



Wirtschaftsförderung Region Goslar GmbH & Co. KG

# Kampagne „Mittelerde 2.0“: Aktive Investorenansprache unter Budgetrestriktionen

Forum deutscher Wirtschaftsförderer 2018

Impulsvortrag für Workshop „Wie komme ich an neue Unternehmen?“

Dr. Jörg Aßmann (Geschäftsführer, WiReGo)

## Landkreis Goslar: Kein „Hot-Spot“ für Ansiedlungen



## Die WiReGo: Personelle und finanzielle Restriktionen

**Gründung:** August 2010

**Gesellschafter (16):** LK GS, alle Gemeinden, 6 Banken, TU Clausthal, pro Goslar e.V.

**Aufgabenbereiche:** Gründungsförderung, Bestandspflege/Innovationsberatung, Standortmarketing, Investorenansprache und -betreuung, Infrastrukturentwicklung etc.

**Finanz- und Personalbudget 2010-2015:** ca. 360.000 € und 4,5 Mitarbeiter

**Budget für Standortmarketing/Investorenansprache 2010-2015:** ca. 12.000 €/Jahr

**Personal für Standortmarketing/Investorenansprache 2010-2015:** ca. 0,2 Stellen

**Frage:** Wie kann trotz eines knappen Personal- und Finanzbudgets Standortmarketing und Investorenansprache erfolgreich gestaltet werden?

## „Mittelerde 2.0“: Der konzeptionelle Ansatz

**Zielsetzung:** Abkehr von der Investorenansprache/-betreuung nach Zufallsprinzip und stattdessen systematische, gezielte und aktive Ansprache von Investoren!

**Schritt 1:** Identifikation der technologisch-wirtschaftlichen Kernkompetenz der Region Goslar

**Schritt 2:** Selektion von Investoren, die zur identifizierten Kernkompetenz „passen“

**Schritt 3:** Entwicklung einer „Standortgeschichte“ und Vorbereitung einer Kommunikationsstrategie

**Schritt 4:** Aktive Ansprache von Investoren auf Basis der entwickelten Standortargumentation

## Schritt 1: Identifikation der technologisch-wirtschaftlichen Kernkompetenz<sup>1</sup>

### Schlüsselfragen:

- Was können wir im Landkreis Goslar besser als andere Regionen? Wo können wir im regionalen Benchmarking wirklich „punkten“?
- Wo liegen die größten Investitions- und Wachstumspotenziale in Deutschland?

### Beantwortung dieser beiden Fragen über ...

- Einbindung eines Beratungsunternehmens (u.a. Erstellung einer Regionalstatistik)
- Abgleich mit Regionen, die ähnliche Strukturen aufweisen wie Landkreis Goslar
- Durchführung mehrerer Workshops (u.a. mit der Wirtschaft, der TU Clausthal)

## Schritt 1: Identifikation der technologisch-wirtschaftlichen Kernkompetenz<sup>2</sup>

### Ergebnis:

**Landkreis Goslar ist eine innovative Werkstoffregion**  
= Kernkompetenz der Region Goslar, die auch überregional Beachtung finden kann und wo zudem Wachstum zu erwarten ist!

**Wirtschaftsstrategische  
Metalle (Recycling)**

**Mess- und  
Prüftechnik**

**Material- und  
Oberflächentechnik**

**Batterie-  
sicherheit**

## Schritt 2: Investorenidentifikation

**Aufgabe:** Identifikation von Investoren im deutschsprachigen Raum, die engen inhaltlichen Bezug zum Thema „Innovative Werkstoffe“ aufweisen!

- **Vorgehen:**

- Recherche in der Unternehmensdatenbank MARKUS

- **Ergebnis:**

- 2.053 Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz lassen sich dem Themenbereich „Innovative Werkstoffe“ zuordnen!
- Diese Unternehmen weisen zudem eine gewisse Mindestgröße (mehr als 15 MA) sowie ein über die letzten Jahre überdurchschnittliches Wachstum auf!

## Schritt 3: „Standortgeschichte“ und Kommunikationsstrategie<sup>1</sup>

**Herausforderung bei „Kaltakquise“:** Interesse/Neugierde wecken und die Thematik „Innovative Werkstoffregion Region Goslar“ in den Köpfen der Empfänger „verankern“

Zukunftsweisende Innovationen entstehen aus dem Wissen der Vergangenheit!

MITTELERDE 2.0

MITTELERDE 2.0 > Home

In den geheimnisvollen Tiefen der Erde sind im Harz schon vor Jahrhunderten Innovationen entstanden. Reich an Erz und Ideen schufen die Bergleute damals ein wertvolles Erbe, welches heute ihre Enkel und Urenkel visionär in Zukunftstechnologien einsetzen. Willkommen am Standort MittelErde2.0!

- IDEA**
- MATERIAL- und OBERFLÄCHENTECHNIK**
  - Wirtschaftskompetenz
  - Forschungskompetenz
  - Akteure in der Region
- WIRTSCHAFTSSTRATEGISCHE METALLE**
  - Wirtschaftskompetenz
  - Forschungskompetenz
  - REWIMET
  - Akteure in der Region
- MESS- und PRÜFTECHNIK**
  - Wirtschaftskompetenz
  - Forschungskompetenz
  - Akteure in der Region
- BATTERIESICHERHEIT**
  - Wirtschaftskompetenz
  - Forschungskompetenz
  - Batterie-Sicherheits-campus Deutschland
  - Akteure in der Region
- MENSCHLICHES**
  - Fachkräfte
- INVESTIVES**
  - Standort
  - Flächen & Immobilien
  - Förderung
  - Service
- PINNWAND**
- KONTAKT**
- DATENSCHUTZERKLÄRUNG**



## Schritt 3: „Standortgeschichte“ und Kommunikationsstrategie<sup>2</sup>

Zusätzliche Internetseite seit 2017: [www.batteriesicherheit.eu](http://www.batteriesicherheit.eu)

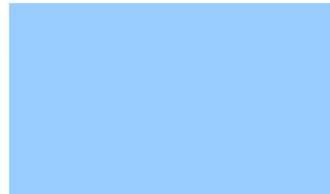
bsd  
Batterie-Sicherheitscampus  
Deutschland

[HOME](#) [ANSATZ](#) [FORSCHUNG](#) [EINRICHTUNGEN](#) [AKTUELLES](#) [MITMACHEN](#) [KONTAKT](#) 



# ANSATZ

& PHILOSOPHIE



# FORSCHUNG & KOMPETENZ



# TEIL WERDEN & MITMACHEN



# AM CAMPUS DIE INFRASTRUKTUR

& VERANSTALTUNGEN  
**AKTUELLES**

Energieforscher unterstützen das Racing Team der Ostfalia Hochschule



Zum Test ihres selbst entwickelten aktuellen Elektro-Rennboliden besuchte das Team „wob-racing“ der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften die Clausthaler Forscher des Energie-Forschungszentrums Niedersachsen im „Batterie- und Sensoriktestzentrum“ auf dem EnergieCampus Goslar.

[Weiterlesen...](#)

**Batterie-Sicherheitscampus  
Deutschland**

c/o WiReGo GmbH & Co.KG

Am Stollen 19a

## Schritt 4: Start der aktiven Investorenansprache

### Aufgaben:

- Selektion des Verteilers in „handhabbare“ Teilmengen
- Formulierung individualisierter Anschreiben
- Versand von Schreiben sowie Nachfassen bei den Empfängern

### Ergebnisse (in den ersten 20 Monaten):

- ca. 150 aktive Ansprachen/Jahr (=150 individualisierte Anschreiben + ca. 450 Telefonate)
- Resonanz: ca. 7% (=10 persönliche Gespräche mit potenziellen Investoren)
- Ansiedlung: 1

### Fazit: Erheblicher Optimierungsbedarf!

## Optimierungsmaßnahmen bei Investorenansprache (seit 2016)

1. Einbindung eines externen Dienstleisters zur Terminvermittlung
2. Aktive Investorenansprache in Verknüpfung mit Fachmessen
3. Begleitung bei Erstkontakten durch Fachexpertise (zumeist aus Wissenschaft)



## Aktuelle Praxis und Ergebnisse

### „Input“ pro Jahr:

- **Messeintensität:** 4 Messen oder Tagungen
- **Anzahl an Kontaktversuchen:** 120 (im Durchschnitt 30 pro Messe)
- **Anzahl an Gesprächsterminen:** ca. 40 (entspricht einer Erfolgsquote von 33%)

### „Output“ pro Jahr:

- **Anzahl an intensiveren Kontakten:** ca. 5-6
- **Ansiedlungen durch Mittelerde 2.0 (bislang):** 1-2
- **Anzahl betreuter Ansiedlungen in den Jahren 2016, 2017, 2018:** 29, 29, 32+

## Kosten von „Mittelerde 2.0“

### 1. Einmalige Kosten: 45.000 €

- **Schritt 1:** Identifikation der technologischen Kernkompetenz (18.000 €)
- **Schritt 2:** Erstellung eines Verteilers über Markus-Datenbank (2.000 €)
- **Schritt 3:** Entwicklung der „Standortgeschichte“ (Mittelerde 2.0) (23.000 €)
- **Schritt 4:** „Standort-Workshop“ mit Dienstleister (2.000 €)

### 2. Laufende Kosten/Jahr: 12.500 €

- **Dienstleister:** ca. 5.000 €/Jahr (für ca. 120 aktive Investorenansprachen)
- **Reisekosten:** ca. 1.000 €/Jahr
- **Personalkosten:** ca. 6.500 €/Jahr (Annahme: ca. 0,1-Stelle)

## Geplante Optimierungen von „Mittelerde 2.0“

### 1. Key-Account-Manager

- Nachbereitung und dauerhafte Pflege aller Kontakte durch „Key Account Manager“

### 2. Präsenz im Ausland verstärken

- Besuch von Investorenmessen in den Niederlanden und Dänemark

### 3. Intensivere Nutzung von Social Media

**LinkedIn**

**XING**

**twitter**



## Kontaktdaten

### **Dr. Jörg Aßmann (Geschäftsführer)**

Wirtschaftsförderung Region Goslar GmbH & Co. KG

Klubgartenstraße 5 in 38640 Goslar

Tel.: 05321/76700

Mail: [joerg.assmann@wirego.de](mailto:joerg.assmann@wirego.de)

Internet 1: [www.wirego.de](http://www.wirego.de)

Internet 2: [www.invest-region-goslar.de](http://www.invest-region-goslar.de)

Internet 3: [www.batteriesicherheit.eu](http://www.batteriesicherheit.eu)