzt gilt es, dieses weiter zu qualifizieren und Voraussetzungen zu schaffen, dass OWL die Spitzenposition erreicht (ganz im Sinne des Miele-Mottos „immer besser“).

Dies setzt grundsätzlich eine auf Wachstum ausgerichtete Orientierung voraus. Daraus ergibt sich die strategische Zielsetzung, ein überdurchschnittliches Wirtschaftswachstums (BIP) im Vergleich zu Bund und Land zu erreichen. Dies wiederum hat Auswirkungen auf das Beschäftigungswachstum und die Arbeitslosenquote, die sich entsprechend positiv entwickeln müssen. Ziel ist auch eine deutliche überdurchschnittliche Zufriedenheit der Bevölkerung mit der Lebensqualität im Vergleich zu anderen Regionen.

Nach heutigem Stand hat die Region an diesen Zielen gemessen einiges an Aufholarbeit zu leisten. Etwa beim BIP je Erwerbstätigen liegt OWL mit heute (2006) 55.672 Euro deutlich hinter dem Bund (59.378) und dem Land (59.857) zurück. Bei der Beschäftigung konnte Mitte letzten Jahres noch ein Wachstum von 1,8% im Vergleich zum Vorjahr für OWL verzeichnet werden. Der Anstieg auf 698.676 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte liegt jedoch unter dem Durchschnitt des Landes (+2,3%) sowie des Bundes (+2,2%) und weist auch im Vergleich mit den anderen nordrhein-westfälischen Regierungsbezirken das niedrigste Wachstum auf.³

Hinsichtlich der Arbeitslosenquote steht OWL heute noch vergleichsweise gut da. Mit aktuell (2008) 7,6% liegt die Region unter der des Bundes (8,5%) und deutlich unterm Landesschnitt (9,3%). Alarmierend sind allerdings die Zahlen zur Jugendarbeitslosigkeit. Hier liegt OWL mit 12,3% deutlich vor Bund (10,44%) und Land (11,3%).

Schwieriger ist die Frage der Messbarkeit der Lebensqualität in OstWestfalenLippe bzw. der Zufriedenheit mit dem Standort. Hier schlagen neben objektiven Kriterien wie Verkehrsanbindungen, Sicherheit, Lebenshaltungskosten, Ausbildung, Arbeitsstätten, Gesundheitsvorsorge und Kultur- und Freizeitangeboten auch subjektive Wahrnehmungen zu Buche wie Möglichkeiten der Persönlichkeitsentwicklung und das Wohlfühlen in der unmittelbaren Wohnumgebung. Eine Zufriedenheit mit dem Standort scheint gegeben, müsste aber erhoben werden.

³ Quelle: Monatsbericht OWL der Bezirksregierung Detmold vom 01.04.09 und Arbeitsmarktreport 2009, G.I.B. (Regionenvergleich der Beschäftigung wird immer nur zum 30.06. eines Jahres ermittelt)

5. Wo steht OstWestfalenLippe heute?

Regionalentwicklung braucht mit Blick auf den Wirtschaftsstandort einen klaren Orientierungsrahmen. Für die Wettbewerbsfähigkeit von Regionen ist zukünftig entscheidend, welches Potential sie in den fünf zentralen Wachstumstreibern

- Innovation (und Wissen),
- Qualifikation und Bildung,
- Internationalität,
- Lebensqualität und
- Erreichbarkeit

haben und wie gut sie dieses Potential entwickeln. Die OstWestfalenLippe Marketing GmbH konzentriert sich auf die Entwicklung von OstWestfalenLippe zu einem Standort für Spitzentechnologie. Auch mit Blick auf das von OstWestfalenLippe Marketing Machbare folgt daraus eine Hierarchisierung der fünf Handlungsfelder. Primärer Ansatz ist das Handlungsfeld „Innovation und Wissen“. Die weiteren Themen werden in erster Linie hinsichtlich ihrer Wirkungsrelevanz für die Perspektive „Spitzentechnologiestandort“ betrachtet. Dies ist im Sinne der Aufgabenstellung notwendig und bedeutet keine Vernachlässigung der Bereiche. Die umfassende Bearbeitung der vier Handlungsfelder liegt in der Hand entsprechender Kompetenzträger.

Im Folgenden wird mit Blick auf diese Wachstumstreiber eine Bewertung OWL´s vorgenommen auf der Basis externer Studien, insbesondere der Studie des Hamburgischen Weltwirtschaftsinstituts (HWWI).

5.1 Innovation

Innovationen sind die Treiber der wirtschaftlichen Entwicklung und unerlässlich für die Gestaltung der Zukunftsfähigkeit von Wirtschaftsregionen. Dies gilt vor allem für die spezifischen Herausforderungen, vor denen Unternehmen auf dem Weg in die Wissens- und Informationsgesellschaft stehen. Im globalen Wettbewerb liegen die Chancen des Wirtschaftsstandorts Deutschland – und damit auch für die Regionen – in „hochwertiger“ Forschung und Entwicklung. Der Strukturwandel hin zu forschungsintensiver Industrie und wissensbasierten Dienstleistungen schreitet schnell voran. Der Wandel der Wirtschaftsstrukturen, der zunehmende Anteil von Dienstleistungen, geht einher mit einer zunehmenden Spezialisierung höherwertiger Wirtschaftsbereiche und mit Produktivitätszuwächsen.

Stärken

- + Mittelständische Unternehmen sind „nah am Markt“, Produktverbesserungen (Innovationen) finden kontinuierlich statt
- + Das unternehmerische Umfeld entlang der Wertschöpfungsketten ist ideal für Netzwerkstrukturen
- + Acht funktionierende Branchennetzwerke
- + Unternehmerisch geprägte Menschen
- + Leistungsfähige Hochschulen mit anerkanntem Exzellenzcluster oder Graduate School-Förderung

Schwächen

- Es fehlt an namhaften Forschungsinstituten in OWL
- Abwanderung von in der Region ausgebildeten Fachkräften und Akademikern
- Noch relativ geringer Anteil an wissensintensiven Dienstleistungen (bei der Spezialisierung auf die „Wissenswirtschaft“ liegt OWL deutlich zurück)
- Weit unterdurchschnittliche F+E-Quote (Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich F+E). Bundesweit beträgt der Anteil fast 3%, in NRW sind es knapp 0,5%, in OWL durchschnittlich noch nicht einmal 0,2% (zur Erläuterung siehe auch „Herausforderungen“)!

Ziele

- Leadership erreichen in ausgewählten Bereichen wie Intelligente Systeme und technologieorientierten Hochschulprofilen, etc.
- Ausbau der Forschungsinfrastruktur (Stärken der bestehenden und Entwicklung von neuen Kompetenzzentren) und den Wissenstransfer von Hochschulen in die Wirtschaft deutlich verbessern, um jedem Unternehmen den Zugang zu Forschungs- und Entwicklungs-Knowhow ermöglichen
- Zahl der in Forschung und Entwicklung Tätigen in OWL (in Unternehmen und Institutionen) erhöhen
- Entwicklung von Exzellenznetzwerken mit internationaler Sichtbarkeit

- Das Bewusstsein für Innovationen und kontinuierliche Verbesserungsprozesse (KVP) insbesondere bei KMU verstärken
- Anzahl von F+E-Kooperationen, Neugründungen und Patenten steigern

Zielgruppen

- Unternehmen aller Größenordnungen
- Kammern
- Hochschulen (die Forschungs- und Entwicklungsbereiche, Transferstellen und auch die Lehrenden)
- Wirtschaftsförderungen
- Brancheninitiativen

Herausforderungen für OWL

Ein Schlüssel für die Innovationsförderung liegt in der Vernetzung von Forschung und Wirtschaftswelt. Grundsätzlich gilt es bei den industriellen Stärken der Region anzusetzen (mittelständische Struktur, Branchenmix, Unternehmertum, familiengeführte Unternehmen). Außerhalb der Unternehmensebene stehen die Förderung des Technologietransfers, die Unterstützung bei der Bildung von Clustern und der Ausbau der wissensbasierten Infrastruktur mit der Ansiedlung von Forschungsinstituten zur Spitzenforschung im Mittelpunkt.

Es gilt vor allem, die KMU mit in den Fokus der regionalen Strategieentwicklung zu nehmen, da sie die breite Masse von Unternehmen in OWL darstellen und damit eine wichtige Stellschraube für Wachstum und Beschäftigung in der Region sind. In KMU-orientierten Strukturen ist „Innovationskultur“ nicht so ausgeprägt. Insofern dürfen auch die schlechten Werte bei F+E-Kennzahlen nicht überinterpretiert werden. Denn Forschung und Entwicklung passiert in den mittelständischen Unternehmen offensichtlich anders als in F+E-Kennzahlen deutlich wird. Dennoch sind zusätzliche Innovationen in F+E dringend erforderlich.

Den regionalen Hochschulen und Forschungseinrichtungen kommt dabei eine besondere Rolle zu. Viele Betriebe können keine eigenen speziellen Kräfte für Forschungs- und Entwicklungsaufgaben vorhalten und sind daher dringend auf F+E Kooperationen mit den Hochschulen angewiesen. Hochschulen können die neuen Motoren der regionalen Entwicklung sein und müssen entsprechend stärker in regionale Entwicklungsprozesse eingebunden werden.

Eine erfolgreiche Kooperationsform können Public-Private-Partnership-Institute an Hochschulen sein, die von mehreren Industriepartnern mit gleichem oder ähnlichem Forschungsbedarf mitgetragen werden. Beispiele sind das C-LAB, die Zukunftsmeile Fürstenallee, Industrial IT oder Kooperation der Universitäten mit Unternehmen (wie Universität Bielefeld mit Honda und Universität Paderborn mit Boeing), wobei zunehmend auch projektbezogene Kooperationen umgesetzt werden (Beispiel RailCab).

Über die genannten Transferstrategien hinaus müssen aber auch die Anstrengungen forciert werden, die Qualität von Forschung und Lehre insgesamt an den Hochschulen weiter zu verbessern und das technologische

Interesse des Nachwuchses stärker zu stimulieren. Zu einer regionalen Strategie des Technologie- und Wissenstransfers gehört letztendlich auch die Konzentration auf bestimmte Themen in Forschung und Lehre, die kongruent zur wirtschaftlichen Ausrichtung der näheren Umgebung sind. Solche Clusterstrukturen helfen dabei, die Vielfalt der Unternehmenslandschaft zu erhalten, ohne dem globalen Konkurrenzdruck zu unterliegen.

Nur durch neue und attraktive Arbeitsplätze lässt sich das derzeit noch stattfindende „Brain drain“, das durch die Abwanderung in OWL bestens ausgebildeten Eliten in andere Regionen gekennzeichnet ist, zu stoppen.

5.2 Qualifikation und Bildung

Der unmittelbare Zusammenhang zwischen qualifiziert Beschäftigten und Innovationserfolgen ist offensichtlich. Auf dem Weg in die Wissens- und Informationsgesellschaft ist für Unternehmen neben Innovationen und höherer Produktivität vor allem auch eine hohe fachliche Qualifikation der Mitarbeiter wichtig. Dies erhöht sowohl die Anforderungen an die Lehre in den Hochschulen als auch den Bedarf an Qualifizierung in der dualen Ausbildung und im schulischen Bereich. Qualifikationen wie Kreativität und Flexibilität im Umgang mit unterschiedlichen Themen und Situationen gewinnen zunehmend an Bedeutung. In den globalen Netzwerkstrukturen sind neben fachlicher Qualifikation Sprach- und Kulturkompetenz, Offenheit und Internationalität gefordert.

Stärken

- + Der Anteil der Schulabgänger ohne Hauptschulabschluss liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt
- + Programm "Erfolgreich in Ausbildung" mit dem Einzelcoaching praktisch begabter Hauptschüler
- + OWL als Region mit den meisten Kooperationen zwischen Unternehmen und allgemein bildenden Schulen
- + Entwicklung und "Export" der Marke "Siegel für berufswahl- und ausbildungsfreundliche Schule", koordiniert durch die Peter-Gläsel-Stiftung, Detmold
- + Projekt der Bezirksregierung in Kooperation mit den Kammern "Fit für Europa", um Auszubildenden Auslandstage zu vermitteln

Schwächen

- Der Anteil der Schulabgänger mit Hochschulreife entspricht weitestgehend dem Bundesdurchschnitt; der Anteil liegt aber deutlich hinter den Top-Regionen in Deutschland zurück.
- Mit Ausnahme von Bielefeld liegt der Anteil der Beschäftigten mit Fach-, Fachhoch- und Hochschulabschluss an sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten am Wohnort deutlich unter dem Bundesdurchschnitt; der Abstand zu den Top-Regionen in Deutschland ist hier am größten.

Ziele

- Anteil der Abiturienten sowie Anteil der Fachhochschul- und Hochschulabsolventen erhöhen
- Technologieaffinität von Kindern und Jugendlichen deutlich erhöhen
- Anteil der kooperativen Studienplätze in gewerblichen, technischen, kaufmännischen und informationstechnischen Bereichen erhöhen.
- Akzeptanz für Bachelor- und Masterstudiengänge in der Wirtschaft erhöhen
- Anteil der Teilnehmer an betrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen erhöhen

- Die Zahl der bereitgestellten Ausbildungsplätze trotz der überdurchschnittlichen Entwicklung der letzten Jahre noch weiter erhöhen

Zielgruppen

- Wirtschaft/Unternehmen
- Hochschulen (die Lehrenden)
- Schulen
- Weiterbildungsträger
- Kommunen/Gebietskörperschaften
- Bildungsbüros

Herausforderungen für OWL

Perspektiven: Welchen Beitrag kann der Wachstumstreiber „Qualifizierung und Bildung“ für die Entwicklung von OWL zu einem Standort für Spitzentechnologie leisten?

OWL steht angesichts der starken Bevölkerungszunahme der letzten Jahre vor besonderen Herausforderungen, stärker als andere Regionen. Der hohe Anteil von Migranten stellt besondere Herausforderungen an den Arbeits- und Ausbildungsmarkt. Das Schaffen von Voraussetzungen für ein ausreichendes Angebot an Fach- und Führungskräften für die regionale Wirtschaft fängt bei der Schulbildung an, die gleichzeitig eine Basis für das lebenslange Lernen schaffen sollte. Mit Blick auf Führungskräfte geht es auch um Angebote zur Förderung von Elite.

Insgesamt erfordert die gegenwärtige Situation deutlich flexiblere Strukturen, Bildungs- und Beschäftigungssysteme müssen besser miteinander verzahnt und internationaler ausgerichtet werden. Das duale Ausbildungssystem orientiert sich in Quantität und Qualität am Arbeitsmarkt, muss aber auch mit geeigneten Studiengängen besser verzahnt werden, z.B. durch die Entwicklung kooperativer Studiengänge. Auch gilt es, Potenziale und Knowhow von Migranten besser in die Region zu integrieren und ihre für die Wirtschaft zu nutzen.

Auf dem Weg hin zu einer „Qualifizierungsoffensive“ ist OstWestfalenLippe bereits unterwegs. Die Regionalkonferenz am 24.11.2006 hat sich eingehend mit dem Thema Bildung befasst. Das Memorandum „Berufliche Bildung und Innovation“ sieht vor, dass zukünftig in ganz OstWestfalenLippe innovative Netzwerkstrukturen zur Verbesserung von Bildung und Ausbildung geschaffen werden. In beispielhaften Kooperationsstrukturen sollen staatliche und kommunale Ebenen, die heimischen Unternehmen und die Kommunen moderne Strukturen der schulischen und beruflichen Bildung entwickeln. Von besonderer Bedeutung sind systematische Qualitätsentwicklung, Modernisierung der beruflichen Bildung und Übergangmanagement Schule - Beruf, die in den Modellprojekten „Erfolgreich in Ausbildung“, „Potenzialassessments“, Verbesserung der Schülerleistungen und Erhöhung der Abschlussqualitäten verbessert werden.

Weiterhin prägen die Berufskollegs, die Aus- und Weiterbildungseinrichtungen der Wirtschaft sowie öffentliche und private Fachhochschulen die bereits in ganz OWL gut entwickelte Bildungsinfrastruktur.

Einrichtungen wie die Bertelsmann Stiftung und die Peter-Gläsel-Stiftung mit zahlreichen Initiativen zur Verbesserung der Ausbildungsreife unterstützen die Bildungskultur in OWL. Hinzu kommen kleinräumliche Initiativen mit Modellcharakter (z.B. Ausbildungsverbünde), die es zu fördern gilt

.

5.3 Internationalität

Wirtschaftliche Aktivitäten sowie Forschung und Entwicklung werden zunehmend internationaler ausgerichtet. Künftiges Wachstum werden Unternehmen in erster Linie im Ausland generieren können. Deshalb müssen die hiesigen Unternehmen internationaler werden. Direkte Ansätze sind die Themen „Export“ oder die Suche nach ausländischen Investoren. Hinzu kommen zunehmend Themen wie die Anwerbung von Fach- und Führungskräften aus dem Ausland oder allgemein ein Knowhow- und Kreativitätsgewinn durch „internationales Publikum“. Entsprechend befördert eine insgesamt multikulturelle und „international“ ausgerichtete Bevölkerung dynamische und kreative Prozesse. Eine aktuelle Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Nürnberg besagt zudem, dass Unternehmen mit multikultureller Belegschaft sich deutliche Marktvorteile beschaffen. Gleichzeitig sind multikulturell geprägte Standorte auch ein wesentlicher Aspekt einer attraktiven Umgebung für „kreative Köpfe“. Es geht um interkulturelle Kompetenzen und die Anpassung an internationalen Wissensstandard.

Stärken

- + OWL hat in der Vergangenheit gute Erfolge hinsichtlich der Integration von Migranten erzielt. Die Verstärkung dieser Bemühungen ist auch eine Antwort auf die Herausforderungen des demografischen Wandels.
- + Zahlreiche Unternehmen sind bereits international hervorragend ausgerichtet: Nach IHK-Schätzungen sind ca. 3.000 Unternehmen international aktiv. Weitere 1.500 Unternehmen sind exportfähig, nur noch nicht aktiv.
- + Mit seiner mittelständischen Struktur und dem breit gefächerten Branchenmix ist OWL für neue Herausforderungen bestens gerüstet.

Schwächen

- Die Internationalisierung der Unternehmen muss vorangetrieben werden: Die ostwestfälisch-lippische Exportquote liegt mit aktuell ca. 37,1 % deutlich hinter der des Landes NRW (43,3 %) und des Bundes (44,6 %). Es besteht erheblicher Aufholbedarf.
- OWL ist sowohl im Ansehen als auch tatsächlich ein eher bodenständig-deutscher Standort mit geringer Anziehungskraft für international geprägte Eliten und Experten. Hier machen sich nicht zuletzt das Fehlen einer markanten Metropole und der eher ländlich geprägte Raum bemerkbar.
- Die Quote der ausländischen Studierenden liegt in OWL mit seinen 14 Hochschulen mit etwa 9% deutlich unter dem NRW-Schnitt (etwa 13%).
- Bei Gästen aus dem Ausland ist OWL Schlusslicht im Landesvergleich; allerdings ist Bielefeld im Bezirk führend und verfügt weiter über eine gute Perspektive; sehr erfreulich ist die positive Entwicklung in den Kreisen Lippe und Paderborn.
- Es gibt keine bzw. selten Großereignisse von nationaler Bedeutung in OWL.

Ziele

- Fortführung der Auslandsaktivitäten der Kammern (den Export gerade in schwierigeren Zeiten fördern)
- Steigerung der Anteile der ausländischen Studenten und der ausländischen Lehrenden in OWL
- OstWestfalenLippe muss eine „offene Gesellschaft“ sein, die kreative Köpfe mit offenen Armen empfängt / hohe Zustimmung in der Bevölkerung zu einer multikulturellen Gesellschaft
- Aufwertung des „großstädtischen“ in Bielefeld und Paderborn
- Aufbau von Partnerschaften mit Regionen im In- und Ausland

Zielgruppen

- Unternehmen
- Hochschulen
- Kommunen
- Kultureinrichtungen
- Szeneanbieter
- Bevölkerung

Herausforderungen für OWL

Perspektive: Welchen Beitrag kann der Wachstumstreiber „Internationalisierung“ für die Entwicklung von OWL zu einem Standort für Spitzentechnologie leisten?

Die „Internationalisierung“ der Region insgesamt und der Unternehmen im Besonderen ist ein zentrales Zukunftsthema für OstWestfalenLippe. Der Bereich umfasst mehrere Ebenen. Beim Thema Export haben die Unternehmen den Schlüssel in der Hand und können auf umfassende Unterstützung bauen. Zum Anderen geht es um eine kreativitätsfördernde Offenheit der Gesellschaft, für die eine multikulturelle Ausrichtung eine Voraussetzung ist. In der Region müssen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die für internationale „Talente“ notwendig bzw. attraktiv sind – vom Bildungssystem bis zum kulturellen Umfeld.

Im Export gibt es ein enormes Entwicklungspotenzial. Nach IHK-Schätzungen sind ca. 3.000 Unternehmen international aktiv. Weitere ca. 1.500 Mittelständler stehen in den Startlöchern. Hier geht es darum, weitere KMU an neue Märkte im Ausland heranzuführen, Chancen zu erkennen und zu nutzen.

Die Chance einer stärkeren Internationalisierung der Region liegt auch in den Hochschulen, die diese Themen teilweise bereits engagiert bearbeiten. Die Universität Bielefeld etwa verfolgt eine „Internationalisierungsstrategie“, die von Forschung und Lehre bis hin zur Anwerbung ausländischer Studenten reicht. Diese Aktivitäten müssen unterstützt werden. Einmal hier ausgebildet, entscheidet über ihre Bindung an die Region nicht zuletzt ihre Integration.

Die Region OWL hat das Potenzial, mit international beachteten Spitzenleistungen zu trumpfen. Mit reizvollen Landschaften und hohem Freizeitwert kann sich die Region auch als Gastgeber für internationale Touristen präsentieren. Aufgabe der Regionalentwicklung ist es daher auch, die vorhandenen Kapazitäten zu vernetzen und die Weltoffenheit der Region voranzubringen.

5.4 Lebensqualität

Die Lebensqualität gewinnt für die Standortwahl von Arbeitskräften und ihren Familien zunehmend an Bedeutung. Insbesondere hoch qualifizierte Fach- und Führungskräfte erwarten neben den harten Fakten ein attraktives Lebensumfeld, das ihren individuellen Ansprüchen an Lebensqualität entspricht.

Für das umfassende Wohlbefinden, das die Menschen in ihrer Region suchen, gibt es keine objektiven Kriterien. Allerdings haben sich Faktoren herausgestellt, die bei Standortentscheidungen eine Rolle spielen. Das Bildungsangebot und Berufschancen gehören genauso dazu wie das kulturelle Angebot, die Verkehrsanbindung, Sicherheit, die Verfügbarkeit und Qualität von Gesundheitseinrichtungen, die Nähe zu attraktiven Zentren ebenso wie intakte Natur und schöne Landschaft, gute Regierungs- und Verwaltungsstrukturen und vieles andere mehr. Eine Region, in der sich Menschen wohlfühlen, zieht Menschen an, ob als Arbeitskräfte oder Touristen.

Stärken

- + Die Lebenshaltungskosten sind in OWL vergleichsweise niedrig; insbesondere die Aufwendungen für Wohnraum liegen unter dem Landesdurchschnitt
- + Das kulturelle Angebot in OWL ist vielfältig: über 170 Museen, 8 Theater mit eigenem Ensemble oder regelmäßiger Spielzeit, ein vielfältiges Angebot an klassischer und moderner Musikkultur auch ein Kern an freier Kulturszene ist vorhanden
- + Dazu kommt ein überregionales Sportangebot in den Sparten Fußball, Handball, Basketball und Tennis
- + Schöne Landschaft mit vielen Freizeitangeboten
- + OWL gehört zu den sichersten Regionen in Deutschland
- + Gute Schulangebote und gute „Gesundheitsinfrastruktur“

Schwächen

- Trotz Vielfalt und Differenziertheit ist das kulturelle Angebot in OWL über die Grenzen der Region weitgehend unbekannt.
- Es fehlt an wahrnehmbaren Highlights mit Identifikationsqualität.
- Es fehlt „an Wasser“.
- OWL wird von außen auch als „NN Punkt“ Deutschlands gesehen (ohne eigene Identität bzw. unterscheidbaren eigenständigen Charakter)

Ziele

- Der Anteil der Menschen, die sich in OstWestfalenLippe wohl fühlen, soll einen Spitzenplatz unter den Regionen in Deutschland erreichen
- Die Attraktivität (und Anziehungskraft) als Standort zum Leben und Arbeiten für Auswärtige deutlich erhöhen (OstWestfalenLippe muss im globalen Wettbewerb ein attraktiver Standort für kreative Köpfe und Toptalente aus aller Welt sein / Verbesserung von Bekanntheit und Image)
- Es braucht mehr „Kultiges“ und „Identitätsstiftendes“ in OWL!

Zielgruppen

- Unternehmen
- Hochschulen
- Kommunen
- Kultureinrichtungen
- Szeneanbieter
- Bevölkerung

Herausforderungen für OWL

Perspektive: Welchen Beitrag kann der Wachstumstreiber „Lebensqualität“ für die Entwicklung von OWL zu einem Standort für Spitzentechnologie leisten?

Bereits heute ist die Lebensqualität in der Region hoch. Die weichen Standortfaktoren insbesondere für Familien stimmen. Allerdings ist keine nationale und internationale Aufmerksamkeit gegeben und es fehlt teilweise selbst an der Wertschätzung durch die Bürgerinnen und Bürger der Region.

Insgesamt braucht OstWestfalenLippe ein kulturelles Umfeld, das Menschen anspricht, die Spitzenleistungen möglich machen. In diesem Sinne muss die Region attraktiv sein für kreative Köpfe aus der ganzen Welt.

Aufmerksamkeit ist am ehesten im Bereich der Kultur zu gewinnen. Dazu braucht es herausragende Leistungen oder aufsehenerregende Projekte. Es gilt daran zu arbeiten, dass die Region den Willen und die Kraft für solche Leistungen hat. Gleichzeitig muss daran gearbeitet werden, ein identifizierbares attraktives Profil (Charakter) der Region herauszuarbeiten. Dafür muss ein Anknüpfungspunkt gefunden werden (Sprache, Esskultur, Lebensart, Trinkkultur, Musik, besondere Freizeitaktivität ...?)

Insgesamt umfasst das Thema „Lebensqualität“ viele Bereiche. So stellt auch der Erhalt des Naturraums eine wichtige Basis für eine Region mit hoher Lebensqualität dar. Auch diese Aufgaben müssen in der Region behandelt werden. Beispielhaft hierfür ist das EU- und landesseitig geförderte Projekt „Natura 2000“ im Kreis Höxter, wo ökologische und ökonomische Projekte in Gleichklang gebracht werden.

Zufriedenheit der Menschen mit ihrer Region zu erreichen, ist aber nicht nur eine Aufgabe, der Verbesserung der Standortbedingungen, sondern auch eine Kommunikationsaufgabe.

5.5 Erreichbarkeit

Die neuen Herausforderungen wie Globalisierung, wachsende Arbeitsteilung, EU-Osterweiterung und Spezialisierung erhöhen die Anforderungen an die Mobilität von Personen und Gütern und erfordern entsprechende Erreichbarkeit. Erfolgreiche Unternehmen brauchen leistungsfähige Verkehrswege und die Anbindung an wichtige Zentren. Eine leistungsstarke Verkehrsinfrastruktur ist ein strategischer Faktor im globalen Wettbewerb und hat eine unmittelbare gesamtwirtschaftliche Bedeutung für Standorte. Je kürzer die zeitliche Distanz zu wichtigen Zentren, umso attraktiver ist ein Standort.⁴

Im Bereich der effizienten Nutzung und dem Ausbau der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur muss eine Region an einem Strang ziehen. Mobilitätsmanagement leistet einen überaus wichtigen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Region. Je besser das Verkehrsnetz auf Straße, Schiene, Wasser und Luft ausgebaut ist, desto leistungsfähiger und flexibler kann das Logistiksystem der regionalen Wirtschaft funktionieren.

Stärken

- + Zentrale Lage an den wichtigen Straßenverkehrsachsen A 2, A 30, A 33 und A 44.
- + Gute Positionierung in Richtung der osteuropäischen Wachstumsmärkte

Schwächen

- Gemessen am „Erreichbarkeits-Indikator“ des HWWI (durchschnittliche Reisezeit zu 41 europäischen Agglomerationen) liegen alle Regionen in OWL deutlich über dem Landesdurchschnitt. Spitzenreiter im Bezirk ist Gütersloh (266 Minuten), Schlusslicht Höxter mit 305 Minuten
- Bei der internationalen Verkehrsanbindung, insbesondere im Flugverkehr, gibt es ein deutliches Defizit in OWL
- Für den Gütertransport auf der Schiene und insbesondere kombinierte Ladungsverkehre fehlt eine zukunftsfähige Suprastruktur
- Einige Teilregionen sind schlecht an das überregionale Straßennetz angebunden

Ziele

- Die Anbindung der Region an die internationalen Flughäfen soll gesichert und möglichst ausgebaut werden
- Die Anbindung der Region an den Schienenpersonenfernverkehr soll gesichert und möglichst ausgebaut werden

⁴ Das HWWI misst Erreichbarkeit an der durchschnittlichen Reisezeit zu 41 europäischen Agglomerationen (London, Paris, Madrid, etc.) mit PKW und Flugzeug. Der bundesweite Maximalwert bei Erreichbarkeit beträgt 390 Minuten (Insel Rügen), der Minimalwert 190 Minuten (Main-Taunus-Kreis).

- Die Anbindung der Region an den Schienengüterverkehr, insbesondere in Richtung norddeutsche Seehäfen soll ausgebaut werden
- Die Suprastruktur für kombinierte Verkehre soll zur Bewältigung des Wachstums im Straßengüterfernverkehr ausgebaut werden
- Die Erreichbarkeit der Autobahnanschlüsse in der Region soll verbessert werden
- Die in den Bundes- und Landesplänen vorgesehenen Straßenbauprojekte müssen zügig umgesetzt werden

Zielgruppen

- Politik und Verwaltung auf allen Ebenen (Bund, Land, Regierungsbezirk, Kommunen)
- Straßenbaulastträger
- Gebietskörperschaften
- Land und Bund
- Deutsche Bahn AG
- Industrie- und Handelskammern
- Verlager, Spediteure und Transporteure

Herausforderungen für OWL

Perspektive: Welchen Beitrag kann der Wachstumstreiber „Erreichbarkeit“ für die Entwicklung von OWL zu einem Standort für Spitzentechnologie leisten?

Bund, Land und Bezirksregierung haben in den vergangenen Jahren mit Nachdruck eine positive Entwicklung der A 33 und A 30-Lückenschlüsse forciert. Die für das Land NRW modellhafte Konzentration von Planfeststellungsverfahren für Bundesfernstraßen in der Region seit 2006 zahlt sich bereits heute aus. Die damit ermöglichte Beschleunigung von Planungsverfahren soll zukünftig die notwendige Unterstützung für den weiteren Ausbau der Verkehrsinfrastruktur zur Bewältigung des prognostizierten Verkehrswachstums von z. B. 70 % im Straßengüterfernverkehr bis 2025 leisten.

Für die Region haben neben Investitionen für Ausbau und Instandhaltung des Straßennetzes, die Anbindung des Flughafens Paderborn zu den Großflughäfen, der Schienenfernverkehr, der auch eine Erschließungsfunktion innerhalb OWLs übernimmt und der Ausbau der Weser für die Schifffahrt mit Großmotorschiffen besonderes Gewicht. Daneben gilt es, die Suprastrukturen für kombinierte Verkehre den Herausforderungen der Zukunft anzupassen und die Kooperation zwischen verladender Wirtschaft und der Transportwirtschaft zu stärken. Besondere Sorge bereitet die „Entwertung“ des Flughafens Paderborn/Lippstadt wie aktuell durch die Ankündigung, die Verbindung Frankfurt/Main zu streichen und der geplante Ausbau von Kassel/Calden und der drohende Ausschluss Paderborns vom Fernverkehr der Deutschen Bahn.

6. Programme und Projekte

Allgemeine Bewertung

Eine Auswertung der vorstehenden Fakten führt zu folgender Bewertungsmatrix:

Wachstumstreiber	Top-Werte	Durchschnitt	Defizite
Innovation			X
Qualifikation und Bildung		X	
Internationalität		X	
Lebensqualität		X	
Erreichbarkeit			X

Entscheidend für die weitere strategische Ausrichtung der Region OWL ist die Beantwortung der Frage nach der Beeinflussbarkeit der genannten Wachstumstreiber mit den regionsinternen Kräften:

Wachstumstreiber	Hohe Beeinflussbarkeit	Geringe Beeinflussbarkeit	Keine Beeinflussbarkeit
Innovation	X		
Qualifikation und Bildung	X		
Internationalität	X		
Lebensqualität	X		
Erreichbarkeit		X	

Der Wirtschafts- und Kulturraum OstWestfalenLippe hat genügend Entwicklungspotenzial, um auch zukünftig als attraktiver Standort mit hoher Lebensqualität wahrgenommen zu werden. Voraussetzung dafür ist in noch stärkerem Maße als bisher die gemeinsame Arbeit und Identifikation in und mit der Region und eine Bündelung aller regionalen Kräfte. Neben der Inwertsetzung der vorhandenen Kompetenzen und Potenziale in Wirtschaft, Wissenschaft, Forschung und anderen Bereichen geht es vor allem auch darum, ein zielorientiertes Zusammenwirken der Akteure zu organisieren.

Ziel zukünftiger Regionalentwicklung muss es jetzt sein, das Niveau der aus der Region heraus beeinflussbaren Wachstumstreiber über Durchschnittsniveau anzuheben. In einigen Bereichen muss es auch das Ziel sein, Top-Werte zu erreichen. Dabei gilt es, auf die vorhandenen Stärken aufzubauen wie die mittelständischen Strukturen in breitgefächerten Brancheninitiativen und auch die enormen „Selbsteilungskräfte“ der Region aufgrund der „findigen“, unternehmerisch geprägten Menschen.

Eine Schlüsselrolle nehmen dabei die Hochschulen ein, deren Arbeit direkt auf die Wachstumstreiber Qualifikation und Bildung, Innovationen und Internationalität einwirkt. Aber ohne die Unterstützung der heimischen Wirtschaft - insbesondere der großen und auch auf die Auslandsmärkte ausgerichteten Familienbetriebe - geht es nicht.

Der Wissenstransfer und damit die Stärkung der wissensintensiven Wirtschaftsbereiche (Dienstleistungen und produzierendes Gewerbe) werden dabei entscheidend für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit von OWL sein.

Die Bereitschaft zur deutlichen Anhebung der FuE-Quote ist erforderlich, um Innovationsfähigkeit auch in institutionalisierten Einrichtungen zu verbessern und ein hochwertiges Arbeitsplatzangebot zu befördern.

Die Gebietskörperschaften müssen dafür im Rahmen ihrer Möglichkeiten die infrastrukturellen Voraussetzungen schaffen und eine gemeinsame Regionalentwicklung betreiben. Auf Landesseite unterstützt und fördert die Bezirksregierung diesen Prozess.

Umsetzung

Analog der fünf strategischen Handlungsfelder werden im Folgenden Programme und Projekte vorgeschlagen. Basis sind die entsprechend unter 5.1 bis 5.5 skizzierten Ziele und Herausforderungen. Es gibt eine Fülle von Aufgaben, Projekten und Themen, die für die Zukunftssicherung der Region wichtig sind. Wir konzentrieren uns auf Projekte mit einer hohen Wirkungsrelevanz für die Zielsetzung „Spitzentechnologie“.

Es gibt Projekte, die schon heute im Sinne der Zielsetzungen umgesetzt werden. In anderen Bereichen müssen erst Strukturen aufgebaut werden, die Projektentwicklungen möglich machen.

In diesem Sinne werden vier Kategorien unterschieden:

1. bestehende Projekte, die weitergeführt werden (Kategorie A)
2. bestehende Projekte, die in veränderten Formen weitergeführt werden (Kategorie B)
3. neue Projekte (Kategorie C)
4. Wege hin zu neuen Projekten (Kategorie D)

Neue Projekte werden in Werkstattgesprächen (siehe Innovation und Wissen) oder der Nutzung vorhandener Gesprächskreise mit beteiligten Akteuren (Wertschöpfungsketten) entwickelt. Ein weiteres Instrument Projekte zu generieren, ist die Ausschreibung von Wettbewerben (siehe EXPO INITIATIVE) und die Teilnahme an Landes-, Bundes- oder Europawettbewerben (siehe Spitzencluster). Zu allen Themen werden jährliche bis mittelfristige Aktionsprogramme erstellt.

6.1 Innovation

Programm: Initiative „Innovation und Wissen“ (Kategorie A)

Der wesentliche Ansatzpunkt auf dem Weg hin zu einem „Standort für Spitzentechnologie“ ist die **aktuelle Initiative „Innovation und Wissen“**. Die Initiative wird von Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltungen und Politik getragen und liefert gewissermaßen die „Blaupause“ für die weitere Arbeit. Im Kern dieser „Querschnitts-Initiative“ geht es vor allem darum

- Entwicklungszentren in Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft auf den Weg zu bringen und zu stärken und den Wissens- und Technologietransfer zu verbessern,
- technologieorientierte Existenzgründungen zu fördern,
- Cluster weiter zu entwickeln und die branchenübergreifende Zusammenarbeit voranzutreiben,
- junge Talente zu fördern und für Naturwissenschaften und Technik zu begeistern,
- Leidenschaft für Innovation zu erzeugen und
- OstWestfalenLippe als starken Technologiestandort überregional zu profilieren.

Das übergreifende Motto „OstWestfalenLippe: Leadership durch Intelligente Systeme“ fokussiert die Initiative auf die Stärken der Region in der Entwicklung und Anwendung intelligenter Systeme, die durch das Zusammenspiel unterschiedlicher Technologien in interdisziplinärer Zusammenarbeit entstehen.

Mit der Initiative werden schon heute wichtige Beiträge zur Verbesserung der Infrastruktur und der Rahmenbedingungen in Forschung und Entwicklung in OstWestfalenLippe geleistet und insbesondere den kleinen und mittelständischen Unternehmen besser zugänglich gemacht. Gleichzeitig wird damit auch die Attraktivität der Region für Fach- und Führungskräfte gesteigert, weil es mehr und bessere Entwicklungsmöglichkeiten für kreative Köpfe gibt. Insofern handelt es sich bei „Innovation und Wissen“ um eine ausgesprochene Querschnittsinitiative, deren Wirkung auf mehrere Wachstumstreiber ausstrahlt.

In diesem Sinne gilt es, die erfolgreichen Projekte und Ansätze der Initiative⁵ weiterzuführen (jeweils Zielzeitpunkt Mitte 2010):

- **Zukunftsmeile Fürstenallee**
 - Umsetzung der Projekte und Entwicklung neuer Projekte unter Einbindung der regionalen Wirtschaft
 - Akquise weiterer Mittel für die Projekte
 - Bau des Forschungszentrums Intelligente technische Systeme ist gestartet und im Zeitplan

⁵ Weitere Ausführungen dazu siehe Anhang 3: „Die 7 Leitprojekte von Innovation und Wissen“

- **Hochschulcampus Bielefeld**
Interdisziplinäre Forschungs- und Entwicklungszentren
 - Grundsteinlegung und Baubeginn Hochschulcampus Bielefeld sind erfolgt
 - Bewerbung Universität Bielefeld im Exzellenzwettbewerb (Exzellenzhochschule, Exzellenzcluster)
 - Baubeginn Bielefelder Bioinnovationszentrum BI.BIZ
 - Weitere Kooperationen mit regionalen Unternehmen in den Bereichen kognitive Interaktionstechnologie, Biotechnologie, Energie und Gesundheitswirtschaft
- **Fraunhofer Institut für intelligente mechatronische Systeme**
 - Fraunhofer Gruppe an der Universität Paderborn hat Arbeit aufgenommen
 - Konkrete Aufträge durch die regionale Wirtschaft
- **Innovationszentrum Industrial IT**
 - Einweihung Innovationszentrum Industrial IT
 - Inhaltliche Weiterentwicklung des Forschungsansatzes durch neue Kooperationen
 - evtl. Vorbereitungen für weiteres Innovationszentrum auf dem Campus in Lemgo
- **Internationale Schule**
Ziel Mitte 2010:
 - Vorbereitungen für Internationale Abschlüsse an mindestens drei Schulen in OWL abgeschlossen (Paderborn, Gütersloh und Bielefeld)
- **Talentschmiede OWL**
 - Steigerung der Teilnehmer bei Jugend forscht um weitere 10 Prozent, zwei Landessieger aus OWL
 - Einstellung möglichst aller Angebote aus OWL in www.tecnopedia.de
 - Fünf zdi-Zentren in OWL sind gegründet bzw. stehen kurz vor der Gründung.
- **Technologie orientierte Existenzgründungen (TOE)**
 - Neue Projekte an den Hochschulen sind erfolgreich angelaufen.
 - Businessplanwettbewerb ist ausgeschrieben.
 - Beratungs- und Unterstützungsmöglichkeiten sind bekannter und werden insbesondere von TOE mehr genutzt.
 - Gründungszahlen weiter angestiegen.

Die Perspektiven und Arbeitsaufträge über 2010 hinaus sind bei den Projekten entsprechend der Entwicklungsstände unterschiedlich. Beim Fraun-

hofer Institut etwa ist die Einrichtung eines eigenständigen Instituts das Ziel. Bei den Forschungs- und Entwicklungszentren sind weiterer Ausbau und qualitative Optimierung (Excellenz) anzustreben. Und Internationale Schulabschlüsse müssen mittelfristig in OWL möglich sein.

Die Aufgabe der OstWestfalenLippe Marketing GmbH ist das Prozessmanagement und die Steuerung der Projekte unter dem Dach „Leadership durch Intelligente Systeme“ sowie das Dachmarketing. Bei den Projekten „Internationale Schule“, „Talentschmiede“ sowie beim Wissenstransfer und beim Clustermanagement übernimmt die OstWestfalenLippe Marketing GmbH auch Projektmanagementaufgaben.

Projekt: Spitzencluster „Leadership Intelligente Systeme“ (Kategorie B)

Das Projekt „Spitzencluster“ ist ein Beispiel dafür, welche Wege beschritten werden, um neue Projekte zu entwickeln. Hier ist es ein Bundeswettbewerb, der dafür genutzt wird.

Ziel ist es, den mit „Innovation und Wissen“ eingeleiteten Prozess der Entwicklung von OWL zu einer Spitzentechnologieregion zu fokussieren und zu dynamisieren. Ansatz dafür ist der Wettbewerb „Spitzencluster“ der Bundesregierung. Mit dem Wettbewerb werden Spitzencluster gefördert, die über eine notwendige kritische Masse verfügen, eine hohe Entwicklungsdynamik aufweisen, an denen sich die Wirtschaft maßgeblich beteiligt und die eine internationale Spitzenposition erlangen können. Ein solches „Spitzencluster“ wird den Innovationsprozess in OWL nachhaltig verstetigen, indem die Vernetzung in der Region weiter intensiviert und Branchennetzwerke gestärkt werden, Wissenstransfer ausgeweitet, die Qualifikation erhöht und weitere Infrastruktureinrichtungen hervorgebracht werden.

Die dritte Wettbewerbsrunde ist für die zweite Jahreshälfte 2010 vorgesehen. Es werden bis zu fünf Spitzencluster ausgewählt, die über einen Zeitraum von maximal fünf Jahren mit insgesamt 200 Mio. € gefördert werden. Eine Förderung über das Programm bietet eine große Chance. Deshalb muss bis Mitte 2010 ein Wettbewerbsbeitrag entwickelt werden, mit dem OstWestfalenLippe ins Rennen geht.

Nach einer Auswertung der Bewerbungen der Gewinner der ersten beiden Runden wird mit den starken Clustern der Region (OWL Maschinenbau u. a.) und den Hochschulen ein Antrag zum Thema „Intelligente Systeme“ entwickelt. Die Vorgehensweise orientiert sich am Prozess, in dem der Antrag auf Einrichtung eines Fraunhofer Instituts für mechatronische Systeme entwickelt wurde: Ein Steuerungskreis mit Unternehmens- und Hochschulvertretern lenkt den Prozess und wird unterstützt von einem Verfahrensmanager und externen Dienstleistern. In der Region wird ein Prozess gestartet, mit dem geeignete Vorhaben (aus Forschung und Entwicklung, Nachwuchsförderung und Qualifizierung usw.) eingebracht werden können.

Projekt: Ansiedlung eines Max-Planck-Instituts (Kategorie C)

Ein Max-Planck-Institut wäre ein hervorragender neuer Leuchtturm in der Forschungs- und Entwicklungslandschaft in OWL. MPI's sind typisch an der Schnittstelle verschiedener Disziplinen angesiedelt und zielen auf Exzellenz ab. Insofern passt ein MPI neben der Ansiedlung eines Fraunhofer Instituts sehr gut in die Leadership-Strategie.

Projekt: Weiterentwicklung der Cluster (Kategorie C)

Die Branchennetzwerke in OWL sind heute wichtige Erfolgsfaktoren der Innovationsentwicklung. Sie organisieren und institutionalisieren Transfer und Interessenaustausch in vielfältiger Weise. Eine Studie des Instituts für Arbeit und Technik aus 2007 zeigt Strategien zur Förderung der Leistungsfähigkeit der acht Brancheninitiativen in OWL und benennt Querschnittsthemen für die Zusammenarbeit. Kritisch angemerkt wird, dass das Netzwerkmanagement – im Vergleich mit anderen Regionalclustern – unterdurchschnittlich mit Ressourcen ausgestattet ist.

Ziel ist es, die Schlagkraft der Branchennetzwerke zu erhöhen. Dies wird insbesondere daran gemessen, inwieweit die Netzwerke Unternehmen und Hochschulen zu Kooperationsvorhaben zusammenbringen. Die Anzahl erfolgreicher Anträge auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene ist dafür ein Indikator. Ein erster Schritt zur Stabilisierung der Netzwerke ist die Einrichtung eines gemeinsamen „Back-Office“, das Dienstleistungen für die Initiativen bereitstellt.

Weitere Ansätze werden sich ergeben, etwa im Rahmen der laufenden EFRE-Wettbewerbe, oder auch durch die Umsetzung der 500 zusätzlichen FH-Studienplätze in OstWestfalenLippe.

6.2 Qualifizierung und Bildung

Projekt: „Wir geben Talenten ein Zuhause“ (Kategorie B)

Mit dem Konzept „Talenten ein Zuhause geben“ liegt ein Strategiepapier vor, das darauf abzielt, die „Talententwicklung, -förderung und -bindung“ in OWL zu verbessern. Wir wollen Rahmenbedingungen schaffen und ein Klima herstellen, in dem Menschen und ihre Ideen aufblühen können. Gleichzeitig geht es auch darum, kreativen Köpfen von außen für ein „Leben und Arbeiten in OstWestfalenLippe“ zu begeistern,

Zwei strategische Leitgedanken bilden dafür das konzeptionelle und strategische Gerüst, sind der rote Faden und sorgen für die Verknüpfung:

1. Wir kümmern uns um die Talente (Lebensbegleitung und Qualifizierung).
2. Wir kümmern uns um das Umfeld, um für Talente ein lebenswertes wie liebenswertes „Zuhause“ zu schaffen (Attraktivierung).

Das ursprünglich als Bewerbung um die Ausrichtung einer REGIONALE entwickelte Konzept umfasst eine Fülle von Programm- und Projektansätzen. Einige davon werden heute bereits umgesetzt. Die Formel „Talenten ein Zuhause geben“ wird als attraktiver Leitgedanke vielfach aufgegriffen. Die OstWestfalenLippe Marketing GmbH hat mit dieser Überschrift eine Fach- und Führungskräfte-Kampagne gestartet, die aber aufgrund der wirtschaftsbedingten Reserviertheit der Unternehmen zurückgestellt wird. „Talenten ein Zuhause geben“ ist wie „Innovation und Wissen“ ein Querschnittsprogramm, das auf unterschiedliche Bereiche abzielt wie Qualifikation und Bildung, Lebensqualität oder Internationalität.

Projekt: Realisierung des Programms „Kulturelle Bildung OWL“ (Kategorie B)

Ein wichtiger strategischer Ansatz zur Förderung von Qualifikation und Bildung ist die Intensivierung des Themenbereichs „Kulturelle Bildung“. „Kulturelle Bildung“ beschreibt die Vernetzung kognitiver und nicht kognitiver Kompetenzen und die Förderung von emotionalen und sozialen Entwicklungen. Durch Kulturrezeption und -partizipation werden wertvolle Potenziale und zukunftsfähige Kompetenzen wie Zugänge zur eigenen Kreativität, bessere Ausdrucksfähigkeit, ein höheres Selbstvertrauen, Ausgeglichenheit und Fantasie entwickelt. Um diese Potenziale zu nutzen, muss die Kooperation zwischen Kultur und Bildung gestärkt und schulische und kulturelle Bildung als Querschnittsaufgabe begriffen werden.

Mit dem Projekt „Modellregion Kulturelle Bildung“, das in enger Abstimmung mit den Kreisen entwickelt wird, sind dafür erste Schritte eingeleitet. Zurzeit wird eine Bestandsaufnahme erarbeitet. Weitere Schritte sind der Aufbau von Strukturen, die die Umsetzung von „Kultureller Bildung“ möglich machen (beispielsweise im Schnittstellenmanagement Schule, Kultur, Jugend, Wissenschaft) und die Umsetzung konkreter Projekte.

Der eigentliche Umsetzungsort für die kulturelle Bildung ist die Lebenswelt am Wohn- und Heimatort der Kinder und Jugendlichen. Hier hat die jeweilige Kommune die größten Chancen, als „organisatorisches Zentrum“ die Zusammenarbeit der von ihr getragenen Bildungs- und Kultureinrichtungen

bei der kulturellen Bildung zu optimieren und dieses lokale Netzwerk sinnvoll zu ergänzen mit Künstlern aller Gattungen, nicht-kommunalen Kulturinstitutionen, Kultur schaffenden Vereinen, Verbänden und anderen Akteuren.

Ein Beispiel für wirksame Projekte „Kultureller Bildung“ im Rahmen von Ausbildung im Unternehmen ist das **Projekt „Kreativ Denken – Kreativ Handeln“**, das in Zusammenarbeit mit der Weidmüller Akademie und der Hochschule für Musik von der Stadt Detmold entwickelt und im Unternehmen Weidmüller umgesetzt wurde. Das Projekt setzt sich für die Kompetenzförderung durch kulturelle Bildung für junge, berufstätige Menschen ein. Künstlerinnen und Künstler verschiedener Sparten bieten Kreativ-Workshops an, die durch erlebnisorientiertes Lernen die Entwicklung von kreativen, mitdenkenden, improvisationsfähigen und sozialkompetenten Menschen unterstützt. Zielgruppen sind Auszubildende, MitarbeiterInnen, StudentInnen und Nachwuchsführungskräfte. Dieses Projekt sollte auf ganz OWL ausgeweitet werden.

Projekt: Ausbau und Koordination der zdi-Zentren

Das Innovationsministerium NRW unterstützt im Rahmen der Initiative „Zukunft durch Innovation“ die Einrichtung von zdi-Zentren Schule und Technik. Ziel ist es, durch konkrete Angebote wie Technikunterricht und Schülerlabore Jugendliche für Naturwissenschaften und Technik zu begeistern. In OWL werden im Spätsommer die ersten beiden zdi-Zentren in Lippe und Bielefeld eingeweiht. Auch an den Standorten Gütersloh, Paderborn und Höxter laufen konkrete Vorbereitungen. Unter der Koordination der OWL Marketing GmbH arbeiten die Beteiligten zusammen, tauschen sich aus und entwickeln gemeinsame Angebote.

Darüber hinaus sollen an den vier staatlichen Hochschulen Schülerlabore mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten eingerichtet werden, die eng mit den zdi-Zentren zusammenarbeiten: „Biologie und Biotechnologie“ (Universität Bielefeld), „Informatik“ (Universität Paderborn), „Physik“ (Hochschule Ostwestfalen-Lippe) und „Technik“ (Fachhochschule Bielefeld).

6.3. Internationalität

Projekt: Internationale Schule (Kategorie A)

Die Umsetzung von Schulangeboten, die internationale Abschlüsse möglich machen, ist ein laufendes Projekt im Rahmen von „Innovation und Wissen“ (siehe Seite 63). Unter den Perspektiven der Internationalisierung im Kontext von „Spitzentechnologie“ bekommt es zusätzliche Bedeutung und muss dringend zum Erfolg geführt werden. Ausländische Fach- und Führungskräfte erwarten für die Ausbildung ihrer Kinder selbstverständlich entsprechende Angebote. Und auch für deutsche Familien sind internationale Schulangebote ein attraktiver Standortfaktor. Gegenwärtig werden an Schulen in OWL Vorbereitungen für entsprechende Angebote getroffen.

Projekt: Marketingkampagne „Study, Teach and Research in OstWestfalenLippe“

Hochschulen sind notwendig auf „Internationalisierung“ im weitesten Sinne angewiesen, um im Wettbewerb zu bestehen und somit geborene Partner einer entsprechenden regionalen Strategie. Der Ansatz in den Hochschulen umfasst alle Bereiche, von internationalen Vernetzungen über Forschung, Studium und Lehre bis hin zu Service und Management. Bereits aktiv sind Hochschulen in dem Bemühen, junge Menschen aus anderen Ländern für ein Studium in OstWestfalenLippe interessieren. Die Universität Bielefeld beispielsweise arbeitet auf der Basis eines „Internationalisierungskonzepts“. Hochschulmessen im In- und Ausland sind entsprechende Instrumente. Unter der Überschrift „Study, Teach and Research in OstWestfalenLippe“ wollen wir die Bemühungen der Hochschulen bei der Anwerbung von internationalen Studierenden, Lehrenden und Forschern unterstützen. Dafür gilt es geeignete Maßnahmen zu entwickeln. Hierzu gilt es zu prüfen, inwieweit Stipendien oder spezielle Angebote hiesiger Unternehmen dabei als besondere Anziehungspunkte genutzt werden können.

Weitere Projekte

... sind etwa die Intensivierung der Auslandsaktivitäten der Kammern oder der Ausbau des Projekts „Kompetenzwerkstatt Vielfalt“ der Initiative für Beschäftigung.

Darüber hinaus sollten in regelmäßigen Abständen **Ereignisse von Welt-rang** (von nationaler Bedeutung) in den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur oder Sport in OWL stattfinden, um so die Aufmerksamkeit von Fachöffentlichkeit oder Öffentlichkeit insgesamt auf die Region zu lenken.

6.4. Lebensqualität

Projekt: Modellregion Gesundheit (Kategorie A)

Betrachtet man die Faktoren, die für die Beurteilung von Lebensqualität herangezogen werden (u.a. materieller Wohlstand, Gesundheit und Bildung, Kunst und Kultur), dann bietet sich mit Blick auf die Stärken der Region das Thema Gesundheit an. Die Zielsetzung des Vorhabens ist, dass in OstWestfalenLippe Gesundheitsversorgung schneller und besser als anderswo funktioniert und insgesamt „gesunde Lebenswelten“ gestaltet werden. Bausteine dafür können u.a. die Verwirklichung von Modellprojekten der Bertelsmann Stiftung sein⁶:

Aufbruch in ein gesundes Leben: In Kindergärten, Kitas und Schulen dreht sich vieles um das gesunde Leben der Kinder. Darauf lässt sich ein kraftvolles, ausgeglichenes Leben bauen. Väter und Mütter machen mit. Der Leitgedanke einer gesunden Lebenswelt zieht weite Kreise - bis in allen Ressorts der kommunalen Verwaltungen.

Gesundheit im Betrieb: Jobwechsel mit 55 – im Jahr 2020 kein Problem. Unternehmen investieren in die Gesundheit ihrer Mitarbeiter. Gesundheitsmanager helfen im Betrieb. Regionale Kompetenznetze unterstützen die Mittelständler bei der betrieblichen Gesundheitsförderung. Krankenkassen stellen sich mit neuen Versorgungsmodellen ganz auf die Bedürfnisse ihrer Versicherten nach mehr Versorgungsqualität ein.

Zum Wohle der Patienten: weniger Einzelkämpfer: Ärzte in Einzelpraxen sind im Jahr 2020 rar geworden. Heute arbeiten sie meist bei größeren Versorgungsanbietern - als Mitglied eines multiprofessionellen Teams in einem medizinischen Versorgungszentrum. Und studierte Pflegekräfte unterstützen chronisch kranke Menschen. Für die Gesamtkoordination der Patientenversorgung sind Fallmanager im Einsatz: Gesundheitsversorgung aus einer Hand.

Mit 70 in die WG: wiederentdeckte Lebensformen: Wohnen in der WG - nicht nur ein Privileg für junge Leute. Auch Ältere wissen Wohngemeinschaften zu schätzen. Das Pflegepersonal hilft ambulant - engagiert und professionell. Speziell ausgebildete Fachkräfte unterstützen chronisch kranke Menschen im Alltag.

Gesundheitsversorgung aus einer Hand: Eine neue Hüfte mit 77: Nach der Optionsanalyse entscheiden Arzt und Patient gemeinsam. Fachkräfte informieren, beraten und organisieren alles - von der OP-Vorbereitung bis zur Wahl der Klinik und der anschließenden Rehabilitation. Und die Nachsorge beginnt bereits vor der Operation. Professionelle Versorgung aus einer Hand.

Projekt: Marketingkampagne „Auf der sicheren Seite“

Die Kampagne thematisiert die unterschiedlichen Facetten des Themas „Sicherheit“. Es geht sowohl um den konkreten Standortvorteil einer niedrigen Kriminalitätsrate – der Sicherheit in ihrer unmittelbaren physischen und

⁶ (Bertelsmann Stiftung: Gesundheit Zukunftsmagazin 2020)

materiellen Bedeutung – als auch um die Sicherheit, dass eine Standortwahl „OstWestfalenLippe“ einlöst, was sie verspricht.

Projekt: „Charakter zeigen“

Was unterscheidet OstWestfalenLippe von anderen Regionen in Deutschland? Welches – positiv besetzte – Bild haben andere von OWL bzw. den Menschen und dem Leben hier? Liegt das in der Sprache, im Wesen, im Essen und Trinken, in der Lebensart ...? Es braucht einen Fokus, den „Charakter“ der Region aufzuspüren und erlebbar zu machen.

Projekt: Kulturelle Highlights

(OWL Festival)

6.5 Erreichbarkeit

Im Bereich der Erreichbarkeit gilt es, die wichtigen Schlüsselprojekte in OstWestfalenLippe zu realisieren. Dazu gehören:

Projekt: RegioPort Weser (Minden)

Die Entwicklung einer trimodalen Güterverkehrsdrehscheibe mit der Funktion eines Hinterland-Hubs für die norddeutschen Seehäfen und angedockten Gewerbe- und Industrieflächen für Transport-affine Unternehmen stärkt das Angebot logistischer Konzepte und kombinierter Ladungsverkehre in der Region.

Projekt: ICE Anbindungen (insbesondere Mitte-Deutschland-Verbindung)

Der Rückzug der Bahn aus der Fläche muss gestoppt oder durch leistungsfähige und qualitativ hochwertige Regionalverkehre ersetzt werden. Dort wo der Regionalverkehr im Verbund Funktionen des Fernverkehrs übernimmt, ist ein Finanzausgleich erforderlich und die Kooperation zu unterstützen.

Projekt A 33 – Lückenschluss und regionalbedeutsame Verkehrsprojekte

Bis zur voraussichtlichen Fertigstellung der A 33 im Jahre 2015 gilt es das dringlichste Verkehrsvorhaben in OstWestfalenLippe auf allen Ebenen zu unterstützen und in der Öffentlichkeit positiv zu begleiten. Daneben gilt es regionalbedeutsame Verkehrsprojekte, die häufig im Zusammenhang mit der Erreichbarkeit der Autobahnanschlüsse stehen, zu fördern

Projekt: Infrastrukturelle Aufwertung des Airports Paderborn

7. Ausstellung OstWestfalenLippe 2020

Wir machen unsere eigene REGIONALE! Regionale Entwicklung braucht zeitliche Ziele und muss gebündelt sichtbar gemacht werden. So kann die Wirkung nachdrücklich und nachhaltig intensiviert werden. Beispiele geben die Präsentation der EXPO INITIATIVE OWL im Jahr 2000 („Wir feiern die EXPO 2000 bei uns“) und auch die REGIONALE-Präsentationen anderer Regionen in NRW.

Im Jahr 2020 fassen wir die bis dahin erzielten Ergebnisse (Projekte und Programme) und die noch offenen Pläne in einer großen Ausstellung/Präsentation „OWL 2020“ zusammen. Die dezentrale Präsentation an Originalschauplätzen in ganz OWL wird durch ein zentrales Ereignis verstärkt und durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen begleitet. Die Ausstellung motiviert und mobilisiert nach innen und zeigt die Leistungskraft der Region nach außen. D.h., sie hat einen deutlich überregionalen Anspruch.

Das Ausstellungsprogramm (die Region) wird ergänzt durch Exkursionen, Feste für Bürger, Fachtagungen und Veröffentlichungen.

8. Kommunikation

Die Kraft von innovativen Projekten und aktiver Themenarbeit erzeugt eine eigendynamische Kommunikationswirkung nach innen und nach außen. Dieser Prozess wird durch zielgerichtete Kommunikation unterstützt und im Sinne der Gesamtstrategie „OstWestfalenLippe ist ein Standort für Spitzentechnologie!“ ausgerichtet.

In diesem Sinne ist Kommunikation ein zentrales Element der Prozessgestaltung – gemeint sowohl als ein permanenter Informations- und Diskussionsprozess, der in einem strategischen Rahmen dynamisch wirkt, verändert, optimiert und vor allem beteiligt, als auch als Gestaltungsinstrument, das durch kreatives Eingreifen und Pointieren den Prozess verstärkt. Beispiele dafür sind die mobilisierenden Kampagnen „Wir holen die Weltausstellung 2000 zu uns“, die Marketingaussage „Ganz oben in Nordrhein-Westfalen“, die mit der Markierung und Inszenierung des nördlichsten Punktes von Nordrhein-Westfalen als „NRW Nordpunkt“ ein sichtbares Zeichen hat, oder auch die Kampagne „OstWestfalenLippe: Modellregion für Bürokratieabbau“. Mit „Leadership durch Intelligente Systeme“ hat OWL heute einen neuen starken Kommunikationsfokus.

Im Ergebnis geht es selbstverständlich darum, den gesamten Prozess mit Instrumenten wie Veranstaltungen, Aktionen und Messepräsentationen, Presse- und Medienarbeit und Werbung kontinuierlich im Dienste eines effektiven Regionalmarketings zu nutzen bzw. ihn darauf auszurichten. Ein konkreter Mehrwert wird schon durch die Vernetzung der in den Handlungsfeldern aufgesetzten Programme und Projekte (z.B. Internet) erreicht. So entsteht ein weltweit verfügbares Informationsnetz, das die Vielfalt und Leistungsfähigkeit der Region OstWestfalenLippe deutlich macht.

9. Umsetzungsdesign / Strategischer Ansatz

Das Vorhaben kann nur gelingen, wenn die entscheidenden Kräfte in Wirtschaft, Wissenschaft, Politik, Verwaltung und Kultur Hand in Hand arbeiten und sich zur Gemeinsamkeit verabreden. Es darf keine Kirchtürme und keine politischen Partikularinteressen geben. Für die Umsetzung, die Steuerung und das Management des komplexen Entwicklungsprozesses ist ein arbeitsteiliges Vorgehen erforderlich. Es werden folgende Ebenen vorgeschlagen:

- Prozesssteuerung durch einen Fachbeirat (Bannerträger (Entscheider/Knowhow-Träger) aus den relevanten Bereichen) / Masterplan
- Projektumsetzung durch Leistungsträger (Unternehmen/Organisationen/Hochschulen/etc.) in Eigeninitiative (hohe Eigen- dynamik)
- Management durch OstWestfalenLippe Marketing GmbH (Entwickeln / Impulse geben / initiieren / koordinieren / Nutzen für das Regionalmarketing)
- Professionelle Lobbyarbeit

Fachbeirat

Ein solch ambitioniertes Projekt erfordert eine konsequente strategische Steuerung. Es gilt, in einem ständigen Austausch von Wirtschaft und Wissenschaft, von Wirtschaft und Politik, von Wissenschaft und Politik eine Synchronisation der Zielsetzungen und Umsetzungsschritte sicherzustellen. Dies reicht vom Aufspüren von Forschungshemmnissen bis zur Benennung von konkreten Handlungsempfehlungen an Entscheidungsträger.

Diese Aufgabe übernimmt ein Fachbeirat (der sich im Wesentlichen aus dem bestehenden Fachbeirat „Innovation und Wissen“ zusammensetzt). Aufgaben sind neben der Prozesssteuerung die Vermittlung nach innen und nach außen, das Schaffen von Akzeptanz, etc.

Projektumsetzung

Projekte werden in eigenständiger Regie und Verantwortung durch die entsprechenden Leistungsträger entwickelt und umgesetzt. Die Projekte committieren sich mit dem Gesamtprozess und den verabredeten Steuerungsebenen.

Prozess-Management

Die OstWestfalenLippe Marketing GmbH managt den gesamten Prozess inklusive Entwicklung, Koordination und Nutzen für das Regionalmarketing. Sie übernimmt die Geschäftsführung für den Fachbeirat.

In der Ausübung ihrer Aufgaben ist die Gesellschaft eingebettet in die bestehende Wirtschafts- und Standortförderungsstruktur der Region und ist den in diesem Feld arbeitenden Gesellschaften und Initiativen weder unter- noch übergeordnet. Die OstWestfalenLippe Marketing GmbH unterstützt bestehende Einrichtungen durch die Bereitstellung von Know-how und durch Vernetzung der gemeinsamen Arbeit, wo immer das möglich ist.

Lobbyarbeit

Dringend notwendig ist eine effektive Lobbyarbeit für OstWestfalenLippe zu organisieren und zu formalisieren. Ansatz könnte ein institutionalisierter Austausch mit den Spitzen der Regional-Parteien sowie ausgewählten Abgeordneten sein, über die Ziele und Perspektiven der Entwicklung von OstWestfalenLippe sowie die Anknüpfungspunkte in Land, Bund und Europa.

Intensiviert werden sollten die „Parlamentsgespräche“, die die Regierungspräsidentin mit OWL-Abgeordneten in Düsseldorf organisiert. Dieses Instrument wäre auch für Berlin gut.

Prozess-Controlling/-begleitung

Zur Erfolgskontrolle und Qualitätssicherung des Gesamtentwicklungsprozesses werden Maßnahmen der Selbst- und Fremdevaluierung durchgeführt. Folgende Instrumente und Methoden kommen zur Begleitung und Bewertung des Regionalmanagements zum Einsatz:

Selbstevaluierung

- Monatliche Reflexionstage aller Projektleiter zur Schaffung eines systematischen Überblicks über die anstehenden Aufgaben und Projekte
- Regelmäßige Teamreflexionen der OWL Marketing, um mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die anstehenden Aufgaben und Projekte zu evaluieren
- Im Rahmen der Gesellschafterversammlung erfolgt einmal pro Jahr eine Erfolgskontrolle.

Evaluierung mit externer Unterstützung

- Jährliches Strategietreffen der OstWestfalenLippe Marketing GmbH unter Einbezug der Mitarbeiter, Partner und relevanter Akteure, bei dem die Umsetzung der Jahresplanung in den einzelnen Handlungsfeldern bewertet wird
- Optimierung des Jahresarbeitsprogramms der OstWestfalenLippe Marketing GmbH mit Hilfe externer Unterstützung
- Externe Beratung / Coaching zur mittel- und langfristigen Entwicklung sowie externe Evaluierung des bisherigen Organisationsmodells hinsichtlich der aktuellen Entwicklung
- Kuratorium mit externen Experten

10. Finanzierung

Das vorgeschlagene Modell einer kontinuierlichen regionalen Entwicklungsarbeit, die am Ziel „Standort für Spitzentechnologie“ ausgerichtet ist und nicht Förderprogrammen folgt (diese aber sehr wohl für die Zielerreichung nutzt!), erfordert eine projektunabhängige Finanzierung. Das Basisbudget, das in der Region, von den Gesellschaftern, bereitgestellt werden muss, liegt bei 1 Mio. Euro. Für die Finanzierung zusätzlicher Projekte müssen und sollen Fördergelder des Landes, des Bundes und der Europäischen Union eingeworben werden. Wobei Landesförderung ihren Preis hat. Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen setzt bei Förderungen eine Eigeninitiative der Regionen voraus. D.h., das Land lehnt institutionale Förderungen ab und erwartet entsprechende Vorleistungen und Investitionen in den Regionen.

Die OstWestfalenLippe Marketing GmbH stützt sich in ihrer Tätigkeit bisher vor allem auf Mitarbeiter, die mit Zeitverträgen an die Gesellschaft gebunden sind. Dies ist für eine auf langfristige Entwicklungsarbeit ausgerichtete Gesellschaft nicht ausreichend. Es gilt, einen Stamm an festen Mitarbeitern zu schaffen, mit dem die Kernaufgaben der Gesellschaft erledigt werden können und über Projektmitarbeiter flexibel ergänzt werden. Eine solche Stammebelegschaft ist nicht nur für die professionelle Umsetzung des Prozesses erforderlich, sondern auch eine notwendige Voraussetzung, um zusätzliche wechselnde Projekte akquirieren zu können. Die Beispiele anderer Regionen (Nordhessen 650.000 Euro, Rhein/Neckar 5 Mio. Euro) zeigen, dass OstWestfalenLippe damit auch im Verhältnis zu Einwohnerzahl und Bruttoinlandsprodukt immer noch an der unteren Ausstattungsgrenze liegt.

Dass eine solche Investition sich bezahlt macht zeigen die Gesamtinvestitionsvolumen, die in der Vergangenheit mit Programmen wie der EXPO INITIATIVE, Modellregion für Bürokratieabbau und aktuell „Innovation und Wissen“ generiert werden.

Bielefeld, 15. Mai 2009/HW-br

Anhang 1

Beispiele für Regionalmanagement in anderen Regionen

Viele Regionen in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland haben die Handlungsnotwendigkeit erkannt und arbeiten schon heute mit teilweise erheblichem Engagement an ihrer Zukunftsfähigkeit und streben Spitzenpositionen hinsichtlich Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Kontext an. Vielfach wurden oder werden strukturelle Voraussetzungen geschaffen, die eine kontinuierliche und regional ausgerichtete Entwicklungsarbeit verfolgen. Dazu gehört neben einer inhaltlichen Fokussierung auch die Sicherstellung der notwendigen Ressourcen.

Ob als Verein, als Wirtschaftsunternehmen (GmbH oder AG) oder als öffentlich-rechtlicher Zweckverband organisiert, die Zusammenarbeit von Gebietskörperschaften und Wirtschaft bildet fast immer die Basis der Strukturen der regionalen Organisationen. In unterschiedlicher Weise sind die Kammern und Wirtschaftsunternehmen sowie teilweise auch die Sparkassen, der DGB, der Landschaftsverband und Einzelpersonen beteiligt. Als Kooperationspartner sind häufig auch die Bezirksregierung, das Wirtschaftsministerium, Wirtschaftsförderer, Unternehmerverbände und Universitäten in unterschiedlichsten Funktionen eingebunden.

Die Organisationen verfügen teilweise über erhebliche Budgets. Bei den kleineren Regionen wie Nordhessen waren das in 2006 z.B. 650.000 € Metropolregionen wie Rhein-Neckar haben ein Budget von bis zu 5 Mio. € zur Verfügung. Zum Vergleich beträgt die Grundfinanzierung der OstWestfalenLippe Marketing GmbH zurzeit ca. 255.000 Euro seitens der Gebietskörperschaften und ca. 175.000 Euro seitens der Wirtschaft, die allerdings zusätzliche projektbezogene Sponsorbeiträge einbringt.

Die Finanzierung der Organisationen erfolgt über Jahresbeiträge der Mitglieder, über Personalabordnungen von Gebietskörperschaften, Institutionen und Unternehmen und über öffentliche Förderungen (Land / EU). Bei den Mitgliedsbeiträgen gibt es in der Regel jährliche Festbeträge (z.B. Region Köln / Bonn ca. 70.000 € pro Jahr für Vollmitglieder). Eine andere Möglichkeit besteht in pauschalierten Beitragssätzen pro Einwohner einer Kommune / Gebietskörperschaft, wie beispielsweise in der Region Münsterland, wo 0,70 Euro von den Gebietskörperschaften gezahlt werden (1,1 Mio. Euro). Hinzu kommen weitere Beiträge von den übrigen Mitgliedern. Ein weiteres Modell der Ressourcenbereitstellung sind Personalentsendungen von Mitgliedsorganisationen (Köln/Bonn).

In der **Region Köln-Bonn** haben sich Gebietskörperschaften (3 kreisfreie Städte, 4 Kreise) mit den Sparkassen, dem DGB, dem Landschaftsverband und den Kammern zur Region Köln/Bonn e.V. zusammengeschlossen, um regionale Strukturentwicklung aktiv zu fördern. Als Kooperationspartner fungieren die Bezirksregierung sowie zwei weitere Kreise. Ziele sind die Förderung der regionalen Kooperation in Politik und Verwaltung, die Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Politik, Wissenschaft und Wirtschaft sowie die strategische Ausrichtung der Regionalentwicklung. Als zentrale Informations- und Koordinierungsstelle für regionale Strukturpolitik vertritt man die Interessen der Region gegenüber Land, Bund und EU.

Der Region Köln/Bonn e.V. hat für das operative Geschäft eine GmbH eingerichtet (Region Köln/Bonn GmbH), zu deren Handlungsfeldern gehören

heute die „Regionale 2010 Agentur“ und „Cologne Bonn Business“. Der Verein selber betreibt daneben die Informations- und Beratungsstelle COMPASS, um speziell die EFRE-Förderung in der Region zu koordinieren.

Der Verein Region Köln/Bonn e.V. finanziert sich aus den Jahresbeiträgen der Mitglieder. Ein Vollmitglied (Gebietskörperschaften, Sparkasse und die Kammern) zahlt ca. 70.000 € pro Jahr (Gebietskörperschaften jeweils, Kammern zusammen, Sparkassen zusammen). Die anderen Mitglieder (wie DGB, Landschaftsverband) zahlen 5.000 € pro Jahr. Für die EFRE-Beratungsstelle COMPASS werden zusätzlich 200.000 € pro Jahr von den Gebietskörperschaften und den Sparkassen zur Verfügung gestellt.

Ein Teil des Personals für COMPASS wird durch Abordnung von den Gebietskörperschaften zur Verfügung gestellt. Insgesamt gibt es aus den Gebietskörperschaften jeweils eine Personalabordnung, in Summe sieben. Das Organisationsmodell der Region Köln/Bonn e.V. für die nächsten Jahre sieht vor, weitere Personalabordnungen von den Gebietskörperschaften und auch den Kammern umzusetzen. Es werden 10 Personalentsendungen angestrebt.

Das heutige Gesamtbudget von knapp 700.000 € soll bis 2012, wenn die REGIONALE-Förderung wegfällt, auf ca. 1 Mio. € ausgeweitet werden. Ausgewählte Formate der REGIONALE sollen nach Auflösung der Agentur ab 2012 durch den Verein fortgeführt werden.

Im **Münsterland** verfolgt der Münsterland e.V.⁷ das Ziel, die Region national und international als attraktiven, zukunftsorientierten und dynamischen Standort darzustellen und zugleich die Identifikation der Bevölkerung mit der Region zu stärken. Zu den Schwerpunktaufgaben zählt die Förderung der regionalen Zusammenarbeit aller Akteure auf den Gebieten Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Lebensart. Mit 400 Mitgliedern ist der Münsterland e.V. die mitgliederstärkste Regionalmarketinginitiative in Deutschland. Zu den Mitgliedern zählen Privatpersonen, Unternehmen, Institutionen ohne Erwerbscharakter und kommunale Gebietskörperschaften. Die Finanzierung der Arbeit erfolgt über differenzierte Jahresbeiträge. Die Gebietskörperschaften zahlen beispielsweise 0,70 € pro Einwohner. Bei Unternehmen gibt es eine Staffelung nach der Mitarbeiterzahl von 155 bis 3.835 €.

Ausgehend von einem Regionalen Entwicklungskonzept wurde im Jahre 2002 zwischen Gebietskörperschaften und Wirtschaftsvertretern die **Regionalmanagement NordHessen GmbH** gegründet. Mit dieser Gesellschaft sollen u.a. Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit gestärkt, der wirtschaftliche Strukturwandel in der Region gefördert und Synergiepotenziale ausgenutzt werden. Gesellschafter sind zu 50% die Gebietskörperschaften (als Fördergesellschaft organisiert), zu 30% die Industrie- und Handelskammer, zu 15% die Handwerkskammer und zu 5% der Förderverein. Neben den Vertretern der Gesellschafter sind im Aufsichtsrat auch das Wirtschaftsministerium, der Unternehmerverband, der DGB, die Wirtschaftsförderer, die Sparkassen, Universitäten, die Bezirksregierung und mit der

⁷ Seit 01.01.09 ist Münsterland e.V. ein Zusammenschluss aus den Vereinen Aktion Münsterland e.V. und Münsterland Touristik GRÜNES BAND e.V.

Volkswagen AG ein Unternehmen vertreten. Die Finanzierung erfolgt über die Gesellschafter, das Land Hessen sowie über regionale Förderprogramme. Im Jahre 2006 stand ein Gesamtbudget von 650.000 € zur Verfügung, das von den Kreisen, dem Land Hessen, den Kammern und einigen Unternehmen finanziert wurde.⁸ Im Jahre 2007 wurde mit einem Budget von über 800.000 € die bundesweite Imagekampagne mit dem zentralen Werbespruch „Die Lage ist gut“ realisiert. 50% der Kosten wurden über das Wirtschaftsministerium in Hessen gezahlt. Bei entsprechender Beteiligung durch Unternehmen wurde eine Ausweitung des Budgets auf bis zu 1,2 Mio. € in Aussicht gestellt.

Die Gesellschaft übernimmt die Aufgabe des Clustermanagements im Auf- und Ausbau regionaler Kernkompetenzen in verschiedenen Branchen. Außerdem fungiert sie als Dachstruktur der regionalen Wirtschaftsförderung und setzt das Standortmarketing um.

In der **Region Nürnberg** wurde ein mehrstufiges Strategiekonzept erarbeitet, um die regionale Entwicklung von einer langfristigen Vision über mittelfristige Ziele in ein Aktionsprogramm herunterzubrechen. Das Entwicklungsleitbild der Region Nürnberg umfasst einen Zeitraum von zehn und mehr Jahren und skizziert die Vision und Perspektiven für sechs technologische Kernkompetenzen mit hohem Entwicklungspotential. Dieses wird konkretisiert in einem Regionalkonzept für die nächsten fünf Jahre, das mittelfristige Technologie- und Infrastrukturziele zur Realisierung des Leitbildes definiert. Die jährlichen Aktionsprogramme schreiben dann konkrete Projekte zur Zielerreichung fest.

Zur Europäischen Metropolregion Nürnberg gehören 12 kreisfreie Städte, 21 Landkreise, 21 Gemeinden und weitere 6 berufene Mitglieder. Die Organisation umfasst einen Rat zur internen Willensbildung, Budgetentscheidung und Außenvertretung. Die Koordination von Strategien, Arbeitsthemen und Projekten übernimmt ein Steuerungskreis. Beide Gremien bedienen sich einer Geschäftsstelle, die Sitzungen vorbereitet, die Öffentlichkeitsarbeit sowie weitere Koordinierungs- und Querschnittsfunktionen übernimmt. Für das Innen- und Außenmarketing ist außerdem ein Marketingverein tätig, der über insgesamt 365 Mitglieder verfügt (davon 20 Gebietskörperschaften, 290 Unternehmen sowie Kammern, Verbände, Gewerkschaften und Einzelpersonen).

Ein in Deutschland einzigartiges Private-Public-Partnership-Modell wird für die Entwicklung der **Metropolregion Rhein-Neckar** realisiert. Zum einen stellt die Region ein Beispiel für eine länderübergreifende regionale Zusammenarbeit (Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Hessen) dar. Zum anderen verfügt die Region mit drei Organisationen über schlagkräftige Strukturen. Der Verband Region Rhein-Neckar mit den Gebietskörperschaften als Mitglieder ist für Raumordnung, grenzüberschreitende Regionalplanung und Regionalentwicklung verantwortlich. Der Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V. unterstützt die Region beim Aufbau einer eigenen Identität und beim Nutzen der eigenen Potentiale. Die Durchführung von

⁸ Quelle: Deutsche Handwerkszeitung, 07.02.2007

Projekten zur Förderung der Metropolregion und Stärkung der regionalen Zusammenarbeit für gemeinnützige Zwecke stehen dabei im Mittelpunkt.

Diese beiden Organisationen zusammen mit den Industrie- und Handelskammern sind Träger der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH. Ihre Aufgabe ist es, die Region wirtschaftlich, sozial und ökologisch weiter zu entwickeln und sie als eine der attraktivsten und wettbewerbsfähigsten Region Europas zu positionieren. In der Geschäftsstelle in Mannheim arbeiten 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – die Hälfte davon wird von Unternehmen und Institutionen delegiert. Das Jahresbudget beträgt 4,5 bis 5 Mio. Euro.

Anhang 2

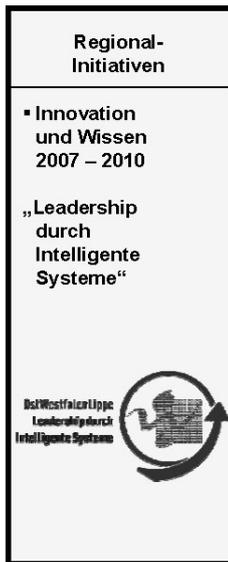
Die bisherige Arbeit der OstWestfalenLippe Marketing GmbH

... oder: Die Neupositionierung als Fortsetzung eines erfolgreichen Weges!

Den Weg hin zu einer Regionalmanagementorganisation, die sich im Kern um Regionalentwicklungsaufgaben kümmert, hat die OstWestfalenLippe Marketing GmbH bereits vor Jahren eingeschlagen. Angeregt durch die erfolgreiche Umsetzung der „EXPO INITIATIVE OstWestfalenLippe“, einem Strukturentwicklungsprogramm zu den Themen „Gesundheitswirtschaft“, „Energieeffizienz/Ressourceneffizientes Wirtschaften“ und „Kultur“ hat die Gesellschaft ein Standortmarketingmodell entwickelt, das sowohl Regionalentwicklungs- als auch Kommunikationsaufgaben integriert. Im Mittelpunkt unserer Arbeit stehen thematisch und zeitlich begrenzte Strukturentwicklungsprogramme, die die Region zukunftsfähig machen und gleichzeitig profilbildend sind und Anlässe für Kommunikation bieten. Dieses Prinzip hat sich für OWL als gutes Rezept erwiesen!

Heute nimmt die OstWestfalenLippe Marketing GmbH in insgesamt fünf Handlungsfeldern die Funktion einer Regionalmanagementorganisation wahr.

Module im Regionalmarketing					
Regional-Initiativen	Regional-Kommunikation	Regional-Tourismus	Regionalagentur	Regional-Kultur	Regional-Aufgaben Regional-Entwicklung
<ul style="list-style-type: none"> • Innovation und Wissen 2007 – 2010 „Leadership durch Intelligente Systeme“ 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktionen Wettbewerbe - Veranstaltungen u. Foren - Aktions-Programme - Anzeigenwerbung - Magazine - Infobroschüren - Internet - Pressearbeit 	<ul style="list-style-type: none"> Touristisches Dachmarketing für die Region Teutoburger Wald Tourismus 	<ul style="list-style-type: none"> Umsetzung integrierter Wirtschafts- und Arbeitspolitik des Landes NRW in OWL 	<ul style="list-style-type: none"> Koordination übergreifender Kulturprojekte OWL Kulturbüro 	<ul style="list-style-type: none"> EFRE ... 



Ansatz:

Zeitlich begrenzte thematische Beiträge zur Verbesserung der Standortqualität und Profilschaffung der Region.

Aufgabe:

Aufbau und Koordination und strategische Führung einer integrierten Innovationsinitiative, die die technologieorientierte Infrastruktur in OstWestfalenLippe, insbesondere durch Kooperationen mit Hochschulen verbessert und sie insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen verfügbar macht.

Ziele:

- Verbesserung der Innovationsinfrastruktur in Ost-WestfalenLippe
- Herausbildung eines High Level Technologieprofils für die Region (Leadership durch Intelligente Systeme)
- neue Innovationskompetenzzentren für Schlüsselindustrien
- Aufwertung der Hochschulstandorte
- bessere Vernetzung unter den Innovationsakteuren

Wirkung

Umsetzung neuer Institute und Kompetenzzentren / Zugang zu Fördermitteln des Landes / Mehr Zusammenarbeit in der Region / Besseres Networking ...
 ⇒ EXPO INITIATIVE OstWestfalenLippe hat ein Investitionsvolumen von insgesamt 250 Mio. DM, davon wäre die Hälfte ohne die Aktivitäten der OWL M nicht akquiriert worden.
 ⇒ Modellregion für Bürokratieabbau, insgesamt 3,6 Mio. € Investition. Neben den konkreten Wirkungen enorme Imagewirkung, die im klassischen Marketing viel teurer gewesen wäre.



Ansatz:

Gemeinsame Präsentationsplattform des Wirtschafts- und Kulturraumes OstWestfalenLippe

Aufgabe:

Bundesweite Profilierung der Region OstWestfalenLippe als leistungsstarker Wirtschaftsstandort mit hoher Lebensqualität

Ziele:

Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Region insbesondere im Zielgruppenbereich der Entscheider und Besetzung mit einem positiven Image

Wirkung:

Viele mittelbare Effekte; Zahlreiche mobilisierende Projekte und Programme in OstWestfalenLippe; Impuls für Netzwerke



Ansatz:

Die OstWestfalenLippe Marketing GmbH mit dem Bereich Teutoburger Wald Tourismusmarketing ist die zentrale touristische Anlaufstelle in und für OstWestfalenLippe

Aufgabe:

Dachmarketing für die Tourismusregion Teutoburger Wald im Sinne einer Profilierung als attraktive Tourismusdestination in Deutschland und angrenzenden Ländern / Schnittstelle der Region zum Land

Ziele:

- Stärkung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor für OstWestfalenLippe
- Profilierung der Dachmarke Teutoburger Wald in Deutschland
- Vermarktung der wesentlichen touristischen Themen unter der Marke Teutoburger Wald

Wirkung:

Koordination wesentlicher touristischer Aufgaben und Ansätze. Einheitliche Schnittstelle zum Land Nordrhein-Westfalen. Koordination wesentlicher touristischer Leuchtturmprojekte (Hermannshöhen). Akquisition von Fördermitteln (beispielsweise 900.000 für 3 EFRE-Projekte)



Ansatz:

Bindeglied zwischen dem Ministerium für Arbeit und Gesundheit und den arbeitsmarktpolitischen Partnern und Unternehmen in OWL im Bereich beschäftigungswirksamer Förderungsprojekte

Aufgabe:

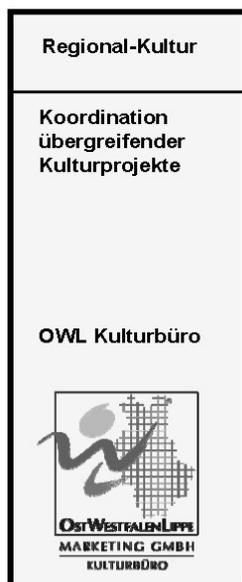
Projekte mit positiven Effekten für Wirtschaft und Arbeitsmarkt initiieren und koordinieren im Rahmen der Förderprogramme des Europäischen Sozialfonds (ESF)

Ziele:

Möglichst viele gute und sinnvolle Förderprojekte in OstWestfalenLippe auf den Weg und in die Förderung bringen

Wirkung:

Durch die Arbeit der Regionalagentur wurde in 2008 in den Bereichen Innovative Vorhaben, Beschäftigungsfähigkeit, Jugend und Beruf und besondere Zielgruppen ein Fördervolumen von insgesamt ca. 11 Mio. Euro für die Region vermittelt.



Ansatz:

Koordination regionaler Kulturarbeit in OstWestfalenLippe mit Schnittstellenfunktion zur Staatskanzlei

Aufgabe:

Koordination und Moderation regionaler Kulturarbeit mit der besonderen Aufgabe der Umsetzung der Förderprogramme der Regionalen Kulturpolitik (RKP), des Programms Kulturelle Bildung. Weitere Aufgabe: Unterstützung von kulturpolitisch relevanten Projekten in der Region und die Stärkung von Kultur im Regionalmarketing

Ziele:

Nutzung der landesseitigen Förderinstrumente zur kulturellen Profilschärfung in OstWestfalenLippe und Stärkung des Standortfaktors Kultur in OWL

Wirkung:

Vermittlung von 470.000 Euro Fördermitteln für regionale Kulturprojekte in 2008; Koordination des Programms Kulturelle Bildung und Umsetzung von regionalen Kulturveranstaltungen

Diese Strategie, unterschiedliche regionale Aufgaben unter dem Dach der Gesellschaft zu bündeln, geht auf. Teutoburger Wald Tourismus ist erfolgreich in das Regionalmarketing integriert. Die Akzeptanz des Tourismus als weicher Standortfaktor wächst. Das Kulturbüro hat eine Bedarfslücke geschlossen, der Standortfaktor Kultur gewinnt in der Regionalentwicklung und im Regionalmarketing an Profil.

Insgesamt stellen wir eine Entwicklung im Wirtschafts- und Kulturräum OstWestfalenLippe hin zu mehr Zusammenarbeit bei etlichen Aufgaben fest. Unternehmerpersönlichkeiten engagieren sich für OstWestfalenLippe, Hochschulen arbeiten zusammen und entwickeln gemeinsame Konzepte und in Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Hochschulen entstehen vielversprechende Zukunftsprojekte.

Damit hat das „Modell OstWestfalenLippe“ zumindest in Nordrhein-Westfalen vielfach Vorbildfunktion für eine gelungene Regionalorganisation. Allerdings ist festzustellen, dass andere Regionen in NRW mit vom Land geförderten Regionalorganisationen wie im Ruhrgebiet, oder ausgelöst durch REGIONALE-Prozesse (Bergisches Land, Köln-Bonn, Südwestfalen) oder auch aus eigener Kraft (Münsterland) mit großen Schritten in Sachen Regionalentwicklung vorausgehen (Metropolo Ruhr) oder aufholen.

Finanzierung

Die Entwicklungen in OWL haben sich in einem laufenden Prozess ergeben. Die Finanzierung von Strukturen und Programmen des OWL Marketings ist zu einem Großteil projektbezogen ausgerichtet. D.h., das Modell des Regionalmarketings für OstWestfalenLippe ist nicht strukturell abgesichert, sondern abhängig von externen Projektfinanzierungen.

Im Jahr 2009 beträgt das Gesamtbudget der OstWestfalenLippe Marketing GmbH mit allen fünf Modulen ca. 2,2 Mio. Euro. Davon werden ca. 1,1 Mio. Euro über Landesförderungen finanziert, 550.000 Euro bringen die Gesell-

schafter auf (davon ca. 430.000 Euro für das Kerngeschäft), ca. 200.000 Euro sind Rücklagen. Bei den weiteren Beträgen handelt es sich um Projektbeteiligungen verschiedener Partner (z.B. EXPO REAL), Eigenanteile für Förderprojekte (TEUTO VitalWanderWelt® etc.) und Sponsoringeinnahmen (z.B. Innovationspreis). Auf der Ausgabenseite machen die Bereiche „Innovation und Wissen“ und Regionalkommunikation ca. 1 Mio. Euro aus. Dies entspräche in Etwa dem zukünftigen Budget für das Kerngeschäft Regionalentwicklung / Regionalmarketing.

Anhang 3

Die 7 Leitprojekte von „Innovation und Wissen“

Zukunftsmeile Fürstenallee

Die Zukunftsmeile Fürstenallee ist erfolgreich gestartet. In 2008 hat die Landesregierung im Rahmen der EFRE-Wettbewerbe acht Projekte bewilligt. Darüber hinaus wurde in Kooperation mit Boeing, Evonik, eos und MTT das Direct Manufacturing Research Center gegründet. Insgesamt konnten bisher rund 20 Mio. € für Projekte akquiriert werden. Derzeit laufen zwei Projekte im EFRE-Wettbewerb Hightech.NRW. Auch der Bau eines Forschungszentrums für Intelligente Technische Systeme nimmt Fahrt auf. Das Innovationsministerium NRW hat dafür 5 Mio. € aus dem Konjunkturpaket II bereit gestellt, die Restfinanzierung kommt aus der Region. Das Zentrum soll bis 2011 fertig gestellt werden.

Ziel Mitte 2010:

- Umsetzung der Projekte und Entwicklung neuer Projekte unter Einbindung der regionalen Wirtschaft
- Akquise weiterer Mittel für die Projekte
- Bau des Forschungszentrums Intelligente technische Systeme ist gestartet und im Zeitplan.

Fraunhofer Institut für intelligente mechatronische Systeme

In Abstimmung mit der Fraunhofer Gesellschaft und dem Innovationsministerium wird voraussichtlich im Sommer 2009 eine Fraunhofer Projektgruppe an der Universität Paderborn eingesetzt. Nach erfolgreicher Start-Up-Phase (ca. fünf Jahre) soll sie in ein eigenständiges Fraunhofer Institut mit bis zu 100 Arbeitsplätzen überführt werden. 17 Unternehmen aus der Region haben bereits ihre Unterstützung zugesagt. Die Roadmap steht, die Verhandlungen mit den Unternehmen über konkrete Aufträge laufen.

Ziel Mitte 2010:

- Fraunhofer Gruppe an der Universität Paderborn hat Arbeit aufgenommen
- Konkrete Aufträge durch die regionale Wirtschaft

Interdisziplinäre Forschungs- und Entwicklungszentren - Hochschulcampus Bielefeld

Auf dem Hochschulcampus Bielefeld sollen Forschungs- und Entwicklungszentren der Universität und der Fachhochschule Bielefeld zusammengeführt werden. Das Baurecht soll bis Juni vorliegen. Die zuständigen Ministerien haben Gelder zugesagt, die Grundsteinlegung durch Minister Pinkwart soll 2010 erfolgen. An der Universität Bielefeld sind die Vorbereitungen für die Bewerbung für die Exzellenzinitiative 2011 angelaufen. Spitzenforschung gibt es in den Bereichen kognitive Interaktionstechnologie (CoR-Lab und Exzellenzcluster Citec) sowie Biotechnologie (Spitzencluster "Industrielle Biotechnologie-CLIB 2021, Technologieplattform "Polyomics"). Darüber hinaus ist die Einrichtung eines „Bielefelder Bioinnovationszentrums (Bl.BIZ)“ geplant. Die Kooperation der Fachhochschule und der Uni-

versität in den Bereichen Biotechnologie, Energie und Gesundheitswirtschaft werden intensiviert.

Ziel Mitte 2010:

- Grundsteinlegung und Baubeginn Hochschulcampus Bielefeld sind erfolgt.
- Bewerbung Universität Bielefeld im Exzellenzwettbewerb (Exzellenzhochschule, Exzellenzcluster)
- Baubeginn Bielefelder Bioinnovationszentrum BI.BIZ
- Weitere Kooperationen mit regionalen Unternehmen in den Bereichen kognitive Interaktionstechnologie, Biotechnologie, Energie und Gesundheitswirtschaft

Innovationszentrum Industrial IT

Die Vertragsunterzeichnung mit dem Investor zum Bau des Innovationszentrums ist erfolgt. Der Baubeginn ist für den Sommer vorgesehen. Parallel werden die Forschungsaktivitäten in Kooperation mit den Unternehmen vorangetrieben (z. B. Antrag im EFRE Wettbewerb Hightech.NRW).

Ziel Mitte 2010:

- Einweihung Innovationszentrum Industrial IT
- Inhaltliche Weiterentwicklung des Forschungsansatzes durch neue Kooperationen
- evtl. Vorbereitungen für weiteres Innovationszentrum auf dem Campus in Lemgo

Internationale Schulen

Expertengespräche über die unterschiedlichen Modelle Internationaler Schulangebote sind geführt worden. Am Gymnasium Schloss Neuhaus wird im Sommer 2009 ein internationaler Zweig ab Klasse 7 angeboten. In Gütersloh laufen Sondierungen über die Einrichtung internationaler Angebote am Evangelischen Gymnasium in Kooperation mit Bertelsmann und Miele, auch in Bielefeld sind Sondierungen angelaufen.

Ziel Mitte 2010:

- Vorbereitungen für Internationale Abschlüsse an mindestens drei Schulen in OWL abgeschlossen (Paderborn, Gütersloh und Bielefeld)

Talentschmiede OWL

Schüler-Forschungsprojekte (z. B. Jugend forscht-Wettbewerbsbeiträge) werden unterstützt. Erste Erfolge waren beim Wettbewerb 2009 festzustellen: Die Teilnehmerzahlen aus OWL konnten um 20 Prozent gesteigert werden. Aus der Region gab es einen Landessieger und darüber hinaus sechs Preise beim Landeswettbewerb für Projekte, die im Rahmen von „Innovation und Wissen“ gefördert wurden. Mit der Internetplattform www.tecnopedia.de erhalten Schülerinnen und Schülern, Lehrerinnen und Lehrern, aber auch Unternehmen eine Übersicht über die Angebote zur Begeisterung für Naturwissenschaften und Technik. In OWL läuft die Gründung von fünf zdi-Zentren Schule und Technik: Lippe, Bielefeld in Koopera-

tion mit Hille, Gütersloh, Paderborn und Höxter. Unter Koordination der OstWestfalenLippe Marketing GmbH Enge Zusammenarbeit der Zentren.

Ziel Mitte 2010:

- Steigerung der Teilnehmer bei Jugend forscht um weitere 10 Prozent, zwei Landessieger aus OWL
- Einstellung möglichst aller Angebote aus OWL in www.tecnopedia.de
- Fünf zdi-Zentren in OWL sind gegründet bzw. stehen kurz vor der Gründung.

Technologie orientiere Existenzgründungen (TOE)

An den Hochschulen sind Aktivitäten zur Förderung von TOEs intensiviert worden bzw. neu angelaufen (Gründercoach an den FHs, Gründerzentrum an der Universität Bielefeld, Businessplan-Wettbewerb). Alle drei Anträge der „Entwicklungspartnerschaft OWL“ beim EFRE Wettbewerb Gründung.NRW sind bewilligt worden. Beratungs- und Unterstützungsangebote sowie gute Beispiele sind auf einer Internetplattform zusammengeführt worden (www.toe-owl.de). Die Kammern beraten und begleiten technologie-orientierte Existenzgründer besonders intensiv. Aktuelle Zahlen des ZEW zum Gründergeschehen zeigen positive Entwicklungen für OWL (Spitzenwerte in den Bereichen Maschinenbau und Möbelwirtschaft).

Ziel Mitte 2010:

- Neue Projekte an den Hochschulen sind erfolgreich angelaufen.
- Businessplanwettbewerb ist ausgeschrieben.
- Beratungs- und Unterstützungsmöglichkeiten sind bekannter und werden insbesondere von TOE mehr genutzt.
- Gründungszahlen weiter angestiegen.

Wissenstransfer

Clusterentwicklung

Bielefeld, 15. Mai 2009/HW-br