



KONSTANZ

HANDLUNGSPROGRAMM WIRTSCHAFT 2030

Anlagen

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Die Handlungsfelder: Arbeitsgruppen, Vorgehen & Ergänzungen	7
1.1	Digitalisierung	7
1.2	Vernetzung von Unternehmensgründung, Wirtschaft & Wissenschaft	7
1.3	Familiengerechtes Leben & Arbeiten	9
1.4	Flächenpolitik & Geostrategie	9
1.5	Konstanz als Destination	10
2.	Ziele und Maßnahmenkatalog nach Handlungsfeldern	11
2.1	Ziele, Maßnahmen und Projektideen aus dem Handlungsfeld Digitalisierung	11
	Ausbau eines flächendeckenden Glasfasernetzes im Gigabitbereich (MDi1)	12
	Ausbau LoRaWan/IoT-Strategie (MDi2)	12
	Weiterer Ausbau von öffentlichem WLAN an ausgewählten Standorten (MDi3)	12
	Installation einer digitalen Erlebniswelt für Konstanz (MDi4)	13
	Entwicklung eines digitalen Zwillings der Stadt Konstanz (MDi5)	13
	Open Data Plattform (MDi6)	13
	Umsetzung der eGovernment-Strategie und Entwicklung der Verwaltung hin zu Smart Government (MDi7)	14
	Datenschutz-konforme Server- und Cloudlösungen für Firmen durch Stadtwerke Konstanz (MDi8)	14
	Aufbau eines Fördermittelmanagements für digitale Projekte (MDi9)	15
	Bereitstellung von Räumlichkeiten für Digitale Initiativen wie IT-Kids, Hackerspaces etc. (MDi10)	15
	Konzept zur Umsetzung autonom fahrender Busse (MDi11)	15
	Großveranstaltung der Digitalwirtschaft (MDi12)	16
	Digitale Stadtplanung (MDi13)	16
	Entwicklung von smarten Quartieren (MDi14)	16
	Anwendung von smarten Urban-Growing-Projekten (MDi15)	16
	Installation eines Chief Digital Officer (CDO) (MDi16)	17
	Virtual Reality Erlebniswelt (MDi17)	17
	Augmented-Reality-Stadtführungen und -Sightseeing (MDi18)	17
	Digitales Verwaltungssystem „Bildungskosmos“ (MDi19)	18
	Digitale Ausstattung von Bildungseinrichtungen (MDi20)	18
	Konzept zur außerschulischen, digitalen Bildung (MDi21)	18

2.2	Ziele und Maßnahmen aus dem Handlungsfeld Vernetzung von Unternehmensgründung, Wirtschaft & Wissenschaft	19
	Konstanzer Innovationsareal (MG1)	19
	Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz „GIB Konstanz“ (MG2)	19
	Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „come together“ (MG3)	20
	Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „work together“ (MG4)	20
	Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „stay together“ (MG5)	20
	Entwicklung eines neuen Netzwerkes Design & Medienwirtschaft (MG6)	21
	TZK Lab – Laborflächen für Gründende (MG7)	21
	Zugang zu Fremdkapital (MG8)	21
	Zugang zu Eigenkapital (MG9)	22
	Gemeinschaftsmessestände VLRB zur Markterschließung (MG10)	22
	Klare Positionierung von Konstanz als Gründungs- und Innovationsstandort (MG11)	23
	Installation einer einheitlichen digitalen Informationsplattform für und über die Region (als erste Anlaufstelle im Internet) (MG12)	23
	Standortbroschüre Vierländerregion Bodensee (VLRB) (MG13)	24
	Wirtschaftskonzil/-symposium (MG14)	24
2.3	Ziele und Maßnahmen aus dem Handlungsfeld Familiengerechtes Leben & Arbeiten	25
	Bedarfsanalyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkind-Betreuung (MLA1+2)	25
	Konkrete Ausarbeitung der KiTa-Bedarfsplanung (MLA3)	25
	Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Kinderbetreuung (MLA4)	26
	Konzeptentwicklung Ganztagesbetreuung Schule (MLA5)	26
	Weiterführung der Qualifizierungsangebote für Vereine und Träger (MLA6)	26
	Auswertung der Inanspruchnahme der bisherigen Angebote (MLA7) und Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Marketings (MLA8)	26
	Überarbeitung der bestehenden Finanzierung des Ferienprogramms (MLA9)	27
	Jährliche Berichterstattung KiTa und Pflege (MLA10)	27
	Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Angehörigenbetreuung (MLA11)	27
	Installation eines Runden Tisches Familiengerechtes Leben & Arbeiten (MLA12)	28
	Konzept zur bedarfsgerechten Entwicklung der Freizeitinfrastruktur (MLA13)	28

2.4	Ziele und Maßnahmen aus dem Handlungsfeld Ausbildung, Qualifizierung, Integration	29
	Festlegung des Sprachniveaus B2 als Ausbildungsstandard (MA1)	29
	Festlegung eines naturwissenschaftlichen Grundniveaus (MA2)	29
	Ausbau des Angebotes zur Deutschbefähigung für Migranten (MA3)	29
	Motivation für den Sprachaustausch (MA4)	30
	Ausbau eines speziellen fremdsprachlichen Angebotes (MA5)	30
	Bau eines Azubi-Wohnheims (MA6)	30
	Ausbildungsmesse MARS - Messe.Ausbildung.Regional.Sozial (MA7)	30
	Azubi-Welcome-Party (MA8)	31
	Vermittlung von Ausbildungsangeboten (MA9)	31
	Konkrete Ansprache von Unternehmen (MA10)	31
	Weiterentwicklung Jugendberufsagentur (MA11)	32
	Vermittlung in das Förderprogramm „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (WeGebAU)“ (MA12)	32
	Konzepte und Maßnahmen für die Nachfolgeregelung (MA13)	32
2.5	Ziele und Maßnahmen aus dem Handlungsfeld Flächenpolitik & Geostrategie	33
	Intensivierung und Umsetzung eines Gewerbeflächenmanagements über einen Flächenmanager (MF1.1)	33
	Flächenentwicklung am Verkehrslandeplatz, auch für preissensibles Gewerbe (MF1.2)	33
	Wirtschaftsflächenentwicklung für den Standort Hafner (MF1.3)	34
	Prüfung der Gründung einer kommunalen Entwicklungsgesellschaft (MF 1.4)	34
	Aufbau und Pflege eines Wirtschaftsflächenkatasters (MF2.1)	35
	Identifizierung von Entwicklungsflächen und Erstellung von Strukturkonzepten (MF2.2)	35
	Vergabekriterien für kommunale Gewerbeflächen mit Entscheidungskatalog (MF2.3)	35
	Anpassung des Planungsrechts an die Entwicklungsziele (MF2.4)	35
	Einrichtung eines Regionalen Kooperationskreises Fläche (MF2.5)	36
	Ausweisung eines interkommunalen Gewerbegebietes/Flächenpools o.ä. zur Standortprofilierung MF2.6.)	36
	Identifikation und Aufschlüsselung von Branchenclustern, Bereitstellung der entsprechend benötigten Gewerbeflächen/Immobilien (MF3.1)	37
	Konzept zur Entwicklung und Profilbildung von Handwerkerhöfen im Stadtgebiet (MF3.2)	37

	Räumlich engere Vernetzung von Hochschulen und Wirtschaft durch neue und weiterentwickelte, innovative, hochschulnahe Gründer- und Technologieparks (MF3.3)	37
	qualifizierte Freiraumplanung für jedes Gebiet mit gewerblicher Nutzung (MF4.1)	38
	Bereitstellung passender Flächen für eMobilitätsinfrastruktur mit Sharing-Angeboten (MF4.2.).....	39
	Rooftop-Marketing als Anreiz für eine intensivere Nutzung von Dächern und Fassaden (MF4.3.)	39
	Aufbau und Erweiterung digitaler Angebote (z.B. Apps) für Pendler zur intelligenten Nutzung der Mobilitätsinfrastruktur (MF4.4).	39
	Entwicklung von Pilotprojekten hinsichtlich Energieeffizienz und Ressourcenverbrauch am Standort Hafner (MF4.5).	40
2.6	Ziele, Maßnahmen und Projektideen aus dem Handlungsfeld Konstanz als Destination	40
	Qualitätsoffensive (MDe1)	41
	Verbesserung der Kommunikation zwischen Verwaltung und Tourismuswirtschaft (MDe2)	41
	Schaffung einer Wohlfühl-Atmosphäre in der Innenstadt (MDe3-5)	41
	Convention-Office Lake Constance (MDe6)	41
	Zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungsanfragen (MDe7)	42
	Key-Account-Management (MDe8)	42
	Internationalisierung (MDe9)	42
	Präsentation der Destination über digitale Medien (MDe10)	43
	Ausweitung der grenzüberschreitenden Kooperationsangebote (MDe11)	43
	Ausbau und Weiterentwicklung von übernachtungswirksamen Top-Events (MDe12)	43
	MICE Cross-Selling (MDe13)	44
	Standortmarketing: Ausbau und Optimierung der Kommunikation (MDe14)	44
	Ausbau der Angebote im Bereich Naturerlebnisse (MDe15)	44
	Ausbau des ÖPNV (MDe16)	44
	Gemeinsame Aktionen von MTK und Tourismuswirtschaft (MDe17)	45
	Verbindlicher Ansprechpartner für Verkehrsmaßnahmen an Hochlasttagen (MDe18)	45
	Schulung der Verwaltungsmitarbeiter (MDe19)	45
	Mystery Shopping (MDe20)	46
	Erstellung von Leistungskennzahlen (MDe21)	46
	Certified Event Designer (MDe22)	46
	Ergänzung des Tagungsangebotes in Konstanz durch Umsetzung der Hotelstudie 2017 (MDe23)	46
	Suchmaschinenoptimierung für Online-Buchungsportale (MDe24)	46

3.	Ergänzungen zu den Bausteinen der Standortanalyse	47
3.1	Leitfragen für Experteninterviews Handlungsprogramm Wirtschaft Konstanz 2030	47
3.2	Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsprojekte (Inno-Trend-Radar)	49
3.3	Horizon Scanning: Kurzbeschreibung erklärungsbedürftiger Themen	51
	Block Chain	51
	Genchirurgie und Kostendegression von Genomsequenzierung	51
	Genetische Modifizierung von Menschen und Tieren	51
	Geo-Engineering	51
	Glocalshare	51
	Grünes Produktdesign	52
	IKT for Mapping	52
	Innovative Ansätze zur (Trink-) Wasseraufbereitung	52
	Klimaschutz vs. Umweltschutz	52
	Medical Microbots	52
	Multimodale Elektromobilität	52
	Nachwachsende Rohstoffe	53
	Nanomedizin	53
	Neue erneuerbare Energien	53
	Persönlicher Emissionshandel	53
	Personalisierte Preise	53
	Social Freezing	53
	Technische Innovationen für die Landwirtschaft	54
	Udacity & Co.	54
	Urban Farming	54
4.	Erläuterung der Methodik des Konstanzer Synergie-Diamanten	55
5.	Abbildungsverzeichnis	57
6.	Abkürzungsverzeichnis	58

1. DIE HANDLUNGSFELDER: ARBEITSGRUPPEN, VORGEHEN & ERGÄNZUNGEN

1.1 DIGITALISIERUNG

Ausgangspunkt der Arbeit waren die Herausforderungen der Digitalisierung, die sich den verschiedensten Zielgruppen in der Stadtgesellschaft stellen: Familien, Studierenden, Arbeitsgebern und -nehmern, Touristen ebenso wie Senioren oder Menschen mit Behinderungen. Die intensive Beschäftigung mit den „Personas“ führte zu Zielen und Maßnahmen, die die Arbeitsgruppe weiter verdichtet und priorisiert hat.

Gemäß dieser Querschnittsaufgabe setzte sich die Arbeitsgruppe unter der Leitung von Eberhard Baier, Referat Oberbürgermeister der Stadt Konstanz, zusammen aus Vertretern von IT-Wirtschaft, Hackerspace-Community, Digitalinitiativen,¹ Stadtverwaltung, Stadtwerke Konstanz und cyberLAGO, dem Kompetenz-Netzwerk für Digitalwirtschaft und IT in der Bodenseeregion.

In der Arbeitsgruppe wurde schnell deutlich, dass die Digitalisierung in viele Bereiche hineinspielt – auch deutlich über die Fachthemen der Teilnehmenden hinaus. Daher sind Perspektivwechsel und querschnittsorientierte Denkansätze notwendig, um sich den verschiedenen, zum Teil auch zusammenhängenden Bereichen innerhalb des Mega-Themas Digitalisierung anzunähern.

Das Bild zeigt den Entstehungsprozess digitaler Visionen, die mit verschiedenen Ansätzen und in dynamischen Prozessen entworfen und weiterentwickelt wurden. Ein Kennzeichen der Digitalisierung – Agilität im Handeln – wurde bei diesem Prozess sehr deutlich.

1.2 VERNETZUNG VON UNTERNEHMENSGRÜNDUNG, WIRTSCHAFT & WISSENSCHAFT

Zur vertieften Bearbeitung des Themenfeldes wurde eine Arbeitsgruppe mit Expertinnen und Experten aus dem Gründungs- und Vernetzungsbereich initiiert. Die Arbeitsgruppe wurde geleitet von Stefan Stieglat, Geschäftsführer Technologiezentrum Konstanz, und Andreas Baur, Wirtschaftsförderung der Stadt Konstanz. Die Fachleute kamen aus folgenden Bereichen:

- Hochschulvertreter für Transfer und Gründung
- Gründungsberatung der Wirtschaftskammern
- Gründernetzwerke
- Gründungsberater- und experten
- Wirtschaftsförderung und Technologiezentrum
- Technologie- und Branchennetzwerke
- Jungunternehmer und Gründende
- Marketing-Verantwortliche

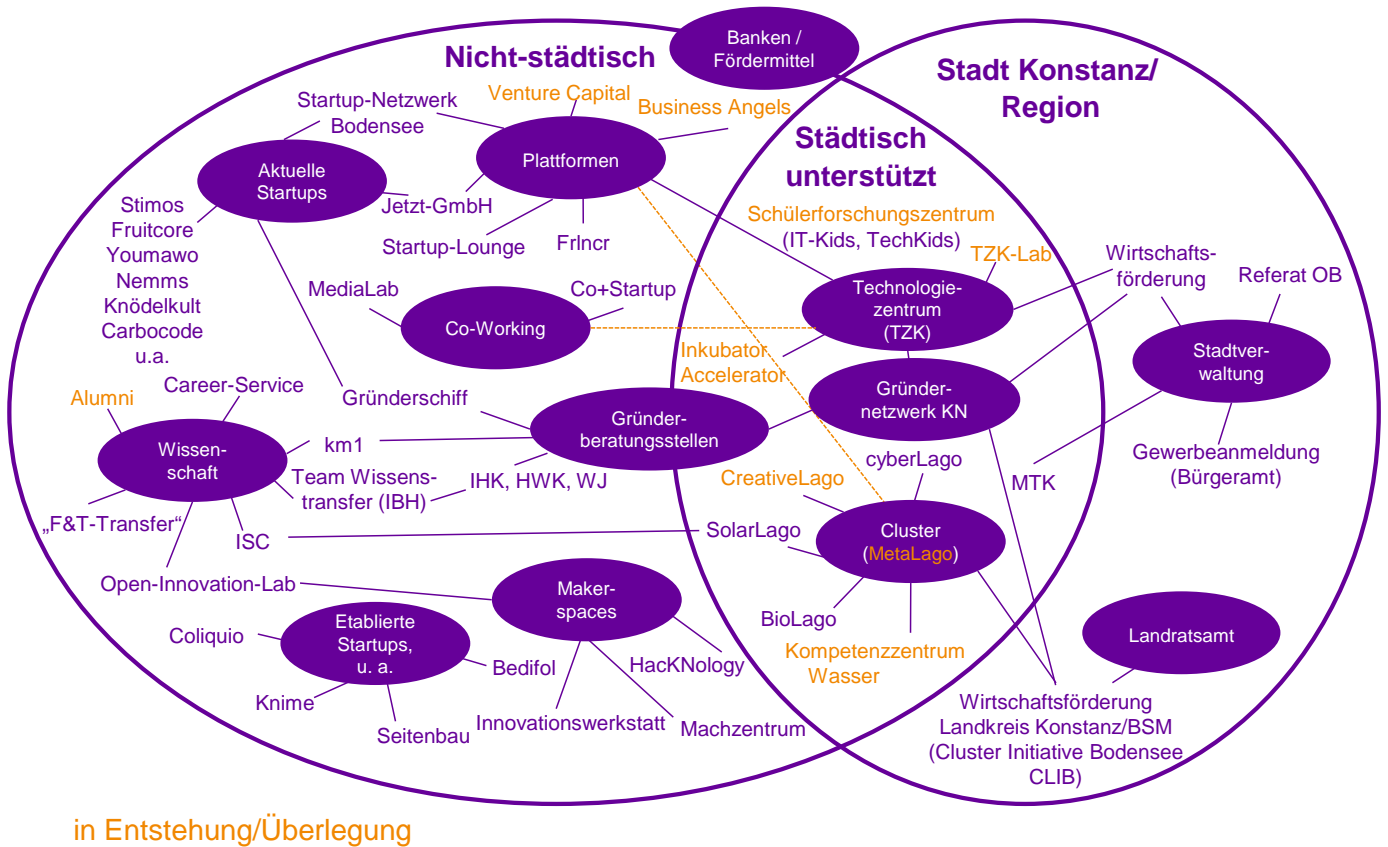
Zunächst setzte sich die Arbeitsgruppe intensiv mit dem thematischen Zusammenhang und Fokus des Themenfeldes auseinander. Daraus resultierte die Vision für die Gründung und Vernetzung in Konstanz.²

1 „Ein Hackerspace [...] ist ein physischer, häufig offener Raum, in dem sich Hacker sowie an Wissenschaft, Technologie oder digitaler Kunst [...] Interessierte treffen und austauschen können.“

Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Hackerspace> (abgerufen am 03.09.2018)

2 Siehe Handlungsprogramm Wirtschaft 2030, Kapitel 3.2 „Vernetzung von Unternehmensgründung, Wirtschaft & Wissenschaft“, Textfeld „Konstanz 2030 – gründerfreundlich und aktiv vernetzt“

Die nachfolgenden Grafiken wurden in der Arbeitsgruppe bearbeitet und zeigen die Akteure, die in Konstanz im Bereich Gründung und Vernetzung aktiv sind. In der ersten Grafik befinden sich im rechten Oval die Organe der Stadtverwaltung und des Landratsamts. Im linken Oval befinden sich alle bekannten Akteure, die privat bzw. nicht-städtisch sind. Die Stadt hat somit keinen direkten Einfluss auf deren Aktivitäten. In der Schnittmenge befinden sich alle Akteure, die zwar organisatorisch selbstständig sind, aber finanziell städtisch unterstützt werden und somit mittelbarer Einfluss durch die Stadt besteht. Die violetten Verbindungslinien zeigen auf, welchen Kategorien die Akteure zugeordnet werden. Dies können ggf. auch mehrere sein, z.B. ist das Startup-Netzwerk selbst ein Startup und gleichzeitig eine Plattform. Die orangenen Akteure und Verbindungslinien sind noch in der Entstehung bzw. in der Überlegungsphase.



in Entstehung/Überlegung

Abbildung 1: Akteure aus dem Gründungs- und Vernetzungsbereich Konstanz

Die zweite Grafik stellt die Unterstützungsleistungen für Startups in Prozessschritten dar. Die violetten Balkenpfeile zeigen, in welchen der fünf Schritte (von Sensibilisierung bis Geschäftsentwicklung) die Konstanzer Akteure und Netzwerke aktiv sind. Unterhalb der Balkenpfeile sind die konkreten Formate bzw. Angebote der Akteure zu sehen. In schwarzer Schrift werden bereits bestehende, in oranger Schrift in Entstehung oder Überlegung aufgenommene Angebote benannt.

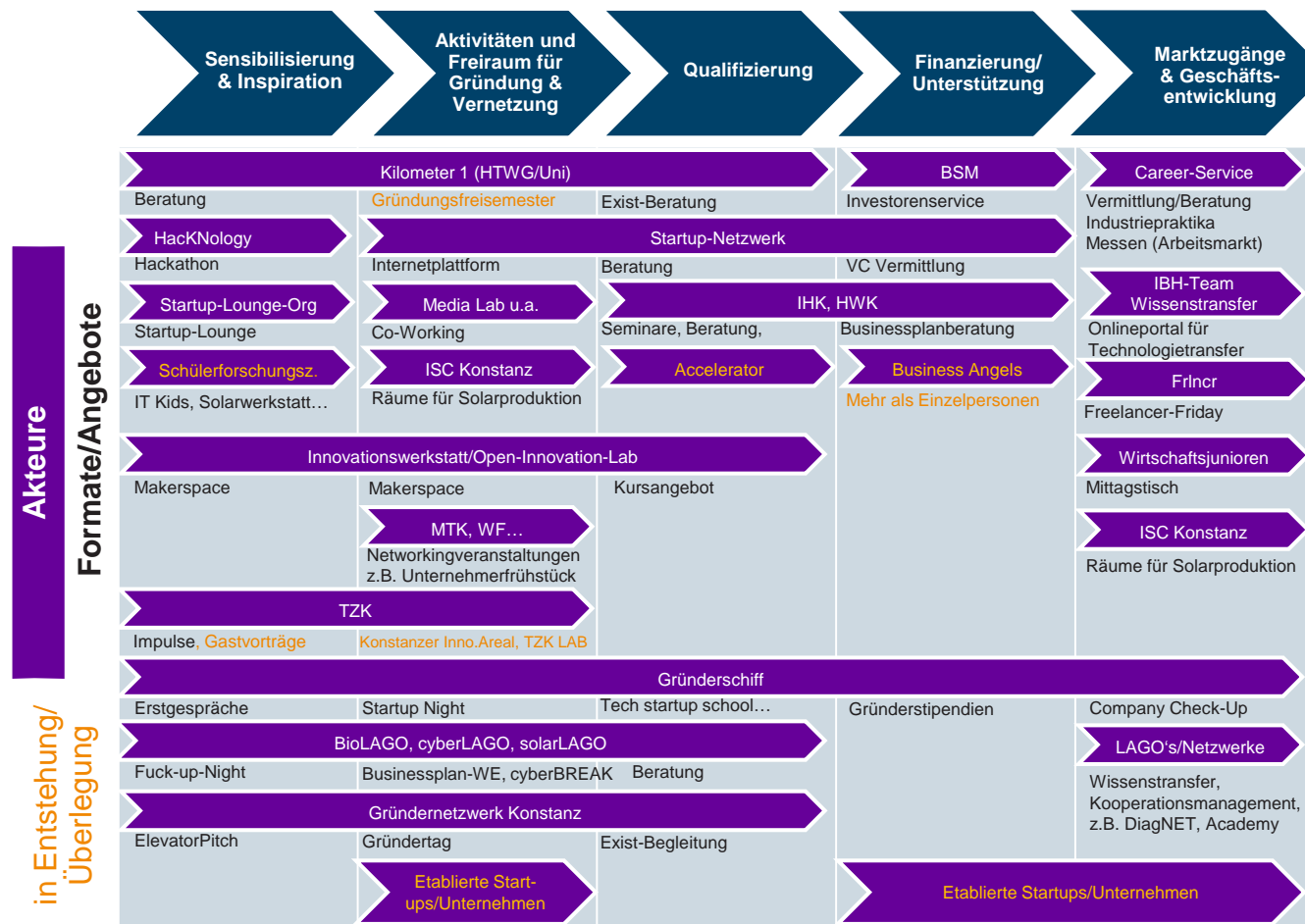


Abbildung 2: Unterstützungsleistungen für Gründende nach Prozessschritten

1.3 FAMILIENGERECHTES LEBEN & ARBEITEN

Die Arbeitsgruppe hat sich zusammengesetzt aus Vertretern von Firmen, zuständigen Fachämtern der Stadtverwaltung, Gesamtelternbeirat der Konstanzer Schulen, der Hochschule und eines Sozialverbandes. Durch die heterogene Besetzung konnten die 16 Teilnehmenden eine große Bandbreite der Themen abdecken.

1.4 FLÄCHENPOLITIK & GEOSTRATEGIE

Es wurde eine Expertengruppe gegründet, die sich über ein Jahr regelmäßig getroffen und mögliche Lösungen diskutiert hat. Die Arbeitsgruppe wurde geleitet von Bernd Stephan, Wirtschaftsförderung der Stadt Konstanz, sowie Andreas Klostermeier bzw. in Nachfolge Martin Kratz, Amt für Stadtplanung und Umwelt der Stadt Konstanz. In der Arbeitsgruppe waren vertreten:

- Projektentwickler und Investoren
 - Konstanzer Unternehmen aus Wachstumsbranchen mit akutem bis mittelfristigem Flächenbedarf
 - Konstanzer Einzelhandel
 - IHK Hochrhein-Bodensee und Handwerkskammer Konstanz
 - BUND Konstanz
 - Privateigentümer von Gewerbeflächen
 - Fachexperten zur gewerblichen Flächenentwicklung (Betriebswirtschaft/Regionalplanung)
 - Gründungsberatung und Unternehmensnetzwerke
 - Wirtschaftsförderung Landkreis Konstanz
-
- Experten zum Standortmarketing
 - Stadtverwaltung Konstanz mit den verschiedenen Fachämtern

In den Sitzungen wurden in Gesamt- und Kleingruppenarbeit u.a. folgende Schwerpunktthemen bearbeitet:

- Auswertung Starter-Workshop, Grundlagen der Flächenentwicklung, Best-Practise, Konstanzer Branchenschwerpunkte
- Handlungsebenen und Instrumente der Wirtschaftsflächenentwicklung, gemeinsame Herangehensweise für Konstanz: Ausarbeitung Vision, Ziele, Maßnahmen
- Verfeinerung der Vision, Ausarbeitung der Themenfelder und von zugehörigen Maßnahmen
- Ausarbeitung der Ziele, Abstimmung mit Vision und Maßnahmen

1.5 KONSTANZ ALS DESTINATION

Eine Expertengruppe aus Vertretern von Hotellerie, Gastronomie, Verwaltung, Bodenseeforum und der MTK (Marketing Tourismus Konstanz GmbH) hat sich mehrfach getroffen. Auf der Grundlage der 2017 erstellten Hotel- und Kongressmarktkonzepte³ wurden Vision, Ziele und Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Destination Konstanz erarbeitet.

³ Tourismuskonzept und Hotelbedarfsanalyse Konstanz der © PROJECT M 2017 im Auftrag der MTK GmbH sowie die Markt- und Standortanalyse der ghh consult GmbH Dr. Hank-Haase & Co. im Auftrag des Eigenbetriebs Bodenseeforum Konstanz; beide wurden 2017 beauftragt

2. ZIELE UND MASSNAHMENKATALOG NACH HANDLUNGSFELDERN

2.1 ZIELE, MASSNAHMEN UND PROJEKTIDEEN AUS DEM HANDLUNGSFELD DIGITALISIERUNG

Dringende Ziele:

- ZDi1: Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen sowohl in der Region als auch vor Ort. Dies gilt für das "digital business": Die Stadt braucht ein Bewusstsein dafür, dass es hier Digitalkompetenzen gibt. Zum anderen muss Digitalisierung für die Menschen in der Stadt sicht- und erlebbar werden (siehe ZDi5 Kommunikation/Aufklärung).
- ZDi2: Konstanz muss für Fachkräfte so attraktiv werden, dass sie von sich aus kommen und bleiben wollen (je digitaler der Standort, desto attraktiver für diese Zielgruppe). Dies gilt zum einen für Studierende, die bereits hier sind und nicht abwandern sollten. Zum anderen müssen weitere Fachkräfte angezogen und an Konstanz gebunden werden.
- ZDi3: Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor für digitale Dienstleistungen und neuen Geschäftsfeldern, d.h. zu einem Testfeld, wo Neues und Innovatives ausprobiert werden kann. Im Gegensatz zu einem klassischen Labor, in dem Wissenschaftler unter kontrollierten Bedingungen Produkte entwickeln, testen und Versuche durchführen, sind die Rahmenbedingungen im Reallabor offen und komplex, sie entsprechen der realen Lebens- und Arbeitswelt. Das Reallabor stellt ein neues Forschungsformat zur Kooperation von Wissenschaft, Wirtschaft und Stadtgesellschaft dar.
- ZDi4: Open Government: Umsetzung der Roadmap „konstanz.digital“ und Digitalisierung diverser Verwaltungsservices (eGovernment) sowie Schaffung einer Open-Data-Kultur innerhalb der Stadtverwaltung.

Strategisch-langfristige Ziele:

- ZDi5: Kommunikation/Aufklärung der Menschen: Angst nehmen, Wissen vermitteln, Begeisterung wecken, Digitalisierung muss von allen als Chance begriffen werden: Politik, Verwaltung, Bürgerschaft. Denn die Digitalisierung zahlt auf zukünftige Lebensqualität ein und sichert unseren Wirtschaftsstandort.
- ZDi7: Ausbau der digitalen Infrastruktur mit flächendeckendem Glasfasernetz im Gigabit-Bereich, leistungsfähigem, öffentlichem WLAN und LoRaWan
- ZDi6: Politik und Verwaltung sollten Vorbilder für Digitalisierung werden. Die Stadt braucht ein Profil für die Digitalisierung, alle Akteure müssen an diesem Profil arbeiten: Wissenschaft, Wirtschaft, Politik, Verwaltung.

Ergänzende Ziele:

- ZDi9: Die Digitalisierung unterstützt die selbstbestimmte Teilhabe auch im reifen Lebensalter und insbesondere für Menschen mit Behinderung. Die Digitalisierung ermöglicht Mobilität, soziale Qualität, lebenslanges Lernen sowie Sicherheit und Vertrauen für alle.
- ZDi8: Stärkung der Vernetzung an den Hochschulen: Die technologischen Voraussetzungen sind vorhanden, um untereinander noch stärker vernetzt zu sein. Die Digitalisierung schafft die Voraussetzung, um persönliche Kontakte und einen Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden auch ohne räumliche Nähe zu schaffen.
- ZDi10: Konstanz als digitale Marke entwickeln: Ziel ist u.a. eine hohe Identifikation der Menschen mit der Stadt.
- ZDi11: Konstanz sollte eine deutschlandweite Vorreiterrolle in einem für Konstanz authentischen Einzelbereich bei der Digitalisierung übernehmen.
- ZDi12: Die Gäste der Stadt werden durch digitale Anwendungen und Infrastrukturen in ihrer gesamten Customer-Journey⁴ unterstützt. (z.B. sollten die Highlights der Stadt für Gäste digital erlebbar werden.)

4 „Customer Journey [...] ist ein Begriff aus dem Marketing und bezeichnet die einzelnen Zyklen, die ein Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf eines Produktes entscheidet. Aus Sicht des Marketings bezeichnet die Customer Journey alle Berührungspunkte [...] eines Konsumenten mit einer Marke, einem Produkt oder einer

Zentrale Maßnahmen sind

- Installation einer digitalen Erlebniswelt (MDi4) für alle Menschen in der Stadt: Aufklärung der Menschen, Begeisterung wecken, Digitalisierung als Chance begreifen
- Konzeptentwicklung zur Umsetzung eines digitalen Zwillings (MDi5), d.h. einer virtuellen Abbildung der Stadt, um für bestimmte Bereiche zu optimieren oder zu prognostizieren (Verkehr, Energie etc.)
- Schaffung einer Open Data Plattform (MDi6)
- Umsetzung der eGovernment-Strategie der Verwaltung (Mdi7)

Ausbau eines flächendeckenden Glasfasernetzes im Gigabitbereich (MDi1)

Ziele: Ausbau einer digitalen Infrastruktur (ZDi6), Konstanz muss für Fachkräfte attraktiv werden (ZDi2), Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1)

Ein Glasfasernetz ermöglicht Datenübertragungen mit extrem hoher Bandbreite und daher einer erheblich höheren Geschwindigkeit. Zudem ist das übertragene Signal resistenter gegenüber Störfaktoren und somit besonders sicher. Ein flächendeckendes Glasfasernetz bildet das Rückgrat in einer digital werdenden Gesellschaft. Dies gilt insbesondere für Unternehmen, aber auch für die Stadtgesellschaft. Ein leistungsfähiges Netz ist in der modernen Daseinsfürsorge einer Stadtgesellschaft inbegriffen, es ist infrastrukturelle Voraussetzung für die meisten weiteren Ziele und Maßnahmen.

Zielgruppe	Firmen, Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraum	Laufende Maßnahme
Evaluation	Flächenabdeckung

Ausbau LoRaWan/IoT-Strategie (MDi2)

Ziele: Ausbau einer digitalen Infrastruktur (ZDi6), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)

Aufbau einer Infrastruktur zur Vernetzung von Sensoren im Bereich des Internets der Dinge – IoT (z.B. Park- oder Umweltsensoren, Sensoren zur Überprüfung von Abfallcontainern): Mit Echtzeit-Daten können Dienstleistungen zeitlich unmittelbar angeboten werden, was einen hohen Nutzen für die Anwender mit sich bringt (z.B. bei Verkehrs- oder Wetterdaten). Dabei geht es nicht nur um die Datenerhebung, sondern auch um ihre Vernetzung untereinander. Daher weist dieses Themenfeld ein enormes Innovationspotenzial auf und lässt sich gut mit weiteren Maßnahmen verknüpfen, wie z.B. mit einem digitalen Zwilling (MDi2) und einer Open Data Plattform (MDi3).

Zielgruppe	Versorgungsunternehmen, Bürgerschaft
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung, Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraum	Ab 2019
Evaluation	Flächenabdeckung

Weiterer Ausbau von öffentlichem WLAN an ausgewählten Standorten (MDi3)

Ziele: Ausbau einer digitalen Infrastruktur (ZDi6), Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1)

An vielen Orten in Konstanz ist es bereits möglich sich kostenlos in „KonstanzWLAN“ einzuloggen. Im Stadtgarten, am Hafen, auf der Marktstätte, dem Bodanplatz, dem Bahnhofplatz und in der Rosgartenstraße finden sich Hot-Spots für schnelle Datenübertragung. Weitere zentrale Orte im Stadtgebiet sollen nun Zug um Zug ergänzt werden, um einen flächendeckenderen Internetzugang zu ermöglichen.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft, Gäste
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Ressourcen/Budget	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Nutzerzahlen

Installation einer digitalen Erlebniswelt für Konstanz (MDi4)

Ziele: Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1), Kommunikation und Aufklärung der Menschen (ZDi5), Konstanz als digitale Marke (ZDi10)

Anmietung eines Anwendungs- und Ausprobierraums für digitale Projekte, Experimente und Anwendungen: Dieser Raum sollte ca. 60-80 qm groß und an zentraler Stelle für alle zugänglich (z.B. Gebäude Sparkasse Bodensee, Marktstätte) platziert sein. Durch die Lage wird gewährleistet, dass auch Laufpublikum den Weg dorthin findet und möglichst viele Menschen angesprochen werden. Unterstützt wird dies durch ein breites Angebotsprogramm für unterschiedliche Zielgruppen, z.B. Schulklassen, Senioren, nicht Technik-affine Personen etc. Im Vordergrund steht die Erlebbarkeit von Digitalisierung, um allen Menschen einen Zugang zu ermöglichen. Die Räumlichkeit dient zur flächendeckenden digitalen Aufklärungsarbeit einer modernen Stadtverwaltung.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft, Digitalwirtschaft, Hochschulen, Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt (ROB)
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Besucherzahl, Feedback

Entwicklung eines digitalen Zwillinges der Stadt Konstanz (MDi5)

Ziele: Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3), Konstanz als digitaler deutschlandweiter Vorreiter in einem Einzelbereich der Digitalisierung (ZDi11)

Ein digitaler Zwilling ist das virtuelle Abbild einer Stadt auf Basis von Echtzeit-Daten. Dieses ermöglicht z.B. die Erkennung von Korrelationen und möglichen Problemquellen sowie eine schnelle Einleitung von Gegenmaßnahmen, die virtuell simuliert werden können. Denkbare Anwendungen sind z.B. Optimierung von Energieverbräuchen oder Verkehrsflüssen bzw. Parkplatzsituationen. Die Idee stammt ursprünglich aus der unternehmerischen Prozessoptimierung.

Zielgruppe	Stadt, Stadtwerke Konstanz
Verantwortlichkeit	Stadt mit Partnern (Mitglieder AG Digitalisierung)
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	

Open Data Plattform (MDi6)

Ziele: Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1), Ausbau der digitalen Infrastruktur (ZDi6), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Open Government (ZDi4)

„Daten sind der Rohstoff des digitalen Zeitalters“ – d.h. die Bedeutung von Daten nimmt stetig zu. Auf einer Open Data Plattform werden vielfältige Daten in maschinenlesbarer Form für Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft frei zur Verfügung gestellt und laufend aktualisiert. Die datenschutzkonformen Datensätze (ohne Personenbezug) werden mit den dazugehörigen Metadatensätzen auf einer Plattform in geeigneten Formaten aufbereitet. Die Datensätze sind Grundlage für neue Geschäftsmodelle und Innovationen. Von ihren Weiterentwicklungen kann die gesamte Stadtgesellschaft profitieren bspw. durch mehrwertstiftende Applikationen. Eine städtische Open Data Plattform unterstützt auch die Durchführung von Digitalveranstaltungen wie Hackathons und fördert digitale Initiativen vor Ort. Mit der Einführung einer städtischen Open Data Plattform soll die Basis geschaffen werden für einen gelebten städtischen Datenraum. Die Einführung einer städtischen Open Data Plattform öffnet die Verwaltungskultur und etabliert neue Formen einer intensiveren Zusammenarbeit zwischen einzelnen Bereichen der Stadtverwaltung mit ihren Beteiligungen und zivilen Akteuren einer Stadtgesellschaft.

Zielgruppe	Stadtverwaltung, Hochschulen, Stadtgesellschaft, Gründende, Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (ROB), Stadtwerke Konstanz, Community
Ressourcen/Budget	Projektmittel Konstanz.digital bzw. Open Data
Laufzeit/Zeitraum	Ab Herbst 2018
Evaluation	Datenabrufe/Anwendungen

Umsetzung der eGovernment-Strategie und Entwicklung der Verwaltung hin zu Smart Government (MDi7)

Ziel: Open Government (ZDi4)

Mit „Open Government“ wird die Öffnung der Verwaltung zur Bürgerschaft und Wirtschaft beschrieben. Dies bezieht sich sowohl auf freie Daten (siehe Open Data Plattform MDi6) als auch auf eine allgemeine offene Kultur des Denken und Handelns (offene Quellen, Datentransparenz etc.). Es gilt eine Partizipation und Kollaboration zwischen Kommunalverwaltung und -politik einerseits sowie Bürgerschaft und Wirtschaft & Wissenschaft andererseits zu stärken und als Standard zu etablieren.

Auch das Angebot von zeitgemäßen, also digitalen, kommunalen Services (eGovernment) ist in diesem Konzept integriert. Dabei wird die schnellstmögliche Umsetzung von Konstanz.digital, der Digitalstrategie für die Stadtverwaltung, fokussiert. Die Maßnahmen aus der Roadmap⁵ sollen weiter dem Ziel einer datengesteuerten, vernetzten Kommunalverwaltung (Smart Government) dienen.

Zielgruppe	Stadtverwaltung, Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (CIO, IT-Steuerer)
Ressourcen/Budget	Konstanz.digital, Projektmittel Digitalisierung, Fördermittel
Laufzeit/Zeitraum	Laufende Maßnahme
Evaluation	Nutzung durch Bürger, Befragung

⁵ <http://www.konstanz.sitzung-online.de/bi/vo020.asp?VOLFDNR=1002204>

Datenschutz-konforme Server- und Cloudlösungen für Firmen durch Stadtwerke Konstanz (MDi8)

Ziel: Ausbau der digitalen Infrastruktur (ZDi6)

Die Stadtwerke Konstanz bieten in ihrem Rechenzentrum bereits Speicher- und Cloudlösungen für Unternehmen an. Durch rasant ansteigende Datenmengen werden bestehende unternehmerische Kapazitäten zunehmend ausgelastet. Um dieser Problematik entgegenzuwirken sollen sicherheitszertifizierte Server- und Cloudlösungen durch die Stadtwerke Konstanz zur Verfügung gestellt werden.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	Stadtwerke Konstanz
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Nachfrage

Aufbau eines Fördermittelmanagements für digitale Projekte (MDi9)

Ziele: Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)

Die digitale Transformation führt dazu, dass auf politischen Ebenen verstärkt (EU, Bundes- und Landesministerien) Gelder für Digitalstrategien und Projekte zur Verfügung gestellt werden. Um hiervon profitieren zu können, ist ein gezieltes Fördermittelmanagement aufzubauen. Förderprogramme müssen gesichtet, Kriterien und Förderatbestände geprüft und mit unterschiedlichen Interessen innerhalb der Stadt abgeglichen werden. Auch für die Koordination und Konzeptentwicklung von Förderanträgen bedarf es eines zentralen Ansprechpartners.

Zielgruppe	Stadt, Stadtwerke Konstanz, Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt (ROB Koordinierungsstelle Digitalisierung)
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Einwerbung von Fördermitteln, Projektumsetzung

Bereitstellung von Räumlichkeiten für Digitale Initiativen wie IT-Kids, Hackerspaces etc. (MDi10)

Ziel: Konstanz muss für Fachkräfte attraktiv werden (ZDi2), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)

Um Digitalisierung für die Bürgerinnen und Bürger verständlich und erlebbar zu machen, ist die Schaffung von Treffpunkten und Freiräumen zum Tüfteln und Ausprobieren notwendig. Im Gegenzug können Initiativen der Stadtgesellschaft ihr Know-how im Bereich der Digitalisierung anbieten. Der Wissens- und Erfahrungsaustausch und die Begeisterung und Sensibilisierung der Menschen für Innovationen und technischen Fortschritt wird in diesen Räumlichkeiten gelebt. Die Initiativen sind bereits in Konstanz aktiv, ihnen fehlt es aufgrund der Raumsituation zunehmend an Möglichkeiten, wo sie tätig werden können. Zukünftig wird das Konstanzer Innovationsareal zu einer der Anlaufstellen der Digitalinitiativen werden. Damit ist das Raumproblem gemildert, jedoch nicht langfristig gelöst.

Zielgruppe	Interessierte, Digitale Initiativen und deren Zielgruppen
Verantwortlichkeit	Stadt
Ressourcen/Budget	Digitale Initiativen, Stadt
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Nutzungsangebot

Konzept zur Umsetzung autonom fahrender Busse (MDi11)

Ziele: Konstanz als Digitalstandort sichtbar machen (ZDi1), Konstanz als digitale Marke (ZDi10), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)

Ein autonom fahrender Bus soll – neben seinem Beitrag zur Stärkung des ÖPNV in der City – zum Vertrauensaufbau gegenüber modernen Technologien dienen und Digitalisierung im Alltag erlebbar machen. Ein erster Schritt auf dem Weg zur zukünftigen Mobilität wäre die Erprobung und Ausweisung einer Teststrecke. Hierfür bedarf es eines ganzheitlichen Konzeptes, das die infrastrukturellen, rechtlichen und politischen Voraussetzungen darlegt und potenzielle Partner einbindet.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadtwerke Konstanz, Stadt
Ressourcen/Budget	Projektmittel Digitalisierung, Stadtwerke Konstanz, Fördermittel
Laufzeit/Zeitraum	Ab 2019
Evaluation	Akzeptanz

Großveranstaltung der Digitalwirtschaft (MDi12)

Ziele: Konstanz als Digitalstandort in der Region und vor Ort sichtbar machen (ZDi1), Konstanz muss für Fachkräfte attraktiv werden (ZDi2)

Es wird eine jährliche Großveranstaltung in Konstanz für die regionale Digitalwirtschaft als Vernetzungsplattform und Standortmarketing-Event geplant, um einen unternehmensübergreifenden Erfahrungsaustausch zu ermöglichen und damit die regionale Digitalwirtschaft zu stärken.

Zielgruppe	Firmen der Digitalwirtschaft, interessierte Unternehmen in der Region
Verantwortlichkeit	cyberLAGO
Ressourcen/Budget	cyberLAGO
Laufzeit/Zeitraum	Ab 2019
Evaluation	Teilnehmerzahl, Feedback

Weitere Projektideen für die digitale Stadtentwicklung:**Digitale Stadtplanung (MDi13)**

Ziele: Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3), Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7)

Durch digitale Anwendungen in Stadtplanungs- und Stadtentwicklungsprozessen wird deren Durchführung langfristig vereinfacht werden. Die Nutzung von digitalen Möglichkeiten wie 3D-Modellierung, digitaler Zwilling etc. wird angestrebt, um die Planungs- und Beteiligungsprozesse anschaulicher zu machen und zu optimieren. Zukünftige Planungen werden visuell aufbereitet und damit transparenter, Verkehrsflüsse und Energiebedarfe können simuliert und entsprechend überprüft werden.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU, ALG-GIS)

Entwicklung von smarten Quartieren (MDi14)

Ziele: Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10), Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Entwicklung der Stadt zu einem Reallabor (ZDi3)

Für Bereiche wie Verkehr, Energie und Umwelt sollen smarte Lösungen modellhaft in verschiedenen Quartieren entwickelt werden. Dabei sind die Interessen und Bedürfnisse der Anwohnerinnen und Anwohner zentraler Ausgangspunkt eines smarten Quartiers (z.B. Hafner, Christiani-Wiesen).

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt, Stadtwerke Konstanz

Anwendung von smarten Urban-Growing-Projekten (MDi15)

Ziele: Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Politik und Verwaltung als Vorbilder für Digitalisierung (ZDi6)

Digital und Urban Growing lässt sich miteinander verbinden und bietet neuartige Erlebniswelten der Natur in Verbindung mit der Vermittlung von Wissen. Auf spielerischer Weise wird einer Entfremdung von Natur und Stadtbürgerschaft entgegengewirkt und ein Bewusstsein zur effizienten Nutzung von öffentlichen Freiflächen geschaffen.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt mit Partnern

Projektidee aus dem Bereich eGovernment:**Installation eines Chief Digital Officer (CDO) (MDi16)**

Ziele: Politik und Verwaltung als Vorbild für Digitalisierung (ZDi7), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)

Die Stadt Konstanz hat bisher nach außen keinen einheitlichen Ansprechpartner zum Themenkomplex Digitalisierung. Nach einstimmiger Fachmeinung ist das Thema Chefsache, weshalb ein Chief Digital Officer (CDO) – ähnlich wie in Unternehmensstrukturen – in der Verwaltung installiert werden sollte. Dieser soll mit Ressourcen, Befugnissen ausgestattet sein und politischen Rückhalt in bereichsübergreifender Koordinierungs- und Umsetzungsfunktion erhalten. Ein Chief Digital Officer treibt alle digitalen Themen in der Stadtverwaltung voran, kommuniziert und trägt die Digitalisierung in die Stadtgesellschaft.

Zwischenzeitlich wurde eine Koordinierungsstelle Digitalisierung bei der Stadtverwaltung im Referat des Oberbürgermeisters eingerichtet. Sie hat zum 01.10.2018 die Arbeit aufgenommen.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft, Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt

Projektideen zur digitalen Erlebbarkeit der Destination:**Virtual Reality Erlebniswelt (MDi17)**

Ziele: Unterstützung der Customer-Journey durch digitale Anwendungen und Infrastrukturen (ZDi12), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10)

Virtual-Reality (VR)⁶ ermöglicht es, die Welt mit anderen Augen zu sehen. Durch VR-Brillen können Erlebnisse anhand 3D-Illustrationen oder 360-Grad-Videos erfahren werden. So schafft dieses Medium die Voraussetzung für viele neue Bereiche wie etwa virtuelle Stadtrundgänge zu Zeiten des Konzils. Die Erlebniswelt steht offen für Interessierte und Touristen und gibt die Möglichkeit, Digitalisierung erlebbar zu machen und die Berührungängste zu neuen Technologien zu verringern. Verortet werden könnte dieses Angebot bspw. in der digitalen Erlebniswelt (MDi4).

Zielgruppe	Touristen, Interessierte
Verantwortlichkeit	MTK

⁶ Virtual Reality bedeutet, dass eine rein virtuelle Umgebung geschaffen wird. Durch sog. VR-Brillen fühlt sich der Betrachter in eine völlig andere Welt versetzt.

Augmented-Reality-Stadtführungen und -Sightseeing (MDi18)

Ziele: Unterstützung der Customer-Journey durch digitale Anwendungen und Infrastrukturen (ZDi12), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5), Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10)

Augmented Reality (AR) schlägt eine Brücke zwischen der digitalen und realen Welt. Durch die Augmented Reality Technologie sind wir in der Lage, auf Informationen – wie Orte, Personen, Produkte etc. – in einer neuen Art und Weise zuzugreifen. Ergänzend zum realen Sehen können zusätzliche Informationen zugespielt werden z.B. durch virtuelle Einblendung auf Scheiben oder Brillengläser. Es wird ein zusätzlicher Nutzen für den Anwender geschaffen, der für viele Bereiche eingesetzt werden kann (Shopping in Konstanz, Geschichte von Konstanz etc.). Durch die Umsetzung kommen viele Menschen mit dieser digitalen und bereits etablierten Technologie in Berührung und können so ihre eigenen Erfahrungen damit sammeln.

Zielgruppe	Touristen, Interessierte
Verantwortlichkeit	MTK

Projektideen zur digitalen Bildung:**Digitales Verwaltungssystem „Bildungskosmos“ (MDi19)**

Ziele: Konstanz als digitale Marke entwickeln (ZDi10), Konstanz als deutschlandweiter Vorreiter in einem Einzelbereich der Digitalisierung (ZDi11)

Entwicklung eines einheitlichen, digitalen Verwaltungssystems „Bildungskosmos“: Diese Plattform soll den Bürgern und Bürgerinnen ermöglichen, Verwaltungsservices aus dem Bereich der Bildung einfacher und schneller zu nutzen. Zu den Anwendungsbereichen sollten KiTa- und Schulanmeldungen, Formulare und Dokumente zum Schulwechsel, Zeugnisausgabe oder die Suche nach Praktika und Ausbildungsstellen zählen.

Zielgruppe	Eltern, Schüler, Schulabgänger
Verantwortlichkeit	Stadt geht als Vorreiter auf das Land zu, da dies landesweit umgesetzt werden muss

Digitale Ausstattung von Bildungseinrichtungen (MDi20)

Ziele: Stärkung der Vernetzung an den Hochschulen (ZDi9), Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)

Die lokalen Bildungseinrichtungen benötigen eine moderne, digitale Ausstattung unter Berücksichtigung der unterschiedlichen pädagogischen Konzepte für die verschiedenen Zielgruppen (Schüler, Jugendliche, Erwachsene, Senioren). Eine zeitgemäße Ausstattung mit modernen Technologien ist die Voraussetzung für das Erlernen von digitalen Kompetenzen sowie die Gewöhnung an Digitalisierung.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft
Verantwortlichkeit	Stadt, Schulen, Hochschulen, Träger von Erwachsenenbildung

Konzept zur außerschulischen, digitalen Bildung (MDi21)

Ziel: Kommunikation/Aufklärung der Menschen (ZDi5)

Entwicklung eines Konzepts zur Verbreitung von digitaler Bildung in allen Bereichen der Gesellschaft: Die digitale Bildung jenseits der Schulen setzt ein strategisches Vorgehen voraus, um allen Menschen den Zugang zu digitalen Technologien zu ermöglichen. Digitales Know-how über die PC-Welt hinaus erfordert neue, zielgruppenangepasste Vermittlungsformen und Formate. Es braucht eine strategische digitale Aufklärungsarbeit für die gesamte Stadtgesellschaft.

Zielgruppe	Stadtgesellschaft/Intermediäre
Verantwortlichkeit	Stadt, Träger der Erwachsenenbildung

2.2 MASSNAHMEN AUS DEM HANDLUNGSFELD VERNETZUNG VON UNTERNEHMENSGRÜNDUNG, WIRTSCHAFT & WISSENSCHAFT

Konstanzer Innovationsareal (MG1)

Ziel: Ausbau, Verbesserung und bessere Koordination der Gründungs- und Innovationsangebote (ZG1)

Das Konstanzer Innovationsareal verbindet die Bedürfnisse von Gründungsinteressierten, Gründenden und Jungunternehmen mit dem Innovationsbedarf etablierter Unternehmen sowie der Konstanzer Kreativwirtschaft. Es beherbergt das Technologiezentrum Konstanz (TZK), Co-Working Angebote und ein Innovationslabor, welches insbesondere den Bau von Prototypen ermöglicht. Darüber hinaus beschleunigt das „ServiceLab-Bodensee“ Dienstleistungsgründungen auf dem Weg zum erfolgreichen Markteintritt. Auf dem Konstanzer Innovationsareal werden die Gründungs- und Innovationsressourcen möglichst vieler öffentlicher und privater Akteure gebündelt.

Zielgruppe	Gründungsinteressierte, Gründende, Jungunternehmen, innovierende Unternehmen, Hochschulen und Kreative
Verantwortlichkeit	WF/TZK
Ressourcen/Budget	Siehe GR-Entscheide 17.05./19.07.2018 und Kreistagsentscheid 23.07.2018 und IHK-Vollversammlung 24.07.2018
Laufzeit/Zeitraum	>15 Jahre
Evaluation	Nach Inbetriebnahme 2019/2020

Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz „GIB Konstanz“ (MG2)

Ziel: Ausbau, Verbesserung und bessere Koordination der Gründungs- und Innovationsangebote (ZG1)

Aufgaben, die einer zentralen Anlaufstelle zugeordnet werden:

- Orientierung und Vermittlung im Anbieterdschungel für Gründende (u.a. „Laufzettel“, d.h. Übersicht, wer für was in welcher Phase Unterstützung bietet)
- Transparenz und Übersicht über bestehende Angebote
- Ansprechpartner und Koordination Gründernetzwerk, Gründungsinstitutionen und Termine bzw. Angebote
- Koordinierung und Zusammenfassung der bestehenden Informationsangebote für Gründungsinteressierte bzw. -willige
- Erstanlaufstelle bei Finanzierungsthemen (Fördermöglichkeiten, Eigenkapital-Bedarf bei wachsenden Unternehmen, Ansprechpartner für Investitionsinteressierte)
- Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen Hochschulen, Unternehmen und Jungunternehmen

Das GIB ist Bestandteil des Gesamtkonzeptes Konstanzer Innovationsareal.

Zielgruppe	Gründungswillige, Gründende, wachsende und innovierende Unternehmen, Hochschulen, private und öffentliche Gründungsinstitutionen
Verantwortlichkeit	TZK/WF
Ressourcen/Budget	entsprechend GR-Beschluss vom 17.05.2018, Konzept Konstanzer Innovationsareal
Laufzeit/Zeitraum	Unbefristet ab 2019
Evaluation	Stärkere Transparenz der Angebote, Laufzettel im Anbieterdschungel

Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „come together“ (MG3)

Ziel: Etablierte Unternehmen sind Teil des Ökosystems (ZG2)

Schaffung und Ausbau von niederschweligen Austausch- und Begegnungsformaten für etablierte Unternehmen und Startups, z.B. Events, die exklusiv das Management von Unternehmen und Startups zusammenführen, oder Mentoring fördern bspw. durch Initiative „Unternehmer für Gründer“, Netzwerke etc.

Zielgruppe	Etablierte Unternehmen und Startups
Verantwortlichkeit	Initiative „Unternehmer für Gründer“, Startup Netzwerk Bodensee, BSM
Ressourcen/Budget	25%-Stelle + Sachkosten
Laufzeit/Zeitraumen	Schnellstmöglich, dauerhaft
Evaluation	2-4 Veranstaltungen pro Jahr

Veranstaltungs- und Vernetzungsformat „work together“ (MG4)

Ziel: Etablierte Unternehmen sind Teil des Ökosystems (ZG2)

Startup Challenge/Bootcamp werden von Corporates initiiert und finanziert. Gewachsene Startups arbeiten mit Corporates an Lösungsansätzen als Basis für eine spätere Zusammenarbeit.

Zielgruppe	Etablierte Unternehmen und Startups in späteren Phasen
Verantwortlichkeit	Initiative „Unternehmer für Gründer“, Institut für Strategische Innovation und Technologiemanagement IST der HTWG, Startup Netzwerk Bodensee
Ressourcen/Budget	30%-Stelle + Sachkosten
Laufzeit/Zeitraumen	Ab Start immer
Evaluation	2 Veranstaltungen pro Jahr

Vernetzungsformat „stay together“ (MG5)

Ziel: Etablierte Unternehmen sind Teil des Ökosystems (ZG2)

Innerhalb des Konstanzer Innovationsareals gibt es die Möglichkeit für Corporates als Full-Service Paket ihre Teams einzumieten (Räumlichkeiten, Coaching, Netzwerkevents, Mentoring etc.).

Zielgruppe	Etablierte Unternehmen
Verantwortlichkeit	Konstanzer Innovationsareal, TZK, Co-Working-Betreiber
Ressourcen/Budget	privatwirtschaftlicher Betrieb innerhalb des Co-Working-Bereichs
Laufzeit/Zeitraumen	Ab Start immer
Evaluation	n.n.

Entwicklung eines neuen Netzwerkes Design & Medienwirtschaft (MG6)

Ziel: Initiative und Aufbau neuer Netzwerke in den Stärkefeldern des Standortes (ZG8)

Die Standortanalyse im Prozess des Handlungsprogramms Wirtschaft hat in dem Bereich Medien & Design ein latentes Stärkefeld identifiziert, das neben steigenden Beschäftigungszahlen auch eine wichtige Querschnittskompetenz aufweist und daher aufgebaut werden sollte.⁷ In diesem Branchenbereich gibt es überproportional viele gute Akteure, die durch eine Vernetzung untereinander nicht nur den Standort, sondern insbesondere ihrer Branche Innovationen zuführen und stärken würden.

Zielgruppe	alle regional ansässigen Firmen aus den Bereichen Medien, Design, Kommunikation
Verantwortlichkeit	Initiative durch WF
Ressourcen/Budget	WF
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Aufbau Netzwerk

TZK Lab – Laborflächen für Gründende (MG7)

Ziel: Ausbau, Verbesserung und bessere Koordination der Gründungs- und Innovationsangebote (ZG1)

Da das TZK selbst auf dem Konstanzer Innovationsareal keine spezialisierten Laborflächen für Gründungen zur Verfügung stellen kann, könnte die Anmietung von solchen Flächen durch Gründungsunternehmen auf dem Campus Konstanz befristet finanziell unterstützt werden (Prüfauftrag bzgl. Beihilfeproblematik).

Zielgruppe	Gründende in Gesundheitsindustrie bzw. mit Laborbedarf
Verantwortlichkeit	WF, TZK
Ressourcen/Budget	n.n., abhängig vom Bedarf an Mietflächen, Grad der Vergünstigung sowie Kosten-Prüfauftrag
Laufzeit/Zeitraumen	Mittelfristig, nach Prüfergebnis – abhängig auch von tatsächlichen Möglichkeiten auf dem Konstanzer Innovationsareal
Evaluation	Nach Inbetriebnahme eines „TZK Labs“, ggf. auch durch andere Partner

Zugang zu Fremdkapital (MG8)

Ziel: Einfacher Zugang zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten und kompetenten Ansprechpartnern (ZG3)

Schaffung einer Informationsplattform: Das Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz (GIB) (MG3) ist Erst- und Basisinformationsgeber zu Finanzierungsangeboten und -möglichkeiten am Standort Konstanz für Gründende und Startups in frühen Phasen und Vermittler zu regionalen Experten. Eine Informationsplattform ist eines der Instrumente des GIB.

Zielgruppe	Gründende und Startups in frühen Phasen
Verantwortlichkeit	GIB, Wirtschaftskammern, WF Landkreis, Bodensee Standortmarketing (BSM)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Immer
Evaluation	Vorhandensein Informationsplattform

⁷ Siehe auch Handlungsprogramm Wirtschaft 2030, Kapitel 5.1 „Definition der Konstanzer Stärkefelder“

Zugang zu Eigenkapital (MG9)

Ziel: Einfacher Zugang zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten und kompetenten Ansprechpartnern (ZG3)

Schaffung einer Informationsplattform: Ein lebendiges Gründer-Ökosystem verlangt nach Investitionen in Form von Eigenkapital. Diese werden dann getätigt, wenn das Angebot an attraktiven Startups hoch ist. Ein gutes Angebot steigert die Nachfrage. Die Interessen der Investoren im Hinblick auf Größenordnung, Branche, Produkt etc. sind sehr spezifisch. Daher ist es sinnvoll, den Zugang für Investoren aus Konstanz auf die Region zu erweitern, um das Investitionsmilieu interessanter zu gestalten. Konkret bedeutet das, den Zugang zu Kontakten aus der gesamten Vierländerregion Bodensee herstellen zu können. Hierfür können bestehende Netzwerke wie das Startup Netzwerk Bodensee oder das der Bodensee Standort Marketing GmbH instrumentalisiert werden. Eine erhöhte Nachfrage der Investoren steigert letztlich wiederum das Interesse, am Standort Konstanz zu gründen und sich anzusiedeln.

Zielgruppe	Startups in späten Phasen, private Investoren und Kapitalgeber
Verantwortlichkeit	WF Landkreis, Startup Netzwerk Bodensee, Bodensee Standortmarketing (BSM), Gründungs- und Innovationsbüro (GIB)
Ressourcen/Budget	n.n. Diese Maßnahme geht über den Aufgabenbereich des GIB hinaus. Struktur und Form des Zugangs sind daher in Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren (z.B. BSM, Startup Netzwerk Bodensee) zu definieren.
Laufzeit/Zeitraum	Immer
Evaluation	n.n.

Gemeinschaftsmessestände VLRB zur Markterschließung (MG10)

Ziel: Unterstützung von Jungunternehmen bei der Erschließung regionaler und überregionaler Märkte (ZG6)

Die BSM realisiert verschiedene Gemeinschaftsmessestände der Vierländerregion Bodensee (VLRB) auf fachspezifischen Messen, um vor allem klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU) eine kostengünstige Messebeteiligung zu ermöglichen (z.B. CEBIT/Digitalisierung, MEDICA & ARAB HEALTH/Gesundheit, EXPO REAL & MIPIM/Immobilien und Investitionen). Diese Angebote können zum einen Jungunternehmen in späten Phasen zugänglich gemacht werden, zum anderen kann der Aspekt "Gründen am Bodensee" in der Messegestaltung positioniert werden.

Zielgruppe	Jungunternehmen in späten Phasen
Verantwortlichkeit	BSM
Ressourcen/Budget	Koordinierende Projektstelle im Rahmen der überregionalen Wirtschaftsförderung und Zuschüsse beteiligter Teilregionen, um Auftakt eines neu initiierten Messestandes qualitativ hochwertig umsetzen zu können.
Laufzeit/Zeitraum	Abhängig von Projektkoordination
Evaluation	Umsetzung gemeinsamer Messeauftritte für Jungunternehmen

Klare Positionierung von Konstanz als Gründungs- und Innovationsstandort (MG11)

Ziel: Entwicklung/Einbettung der Gründungsaktivitäten in eine Regionalstrategie (ZG4)

Die bestehende Regionenmarke Vierländerregion Bodensee (VLRB) befindet sich im Hinblick auf die Weiterführung ab dem Jahr 2019 in einem Strategieprozess zur Neuausrichtung. Im Rahmen der Neuausrichtung soll eine strategische Lafrichtung für die Regionenmarke mit klarer Fokussierung der Zielgruppen und Handlungsfelder erfolgen. Die Verzahnung mit dem aktuellen Strategieprozess der IBK Kommission Wirtschaft und ggfs. mit dem separat laufenden Entwicklungsprozess im Tourismus ist denkbar. Um ein einheitliches Gesicht nach innen und außen zu wahren, ist es sinnvoll die Standortmarketing-Maßnahmen der Stadt Konstanz im Bereich Gründung & Vernetzung in diese be- /entstehende Regionalstrategie einzubetten und über ein entsprechendes Storytelling mit Leuchtturm-Charakter (Qualität & Exzellenz) regional wie überregional nach innen und außen zu tragen. Die Vermarktung auf regionaler und überregionaler Ebene ist durch eine zentrale PR- & Öffentlichkeitsarbeits-Stelle im Rahmen der bestehenden überregionalen Wirtschaftsförderung zu realisieren. Konstanz soll sich als Qualitätsmarke für Gründung & Innovation etablieren.

Zielgruppe	regionale und überregionale Startups, Unternehmen und Investoren
Verantwortlichkeit	BSM, MTK
Ressourcen/Budget	Im Aufgabenbereich BSM, MTK
Laufzeit/Zeitraumen	immer
Evaluation	Einbettung in eine Regionalstrategie: Positionierung des Gründerstandorts Konstanz im nationalen und internationalen Wettbewerb der Regionen

Installation einer einheitlichen digitalen Informationsplattform für und über die Region (als erste Anlaufstelle im Internet) (MG12)

Ziel: Entwicklung/Einbettung der Gründungsaktivitäten in eine Regionalstrategie (ZG4)

Der Standort Guide Bodensee (digitale Plattform der BSM) soll eine erste Übersicht über Angebote in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) geben. Bisher gibt es diese Plattform nur zum Themenschwerpunkt „Immobilien & Investitionen“ im Rahmen des Gemeinschaftsmesseauftrittes der VLRB bei der Immobilienmesse EXPO REAL. Es wäre denkbar, diesen Guide als Webseite der überregionalen Wirtschaftsförderung im Gesamtkonzept einzubetten und neben weiteren für die Wirtschaft relevanten Bereichen auch um den Schwerpunkt „Gründen & Investieren“ zu ergänzen. Hierbei ist eine Verlinkung zu bestehenden Netzwerken notwendig, die bereits ein entsprechendes Informationsangebot mit regionalem und länderübergreifendem Anspruch aufgebaut haben. Über eine solche Plattform kann der Gründerstandort Konstanz prominent wirken und im regionalen und überregionalen Wettbewerb positioniert werden.

Zielgruppe	Interessierte an der Region sowie im Speziellen an der Gründerszene
Verantwortlichkeit	BSM, MTK
Ressourcen/Budget	Koordinierende Projektstelle im Rahmen der überregionalen Wirtschaftsförderung
Laufzeit/Zeitraumen	immer
Evaluation	Vorhandensein und Nutzungsfrequenz einer einheitlichen digitalen Informationsplattform

Standortbroschüre Vierländerregion Bodensee (VLRB) (MG13)

Ziel: Entwicklung/Einbettung der Gründungsaktivitäten in eine Regionalstrategie (ZG4)

Die Standortbroschüre der VLRB ist so konzipiert, dass verschiedene Projekte jederzeit in Form eines One-Pagers ergänzt werden können. Nach Neuausrichtung der Regionenmarke und Positionierung des Gründer-Ökosystems Bodensee könnte ein entsprechender One-Pager mit Hinweis auf den Gründerstandort Konstanz ergänzt werden. Die Broschüre kann auch in der eigenen Kommunikation Verwendung finden.

Zielgruppe	Interessierte an der Region sowie im Speziellen an der Gründerszene
Verantwortlichkeit	BSM, MTK
Ressourcen/Budget	Im Rahmen bestehender Projekt-Koordination "Vierländerregion Bodensee"
Laufzeit/Zeitraumen	einmalig bei Neuauflage sowie laufende Aktualisierung
Evaluation	n.n.

PROJEKTIDEE FÜR DEN REGIONALEN AUSTAUSCH**Wirtschaftskonzil/-symposium (MG14)**

Ziel: Regionalen Austausch zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) vorantreiben (ZG5)

Angestrebt wird die Weiterführung des Wirtschaftskonzils in kleinerem Rahmen als jährliches Veranstaltungsformat auf regionaler Ebene (z.B. als Vormittags-Event mit anschließendem Lunch). Es sollten maximal 2-3 Themenschwerpunkte bzw. Foren angeboten werden. Vorträge und Referate kommen von Entscheidern, Doktoranden und Vertretern von spannenden Mittelständlern, wobei der Fokus auf dem Aspekt des Netzwerkens liegt. Teilnahmegebühren sind erforderlich, der Auftakt muss qualitativ hochwertig sein. Das Veranstaltungsformat kann rund um den See rotieren.

Zielgruppe	Unternehmer und Entscheider aus der Vierländerregion Bodensee
Verantwortlichkeit	WF Stadt und Landkreis Konstanz, BSM, MTK

2.3 ZIELE UND MASSNAHMEN AUS DEM HANDLUNGSFELD FAMILIENGERECHTES LEBEN & ARBEITEN

Folgende Ziele wurden erarbeitet:

- ZLA1. Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze unter Berücksichtigung flexibler Betreuungszeiten
- ZLA2. Bedarfsgerechter Ausbau und Gewährleistung einer hohen pädagogischen Qualität im Ganztagesbetreuungsprogramm an den Schulen
- ZLA3. Stärkung der außerschulischen Organisationsstrukturen zur Schulkind-Betreuung
- ZLA4. Optimierung der Inanspruchnahme der Ferienbetreuung für alle relevanten Altersstufen (Schuleintritt bis 14-Jährige) unter besonderer finanzieller Berücksichtigung der einkommensschwachen und kinderreichen Familien: Zum einen gibt es die Forderung nach mehr Schulferienbetreuungsangeboten, zum anderen ist das städtische Angebot nicht ausgelastet. Um diesen Widerspruch aufzulösen, wird das Programm in einem ersten Schritt analysiert, um es dann bedarfsgerecht anpassen zu können.
- ZLA5. Schaffung weiterer Tages- und Kurzzeitpflegeplätze
- ZLA6. Schaffung eines Austauschformates für die Themen zum Familiengerechten Leben & Arbeiten. Neben dem Informationsaustausch ist auch die Vernetzung der Akteure und Betroffenen wichtig, um Bedarfe, Erwartungen und Kooperationsmöglichkeiten zu identifizieren.
- ZLA7. Weiterer Ausbau der Konstanzer Freizeit-Infrastruktur

Bedarfsanalyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkindbetreuung (MLA1+2)

Ziele: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1) und Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2)

Die Betreuungssituation muss auf den sich ändernden Bedarf eingehen. Daher ist eine vorhergehende Analyse zu den Erwartungen bei der KiTa- und Schulkindbetreuung notwendig. Hierbei werden Raumbedarfe und infrastrukturelle Rahmenbedingungen wie Essensversorgung ebenso berücksichtigt wie die Anforderungen an Flexibilität z.B. durch Abdeckung von Randzeiten oder Notfall-Angeboten.

Im KiTa-Bereich ist dies bereits eine laufende Maßnahme, die auf den Schulkindbereich erweitert werden muss.

Zielgruppe	Eltern, Arbeitgeber und Betreuungseinrichtungen
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS und SJA) mit Partnern
Ressourcen/Budget	Mittelbeantragung im städtischen Haushalt über die Fachämter
Laufzeit/Zeitraumen	Schulen: 2019/2020, KiTa: laufende Maßnahme
Evaluation	Ergebnisse der Bedarfsanalyse

Konkrete Ausarbeitung der KiTa-Bedarfsplanung (MLA3)

Ziel: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1)

Für den aktuellen und zukünftigen Bedarf werden die Planungen konkretisiert, d.h. auch der Bedarf an Flächen und Fachkräften miteinbezogen. Aufgrund der Geburtenentwicklung ist der Bedarf unstrittig und dringend.

Zielgruppe	Eltern und Kinder
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	Mittelbeantragung im städtischen Haushalt
Laufzeit/Zeitraumen	2019/2020
Evaluation	Aufnahme des KiTa-Betriebes

Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Kinderbetreuung (MLA4)

Ziel: Weiterer Ausbau der KiTa-Plätze (ZLA1)

Aufgrund des Fachkräftemangels engagieren sich Firmen zunehmend bei der Kinderbetreuung ihrer Mitarbeitenden. Um hier mittel- bis langfristig besser aufgestellt zu sein, ist ein koordinierter Dialog mit den Unternehmen zielführend.

Zur Erläuterung: BetriebsKiTa-Plätze werden von den Firmen mitfinanziert und stehen dadurch der öffentlichen Vergabe nicht zur Verfügung. Ein Betriebszuschuss ist eine finanzielle Unterstützung des Mitarbeitenden unabhängig von der Kinderbetreuungseinrichtung.

Zielgruppe	Unternehmen, Trägereinrichtungen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraum	Nach Bedarf
Evaluation	Ergebnisse der Gespräche fließen in die KiTa-Bedarfsplanung ein.

Konzeptentwicklung Ganztagesbetreuung Schule (MLA5)

Ziel: Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2)

Um die Ganztagesbetreuung an Konstanzer Schulen, hier insbesondere der Grundschulen, bedarfsgerecht und mit hoher pädagogischer Qualität zu entwickeln, muss zunächst ein entsprechendes Konzept ausgearbeitet werden. Dies kann nur in Zusammenarbeit mit den beteiligten Trägern und unter Einbindung der lokalen Vereine erfolgen.

Zielgruppe	Eltern, Arbeitgeber und Betreuungseinrichtungen
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS) mit Partnern
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraum	Bis 2019/2020
Evaluation	Ergebnisse des Konzeptes liegen vor.

Weiterführung der Qualifizierungsangebote für Vereine und Träger (MLA6)

Ziele: Ausbau der Ganztagesbetreuungsprogramme an den Schulen (ZLA2) und Stärkung der außerschulischen Organisationsstrukturen (ZLA3)

Eine hohe pädagogische Qualität von Kernzeit- und Ganztagesbetreuung kann nur gewährleistet werden, wenn die Betreuungskräfte zielgruppengerecht unterstützt und geschult werden. Daher werden die vorhandenen Planungstools und Qualifizierungsangebote für Vereine und Träger der bestehenden Betreuungsangebote fortgeführt.

Zielgruppe	Betreuungskräfte
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraum	Laufende Maßnahme
Evaluation	

Auswertung der Inanspruchnahme der bisherigen Angebote (MLA7) und Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Marketings (MLA8)

Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Marketings (MLA8)

Ziel: Optimierung der Inanspruchnahme der Ferienbetreuung (ZLA4)

Die Stadt bietet ein qualitativ anspruchsvolles Ferienprogramm für Schulkinder, das nicht ausgebucht ist. Gleichzeitig gibt es Forderungen, das Angebot auszubauen. Diese Maßnahmen dienen dazu, das Angebot an den tatsächlichen Bedarf anzupassen, indem zunächst die Ursachen dieser Situation ermittelt werden. Hierbei werden auch Kosten, Verfügbarkeit und Bekanntheitsgrad miteinbezogen.

Diese Maßnahmen sollen bereits bis zum Beginn des Ferienprogramms 2019 umgesetzt sein.

Zielgruppe	Veranstalter der Betreuungsprogramme, Eltern
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis März 2019
Evaluation	Höhere Auslastung des städtischen Ferienprogramms

Überarbeitung der bestehenden Finanzierung des Ferienprogramms (MLA9)

Ziel: Optimierung der Inanspruchnahme der Ferienbetreuung (ZLA4)

Im Zuge der o.g. Maßnahmen (MLA7+8) wird die Finanzierung und Finanzierbarkeit des Schulferienprogramms überprüft. Dabei werden auch Arbeitgeber miteinbezogen. Das überarbeitete Konzept wird dem Gemeinderat vorgelegt werden.

Zielgruppe	Eltern, Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2020
Evaluation	Höhere Auslastung des städtischen Ferienprogramms

Jährliche Berichterstattung KiTa und Pflege (MLA10)

Ziel: Schaffung weiterer Tages- und Kurzzeitpflegeplätze (ZLA5)

In einem jährlichen Bericht werden Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit informiert, wie der jeweilige Planungsstand und Bedarf in Konstanz aussieht. Dies gilt für den Bereich KiTa und Pflege (Tagesbetreuung für Kinder-Bedarfsplanung und Bericht zur Pflege). Es handelt sich dabei um laufende Maßnahmen des Fachamtes, die weiter an Bedeutung gewinnen.

Zielgruppe	Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit
Verantwortlichkeit	Stadt (SJA)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	

Koordinierter Dialog mit Unternehmen zur Angehörigenbetreuung (MLA11)

Ziel: Schaffung weiterer Tages- und Kurzzeitpflegeplätze (ZLA5)

Ähnlich wie beim Dialog zur Kinderbetreuung (MLA4) werden bei dieser Maßnahme Unternehmen miteinbezogen, wenn es um Belegungsrechte für Kurzzeitpflegeplätze geht bzw. um Betriebszuschüsse zur Unterstützung ihrer pflegenden Mitarbeitenden.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Nach Bedarf
Evaluation	Informationen zum Bedarf der Unternehmen

Installation eines Runden Tisches Familiengerechtes Leben & Arbeiten (MLA12)

Ziel: Schaffung eines Austauschformates für die Themen zum Familiengerechten Leben & Arbeiten (ZLA6)

Um die tatsächlichen Bedürfnisse der Betroffenen zu ermitteln und einen gegenseitigen Austausch von Informationen sicherzustellen, ist das Format eines sog. Runden Tisches zielführend. Dieses Vernetzungsformat gab es bereits auf Ebene des Landkreises, wurde hier jedoch wieder eingestellt. Für Konstanz wird es nach wie vor als sinnvoll erachtet, so dass es wieder eingeführt werden sollte.

Zielgruppe	Unternehmen, Verwaltung, Politik und Interessensvertretungen
Verantwortlichkeit	Stadt
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	
Evaluation	Treffen finden statt.

Konzept zur bedarfsgerechten Entwicklung der Freizeitinfrastruktur (MLA13)

Ziel: Weiterer Ausbau der Konstanzer Freizeitinfrastruktur (ZLA7)

Bevor ein weiterer, kostenintensiver Ausbau dieser Infrastruktur geplant werden kann, muss ein entsprechendes Konzept entwickelt werden. Es fehlt insbesondere an bezahlbareren Indoor- bzw. Schlechtwetteralternativen.

Zielgruppe	Alle Menschen in Konstanz: Familien, Einheimische, Gäste
Verantwortlichkeit	Stadt (ABS)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	In 2021/2022
Evaluation	Konzept liegt vor.

2.4 MASSNAHMEN AUS DEM HANDLUNGSFELD AUSBILDUNG, QUALIFIZIERUNG, INTEGRATION

Folgende Ziele wurden erarbeitet:

- ZA1. Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration zur Verringerung der Diskrepanz zwischen Schulniveau und Ausbildungsanspruch
- ZA2. Einführung der Förderung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen für Migranten in Ausbildung
- ZA3. Schaffung von bezahlbarem Wohnraum für Auszubildende, dadurch Sicherung von Nachwuchskräften und Berufsschulstandorten im Rahmen der regionalen Schulentwicklung
- ZA4. Stärkung des Stellenwertes der dualen Ausbildung (Lehre)
- ZA5. Förderung von nicht-akademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen
- ZA6. Schaffung von Angeboten für Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer
- ZA7. Aktivierung von Langzeitarbeitslosen
- ZA8. Proaktive Berücksichtigung der demografischen Entwicklung (Nachfolgeregelung)

Viele der entwickelten Maßnahmenideen liegen nicht in der Verantwortung lokaler Akteure. So können Ausbildungsstandards und -vorgaben nicht lokal geregelt werden. Nichtsdestotrotz wurden sie in den Maßnahmenkatalog mitaufgenommen, da sie als sehr wichtig erachtet werden, um das Handlungsfeld erfolgreicher aufzustellen. Bei solchen Maßnahmen wurden jedoch Verantwortlichkeiten, Ressourcen, Laufzeit und Evaluation nicht in die Steckbriefe mit aufgenommen.

Festlegung des Sprachniveaus B2 als Ausbildungsstandard (MA1)

Ziel: Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration (ZA1)

Für Menschen, die noch nicht ausbildungsreif sind bzw. noch keine Befähigung haben, eine Ausbildung absolvieren zu können, ist eine frühere Förderung notwendig. Das Sprachniveau B2 ist als Ausbildungsstandard erforderlich, da ansonsten die Berufsschule nicht bewältigt werden kann. Das bedeutet, alle unterhalb diesem B2-Level brauchen Anspruch auf ausbildungsbegleitende Maßnahmen.

Zielgruppe	Nicht ausbildungsreife Menschen
------------	---------------------------------

Festlegung eines naturwissenschaftlichen Grundniveaus (MA2)

Ziel: Einführung der Förderung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen für Migranten in Ausbildung (ZA2)

Für junge Menschen, die keine oder nicht ausreichende Grundkenntnisse in naturwissenschaftlichen Bereichen haben, ist eine frühe Förderung notwendig. Insbesondere mathematische Grundlagen sind erforderlich, da sie ansonsten die Ausbildungen nicht absolviert können. Erforderlich ist es, ein naturwissenschaftliches Grundniveau als Ausbildungsstandard festzulegen und diejenigen zu fördern, die unterhalb des Niveaus liegen.

Zielgruppe	Junge Migranten
------------	-----------------

Ausbau des Angebotes zur Deutschbefähigung für Migranten (MA3)

Ziel: Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration (ZA1)

Menschen die wenig bis keine Deutschkenntnisse haben, können tendenziell nicht in den Arbeitsmarkt integriert werden. Für Migranten und Flüchtlinge, die das B1- oder B2-Level nicht erreichen, ist es erforderlich, spezielle Angebote zur Deutschbefähigung anzubieten bzw. weiter auszubauen.

Zielgruppe	Migranten unterhalb des B2-Levels
------------	-----------------------------------

Verantwortlichkeit	Bundesamt für Migranten und Flüchtlinge
--------------------	---

Motivation für den Sprachtausch (MA4)

Ziel: Ausbau der Sprachförderung als Grundlage für Ausbildung, Qualifizierung und Integration (ZA1)

Migranten und Flüchtlinge, die bereits in deutsche Lebens- und Arbeitsstrukturen eingebunden sind, erlernen schneller die deutsche Sprache. Die Sprache ist und bleibt der Schlüssel zur Integration, das wird sich nicht ändern. Daher müssen Menschen, die hier Förderungsbedarf haben, in einen Arbeits- und Lebensalltag kommen, durch den sie die Sprache täglich lernen. Dies ist neben der professionellen Unterstützung ein wesentlicher Beitrag zur Integration.

Zielgruppe	Junge Migranten und Flüchtlinge
------------	---------------------------------

Ausbau eines speziellen fremdsprachlichen Angebotes (MA5)

Ziel: Einführung der Förderung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen für Migranten in Ausbildung (ZA2)

Mathematische und physikalische Grundlagen sollten in Form eines speziellen fremdsprachigen Angebotes vermittelt werden. Erforderlich ist dies für Migranten und Geflüchtete, die aktuell wenig bis keine Deutschkenntnisse haben.

Zielgruppe	Geringqualifizierte Migranten und Geflüchtete
------------	---

Bau eines Azubi-Wohnheims (MA6)

Ziel: Schaffung von bezahlbarem Wohnraum für Auszubildende (ZA3)

Die dringendste Konstanz-Problematik betrifft auch das Thema Ausbildung: Es fehlt an bezahlbarem Wohnraum. Während es für Studierende eigene Wohnheime gibt, müssen sich Auszubildende auf dem freien Wohnungsmarkt umsehen. Lehrlinge in geringbezahlten Ausbildungsberufen haben kaum eine Chance, in unserer Stadt eine Ausbildung zu starten bzw. hier elternunabhängig oder heimatfern zu leben. Die Wohnproblematik bei Auszubildenden verursacht nicht nur eine Abwanderung von potenziellen Auszubildenden, sondern erhöht den Fachkräftemangel in den Unternehmen und kann im Extremfall zur Schließung bzw. Umsiedlung unserer Unternehmen führen. Ein Azubi-Wohnheim ist daher die dringendste Forderung aus diesem Handlungsfeld. Auszubildende, die eine geringbezahlte Ausbildung antreten, sollen bevorzugt Anspruch auf bezahlbaren Wohnraum erhalten.

Auf dem Konstanzer Innovationsareal wird Wohnraum für Gründende mitgeplant. Hierzu passt auch die Idee von Azubi-Wohnungen bzw. -Wohngemeinschaften.

Zielgruppe	Auszubildende, insbesondere in geringbezahlten Ausbildungsberufen
------------	---

Verantwortlichkeit	Baurecht: Stadt, Umsetzung und Betrieb: n.n.
--------------------	--

Ressourcen/Budget	
-------------------	--

Laufzeit/Zeitraum	n.n.
-------------------	------

Evaluation	
------------	--

Ausbildungsmesse MARS - Messe.Ausbildung.Regional.Sozial (MA7)

Ziel: Förderung von nichtakademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen (ZA5)

In Konstanz wurden die nichtakademischen Ausbildungsgänge im Bereich Gesundheit, Pflege und Erziehung als sog. Engpassberufe identifiziert. Aus diesem Grund veranstalten die Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, das Jobcenter Landkreis Konstanz, das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, das Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben sowie der Landkreis Konstanz als Partner die jährliche Ausbildungsmesse MARS. Die MARS wurde konzipiert, um diese Berufsbilder für junge Menschen bekannt und attraktiv zu machen. Ziel ist eine sehr frühe, zielgruppengerechte Ansprache, um Vorurteile auszuräumen, die Besucher (Schüler, Migranten, Geflüchtete, Quer- und Wiedereinsteigerinnen) auf Augenhöhe anzusprechen und für die vielfältigen Berufsbilder zu begeistern.

Zielgruppe	Junge Menschen, Schülerinnen und Schüler, Migranten, Geflüchtete, Quer- und Wiedereinsteigerinnen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF), Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, Jobcenter Landkreis Konstanz, Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben
Ressourcen/Budget	Kostenaufteilung aller Veranstalter und Partner, anteilig im Haushalt 2019/2020 eingeplant
Laufzeit/Zeitraum	Laufende Maßnahme
Evaluation	Umfrage bei Ausstellern, Besuchern und Lehrenden

Azubi-Welcome-Party (MA8)

Ziel: Stärkung des Stellenwertes der dualen Ausbildung (ZA4)

Eine Berufsausbildung genießt allgemein in der Gesellschaft keinen hohen Stellenwert mehr. In Konstanz als Hochschulstandort tritt dieses Problem verschärft auf. In vielen technischen Berufen genauso wie im Gesundheits- und Sozialwesen fehlt es den Firmen an Auszubildenden. Daher wird eine jährlich stattfindende Azubi-Welcome-Party als Veranstaltungsformat etabliert, um alle Konstanzer Auszubildenden im 1. Lehrjahr medienwirksam herzlich zu begrüßen.

Zielgruppe	Konstanzer Auszubildende im 1. Lehrjahr
Verantwortlichkeit	Stadt (WF), IHK, HWK, MTK
Ressourcen/Budget	Kostenbeteiligung der Veranstalter, Sponsoring von Konstanzer Firmen
Laufzeit/Zeitraum	28.09.2018, jährlich wiederholend jeweils zum Ausbildungsbeginn im September
Evaluation	Besucherzahlen und -feedback

Vermittlung von Ausbildungsangeboten (MA9)

Ziel: Förderung von nichtakademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen (ZA5)

Primär streben Schulabgänger eine akademische Ausbildung an. Die eigene Befähigung und Qualifikation für ein Studium bleiben jedoch parziell unberücksichtigt. Ein Studienabbruch sowie eine längere Zeit ohne Beschäftigung sind meist die Folgen. Aus diesem Grund soll eine geschlossene Kette zwischen Studienabbruch und Ausbildungsbeginn erreicht werden.

Zielgruppe	Studienabbrecherinnen und -abbrecher
Verantwortlichkeit	Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, IHK, HWK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraum	Laufende Maßnahme
Evaluation	

Konkrete Ansprache von Unternehmen (MA10)

Ziel: Förderung von nichtakademischen Ausbildungsgängen, insbesondere in sog. Engpassberufen (ZA5)

Die Bereitstellung von Ausbildungsstellen wird für viele Firmen eine essenzielle Maßnahme sein, um ihren Fachkräftebedarf zukünftig abzusichern. Konstanzer Unternehmer sollen deshalb weiterhin regelmäßig kontaktiert und zum Beispiel mit Hilfe von Best Practice Beispielen motiviert werden, Ausbildungsgänge im Unternehmen anzubieten und eigene Fachkräfte auszubilden.

Zielgruppe	Firmen
Verantwortlichkeit	Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg, IHK, HWK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	

Weiterentwicklung Jugendberufsagentur (MA11)

Ziel: Aktivierung von Langzeitarbeitslosen (ZA7)

Der Focus der Aktivitäten der Kooperationspartner richtet sich auf besonders förderungsbedürftige junge Menschen. Dazu zählen auch junge Menschen mit Migrationshintergrund, junge Geflüchtete und Menschen mit Behinderung. Diese Zielgruppe wird beim Übergang von der Schule in den Beruf begleitet, sie erhalten eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Jugendberufsberatung. Indem die Jugendlichen all ihre Begabungen und Potenziale entfalten können, leisten die Partner einen wesentlichen Beitrag für die gesellschaftliche Teilhabe und Integration der jungen Generation und für die Fachkräftesicherung am Wirtschaftsstandort im Landkreis Konstanz und somit auch in der Stadt Konstanz. Hierbei ist die Zusammenarbeit mit der lokalen Wirtschaft, ihren Verbänden und den Arbeitnehmervertretungen erfolgsversprechend. Ziel der Maßnahme ist, für alle jungen Menschen im Landkreis optimale Ausbildungs- und damit berufliche Zukunftschancen zu eröffnen.

Zielgruppe	Junge Menschen unter 25 Jahren und Langzeitleistungsbezieher
Verantwortlichkeit	Staatliches Schulamt, Jobcenter Landkreis Konstanz
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Sinkender Anteil von jungen Arbeitslosen und Langzeitleistungsbeziehern

Vermittlung in das Förderprogramm „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (WeGebAU)“ (MA12)

Ziel: Schaffung von Angeboten für Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer (ZA6)

Qualifiziertes Personal bedingt den Erfolg jedes Unternehmens. Die Wettbewerbsfähigkeit kann meist nur gesichert werden, indem Arbeitnehmer adäquate Weiterbildungen erhalten. Aus Kostengründen werden Geringqualifizierte und ältere Menschen tendenziell weniger gefördert bzw. qualifiziert. Die Bundesagentur setzt sich dafür ein, dass Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer in das Förderprogramm „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (WeGebAU)“ vermittelt werden und anschließend einen Abschluss erwerben können.

Zielgruppe	Geringqualifizierte und ältere Arbeitnehmer
Verantwortlichkeit	Bundesagentur für Arbeit Konstanz-Ravensburg
Ressourcen/Budget	Bundesmitten
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme
Evaluation	Steigender Anteil der Zielgruppe mit Ausbildung und Beschäftigung

Konzepte und Maßnahmen für die Nachfolgeregelung (MA13)

Ziel: Proaktive Berücksichtigung der demografischen Entwicklung (Nachfolgeregelung) (ZA8)

Viele kleine und mittelständische Unternehmen stehen unmittelbar vor der Entscheidung, ihren Betrieb abzugeben. Diese Entscheidung tangiert nicht nur den bisherigen Geschäftsführer oder die Erben, sondern auch die Arbeitnehmer und deren Familien. Aus diesem Grund ist die Erarbeitung eines Konzepts mit Maßnahmen für die Nachfolgeregelungen von Betrieben erforderlich, damit eine Betriebsübergabe erfolgreich gelingt und Arbeitsplätze erhalten bleiben.

Zielgruppe	KMU's ohne Nachfolger
Verantwortlichkeit	IHK, HWK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Laufende Maßnahme nach Bedarf
Evaluation	

2.5 MASSNAHMEN AUS DEM HANDLUNGSFELD FLÄCHENPOLITIK & GEOSTRATEGIE

VISIONSBAUSTEIN 1 „STADT ALS MOTOR DER FLÄCHENENTWICKLUNG“

Dieser Themenbereich beschäftigt sich vorrangig mit operativ umzusetzenden Zielen der Flächenentwicklung, bei denen die Stadtverwaltung als Führungs- und Impulsgeber agiert.

- ZF1.1. Verwaltung, Eigentümer und Unternehmen arbeiten bei der Entwicklung von Wirtschaftsflächen partnerschaftlich koordiniert zusammen. Durch frühzeitige Kontaktaufnahme und Abstimmung der Bedürfnisse und Vorgaben sollen die Akteure lösungsorientiert und im Sinne der Entwicklungsziele gewerbliche Flächen gemeinsam der gewünschten Nutzung zuführen.
- ZF1.2. Unternehmen werden durch ausreichende Reserveflächen in Konstanz gehalten bzw. neu angesiedelt.
- ZF1.3. Voraussetzungen für bauliche Entwicklungen werden durch Stärkung und serviceorientierte Aufstellung der Stadtverwaltung schnell und effektiv ermöglicht.

Insbesondere die partnerschaftliche Zusammenarbeit (ZF1.1.) und die Voraussetzungen für bauliche Entwicklungen (ZF1.3.) werden als dringlich eingeschätzt. Es besteht ein hoher Bedarf an verstärkten Aktivitäten mit privaten Grundstückseigentümern, da auf kurz- bis mittelfristige Sicht – bis auf kleinere Restgrundstücke – keine städtischen Gewerbeflächen für Ansiedlungen und Betriebserweiterungen zur Verfügungen stehen. Gleichzeitig gilt es bei sich verschärfenden und an Komplexität zunehmenden Regelungen (Baurecht, Bauleitplanung, Umweltschutz etc.) auch von Seiten der Stadtverwaltung die vorhandenen Ressourcen effizienter einzusetzen und ggf. zu erhöhen.

Intensivierung und Umsetzung eines Gewerbeflächenmanagements über einen Flächenmanager (MF1.1)

Ziel: Verwaltung, Eigentümer und Unternehmen arbeiten bei der Entwicklung von Wirtschaftsflächen partnerschaftlich koordiniert zusammen (ZF1.1).

Für ein aktives und erfolgsversprechendes Gewerbeflächenmanagement bedarf es zunächst einer umfassenden Identifikation von entwicklungsfähigen Bestandsflächen. Private Eigentümer als Anbieter einerseits und Unternehmen andererseits bedürfen neben der Ansprache einer kontinuierlichen Prozessbegleitung mit enger Einbindung in die Verwaltung. Das Ziel dieser Maßnahme sind die Aktivierung privater Flächenpotenziale sowie eine Erhöhung der Flächeneffizienz.

Zielgruppe	Ansässige Unternehmen und Privateigentümer von Flächen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF/Dez. III)
Ressourcen/Budget	zusätzliche Ressourcen mit Kompetenzen Architektur, Stadtplanung, Wirtschaft, Immobilien erforderlich
Laufzeit/Zeitraum	aufgrund von Flächenknappheit und gestiegener Anforderungen ab 2019ff, Reduzierung ab 2025 bei Marktreife größerer kommunaler Flächen (Hafner)
Evaluation	Berichtswesen

Flächenentwicklung am Verkehrslandeplatz für preissensibles Gewerbe (MF1.2)

Ziel: Unternehmen werden durch ausreichende Reserveflächen in Konstanz gehalten bzw. neu angesiedelt (ZF 1.2).

Teilflächen des Verkehrslandeplatzes werden als Gewerbeflächen ausgewiesen. Dadurch entstehen dringend notwendige Handlungsspielräume für Betriebsansiedlungen, u.a. in Form von „Reaktionsflächen“ für Konstanzer Betriebe, die in neuen urbanen Gebieten z.B. aufgrund von Emissionen keine Entwicklungsmöglichkeiten haben und verlagert werden müssen.

Zielgruppe	Vorrangig wachsende, preissensible Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU/TBA)
Ressourcen/Budget	Grundsatzentscheidung im Gemeinderat Herbst 2018
Laufzeit/Zeitraum	2020-2023
Evaluation	Stadt- und Bauleitplanung, Baurecht und Flächenbereitstellungen ab 2023

Wirtschaftsflächenentwicklung für den Standort Hafner (MF1.3)

Ziel: Unternehmen werden durch ausreichende Reserveflächen in Konstanz gehalten bzw. neu angesiedelt (ZF1.2).

Weitere Handlungsspielräume beim Flächenangebot sollen durch die Schaffung von Baurecht für moderne Wirtschafts- und Gewerbeflächen einschließlich gewerblicher Flächenreserven am Standort Hafner ermöglicht werden.

Zielgruppe	Innovative und wachsende Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez. III/ASU/TBA)
Ressourcen/Budget	Im Rahmen des Projekts zur Gesamtentwicklung des neuen Stadtteils Hafner (Dez.III)
Laufzeit/Zeitraum	2018-2025
Evaluation	Stadt- und Bauleitplanung, Baurecht, erste Flächenbereitstellungen 2025

Prüfung der Gründung einer kommunalen Entwicklungsgesellschaft (MF 1.4)

Ziele: Voraussetzungen für bauliche Entwicklungen werden durch Stärkung und serviceorientierte Aufstellung der Stadtverwaltung schnell und effektiv ermöglicht (ZF1.3), Verwaltung, Eigentümer und Unternehmen arbeiten bei der Entwicklung von Wirtschaftsflächen partnerschaftlich koordiniert zusammen (ZF1.1).

Prüfung einer kommunalen Entwicklungsgesellschaft für Flächenerwerb und -entwicklungen in Konstanz

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.I und Dez.III)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	2025ff
Evaluation	Berichtswesen (Prüfbericht)

VISIONSBAUSTEIN 2 „WIRTSCHAFTSFLÄCHEN AKTIV MANAGEN“

Das aktive Management der vorhandenen und zukünftigen Gewerbeflächen in Konstanz ist weiter ausbaufähig und muss als strategisches Instrument aufgebaut werden. Dies gilt insbesondere für die Festlegung konkreter Entwicklungsziele, die interkommunale Abstimmung sowie für das Zusammenbringen des geringen Flächenangebotes mit den steigenden Flächennachfragen.

- ZF2.1. Es gibt eine hohe Markttransparenz von Angebot und Nachfrage gewerblicher Flächen und Immobilien.
- ZF2.2. Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst.
- ZF2.3. Die Stadt Konstanz ist Impulsgeber für neue Formen der interkommunalen Kooperation bei der Flächenentwicklung.

Alle drei Ziele werden aufgrund der extremen Flächenknappheit in Konstanz als dringend eingestuft.

AUFBAU UND PFLEGE EINES WIRTSCHAFTSFLÄCHENKATASTERS (MF2.1)

Ziel: Hohe Markttransparenz von Angebot und Nachfrage gewerblicher Flächen und Immobilien (ZF 2.1)

Sowohl das Angebot als auch die hohe Nachfrage nach gewerblichen Flächen sind bislang kaum transparent. Ein digitales Wirtschaftsflächenkataster dient als Informationsinstrument und Arbeitsgrundlage der mit Flächen befassten Abteilungen der Stadtverwaltung. Kernelemente sind Informationen über Flächenangebot und Flächennachfrage, sowie vertrauliche bzw. firmenbezogene Daten. Das Wirtschaftsflächenkataster erhöht die Effizienz innerhalb und außerhalb der Verwaltung und dient als zusätzliches Kommunikationstool für private Eigentümer und Unternehmen auf Angebots- und Nachfrageseite.

Zielgruppe	Konstanzer Unternehmen, Bürgerschaft, Stadtverwaltung
Verantwortlichkeit	Stadt (WF)
Ressourcen/Budget	in Verbindung mit Gewerbeflächenmanagement (MF1.1)
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Inbetriebnahme

IDENTIFIZIERUNG VON ENTWICKLUNGSFLÄCHEN UND ERSTELLUNG VON STRUKTURKONZEPTEN (MF2.2)

Ziel: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2).

Die unterschiedlichen gewerblichen Areale im Stadtteil Industriegebiet (Unterlohn, Oberlohn, Stromeyersdorf, Grubwiesen-Göldern, Verkehrslandeplatz) werden strukturell untersucht und mit Entwicklungszielen hinterlegt. Anfragen können damit räumlich strategisch zugeordnet werden und die Abstimmung mit den jeweiligen Grundstückseigentümern sowie die weitere Flächenentwicklung werden beschleunigt.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU/WF)
Ressourcen/Budget	in Verbindung mit Gewerbeflächenmanagement (MF1.1)
Laufzeit/Zeitraumen	2019-2025, Unterlohn und Verkehrslandeplatz bereits in Bearbeitung
Evaluation	Umsetzung bis 2025

VERGABEKRITERIEN FÜR KOMMUNALE GWERBEFLÄCHEN MIT ENTSCHEIDUNGSKATALOG (MF2.3)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). Voraussetzungen für bauliche Entwicklungen werden durch Stärkung und serviceorientierte Aufstellung der Stadtverwaltung schnell und effektiv ermöglicht (ZF 1.3).

Analog zu bisherigen Vergabekriterien im Gebiet Reichenau-Göldern bedarf es aufgrund der Vielzahl an Bewerbern für kommunale Grundstücke eines transparenten Entscheidungskataloges für Grundstücke der Stadt Konstanz im Stadtgebiet. Bei urbanen Quartieren sind neben der Flächeneffizienz der Nachweis von räumlich benachbarten Mitarbeiterwohnungen und Energiekonzepten zentrale Kriterien.

Zielgruppe	Unternehmen
Verantwortlichkeit	Stadt (WF, ALG, ASU)
Ressourcen/Budget	aus bestehenden Ressourcen
Laufzeit/Zeitraumen	2019-2020
Evaluation	Beschluss Sitzungsvorlage

ANPASSUNG DES PLANUNGSRECHTS AN DIE ENTWICKLUNGSZIELE (MF2.4)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). Urbanität durch Nutzungsmischung (ZF3.1)

Um eine geordnete Stadtentwicklung sicherzustellen, müssen die städtischen Vorgaben im Baurecht verankert werden. Dazu müssen die Festsetzungen in bestehenden Bebauungsplänen auf der Grundlage von übergeordneten Entwicklungszielen, Konzepten (z.B. Gewerbeflächenentwicklungskonzept, Hotelanalyse und Tourismusstudie, Einzelhandels- und Vergnügungstättenkonzepte etc.) und Rahmenplanungen für Einzelquartiere angepasst werden.

Zielgruppe	Unternehmen und Investoren
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Umsetzung

Einrichtung eines Regionalen Kooperationskreises Fläche (MF2.5)

Ziel: Die Stadt Konstanz ist Impulsgeber für neue Formen der interkommunalen Kooperation bei der Flächenentwicklung (ZF2.3).

Die Einsparung von Flächen sowie deren effiziente Nutzung müssen als regionale Themen verankert werden. Ein Dialog zu den Flächen-Themen Gewerbe, Handel, Tourismus und ggf. Wohnen unter Einbeziehung der deutschen Nachbargemeinden muss initiiert werden, da für diese Problemlage nur gemeinsam und regional eine gute Lösung gefunden werden kann.

Zielgruppe	Verwaltung, Nachbargemeinden, Regionalverband
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.I/OB und WF, Dez.III/ASU)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraum	ab 2019, zwei Treffen pro Jahr
Evaluation	Gemeinsame Umsetzung durch die Dezernate in Abstimmung mit der Politik

Ausweisung eines interkommunalen Gewerbegebietes/Flächenpools o.ä. zur Standortprofilierung MF2.6.)

Ziel: Die Stadt Konstanz ist Impulsgeber für neue Formen der interkommunalen Kooperation bei der Flächenentwicklung (ZF2.3).

Aufgrund der Flächenknappheit, von der zunehmend auch die Nachbargemeinden betroffen sind, bedarf es abgestimmter Lösungen für die weitere Flächenentwicklung bei der jeder Partner die Möglichkeit erhält, eigene Stärken zu positionieren und gewinnbringend zu nutzen (Schaffung von win-win-Situationen).

Zielgruppe	Verwaltung, Nachbargemeinden, Regionalverband
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.I/OB und WF, Dez.III/ASU)
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraum	2022-2028
Evaluation	Umsetzung/Protokolle

VISIONSBAUSTEIN 3 „VERNETZUNG UND NUTZUNGSMISCHUNG“

Die Zukunft von Konstanz liegt in der zunehmenden Vernetzung und Nutzungsmischung von klein- bis mittelständischen, häufig dienstleistungsorientierten und zunehmend digitalisierten Wirtschaftsbetrieben. Dies wird auch durch den hohen Anteil im tertiären Sektor deutlich. Dennoch bleibt nach wie vor die Notwendigkeit bestehen – insbesondere für Bestandsfirmen mit emittierenden Nutzungen – Entwicklungsmöglichkeiten vorzuhalten. Für diesen Bereich ist eine räumliche Trennung zu emissionssensiblen Nutzungen notwendig.

- ZF3.1. Arbeiten, Wohnen und sonstige Einrichtungen, welche die Wohnnutzung nicht wesentlich stören, werden bei neuen Gebietsentwicklungen zusammengeführt (Urbanität durch Nutzungsmischung)
- ZF3.2. Konstanz verfügt im Jahr 2030 über einen stabilen Branchenmix mit Raum für preissensible Betriebe aus Handwerk, Versorgung und Gründerszene.
- ZF3.3. Hochschulen und Wirtschaft werden räumlich enger vernetzt. Innovative und hochschulnahe Gründer- und Technologieparks werden weiterentwickelt und neu geschaffen.

Urbanität durch Nutzungsmischung (ZF3.1.) ist hier das dringendste der strategisch-langfristigen Ziele.

Identifikation und Aufschlüsselung von Branchenclustern, Bereitstellung der entsprechend benötigten Gewerbeflächen/Immobilien (MF3.1)

Ziele: Urbanität durch Nutzungsmischung (ZF3.1), stabiler Branchenmix (ZF3.2)

Die aus dem Gewerbeflächenkonzept resultierende „Positivliste“ (Betriebe aus den Branchen Maschinenbau, Pharmazie, Datenverarbeitungsgeräte/Elektronik/Optik, Information und Kommunikation sowie freiberufliche, wirtschaftliche Dienstleistungen) dient bei der konzeptionellen Flächenentwicklung und Grundstücksvergabe bereits als Orientierung. Über die aktuelle Standortanalyse werden die zukünftigen Potenziale der wirtschaftlichen Entwicklung weiter spezifiziert, um daran angelehnt die baurechtlichen Möglichkeiten sowohl im Bestand als auch bei neuen Flächenausweisungen zu schaffen. Als Stärkefelder von Konstanz wurden folgende Bereiche erkannt: Energie/Facilities/Anlagenbau, Tourismus/Handel/Verkehr, Life Science/Pharma/Gesundheit, IKT/Elektronik/Optik. Für das Stärkefeld Design & Medienwirtschaft wird empfohlen, ein neues Netzwerk aufzubauen. Die Flächen- bzw. Immobilienanforderungen dieser Zielgruppen sind zu identifizieren und ggf. als weitere Schwerpunkte in die konzeptionelle Flächenentwicklung aufzunehmen.

Zielgruppe	Verwaltung, interessierte Fachöffentlichkeit
Verantwortlichkeit	Stadt (WF und ASU)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraum	Nach Bedarf
Evaluation	

Konzept zur Entwicklung und Profilbildung von Handwerkerhöfen im Stadtgebiet (MF3.2)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). Stabiler Branchenmix (ZF3.2)

Durch die Hochpreisigkeit des Wirtschaftsstandortes Konstanz sind die Entwicklungsmöglichkeiten des Handwerks teilweise eingeschränkt. Es bedarf daher neuer Standorte, welche sowohl die Nutzungsbedürfnisse des Handwerks als auch den gestiegenen Ansprüchen an die Flächeneffizienz gerecht werden können.

Zielgruppe	Wirtschaft, lokales Handwerk, Kreativwirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (WF und ASU) mit Partnern
Ressourcen/Budget	n.n. in Abstimmung mit Fachexperten für Gewerbebauten bzw. Spezialisierung Handwerk
Laufzeit/Zeitraum	bis 2022
Evaluation	Konzepterstellung mit Standortempfehlungen

Räumlich engere Vernetzung von Hochschulen und Wirtschaft durch neue und weiterentwickelte, innovative, hochschulnahe Gründer- und Technologieparks (MF3.3)

Ziel: Räumliche Vernetzung hochschulnaher Forschung und Wirtschaft (ZF3.3)

Auf dem Konstanzer Innovationsareal werden gegenwärtig neue Möglichkeiten für eine engere Vernetzung von Gründenden und Startups in Verbindung mit den Hochschulen geschaffen. In logischer Fortentwicklung ist es sinnvoll, dieses Thema langfristig in direkter Hochschulnähe weiterzuentwickeln, z.B. auf dem Wessenbergareal.

Die direkte räumliche Nähe zwischen Studierenden, Gründenden und Lehrpersonal bzw. Mentoren bietet einen niederschweligen Zugang in die Vorgründungsphase. Hochschulnahe Gründer- und Technologieparks sind zunehmend ein bedeutender Standortfaktor der Hochschulen.

Zielgruppe	Hochschulen, Gründende
Verantwortlichkeit	WF und TZK
Ressourcen/Budget	n.n., ergänzend zum Projekt Konstanzer Innovationsareal
Laufzeit/Zeitraum	ab 2025
Evaluation	Projektauftrag im Umfeld HTWG und Universität

VISIONSBAUSTEIN 4 „UMWELT ERHALTEN UND RESSOURCEN SCHONEN“

Konstanz sieht sich – auch in wirtschaftlicher Hinsicht – diesem Themenkomplex verpflichtet und setzt nachhaltige Maßstäbe in enger Abstimmung mit den örtlichen Unternehmen.

- ZF4.1. Die Erreichbarkeit der Unternehmen in den Gewerbegebieten per Umweltverbund (ecomobility) ist verbessert, so befindet sich u.a. im Umfeld von maximal 400m ein ÖPNV-Haltepunkt.
- ZF4.2. In neuen gewerblichen Quartieren stehen ebenerdige Stellplatzflächen nur überbaut für den motorisierten Individualverkehr (MIV) zur Verfügung.
- ZF4.3. 30% der bestehenden gewerblichen Dachflächen sind einer ökologischen oder funktionalen Nutzung zugeführt. Im Neubau beträgt die Quote >90%. Auch Fassadenflächen sind überwiegend funktional oder ökologisch genutzt.
- ZF4.4. Gewerblich-urbane Quartiere sind weitgehend autofrei konzipiert. Eine Erreichbarkeit für den Wirtschaftsverkehr ist gewährleistet.
- ZF4.5. Neue gewerbliche und gewerblich-urbane Quartiere sind energieautark entwickelt.

Aufgrund des hohen Flächenverbrauchs von ebenerdigen Stellplätzen wird deren Überbauung (ZF 4.2.) als wichtiges strategisches Ziel eingeschätzt.

qualifizierte Freiraumplanung für jedes Gebiet mit gewerblicher Nutzung (MF4.1)

Ziele: Konkrete Entwicklungsziele für Gewerbegebiete und gewerblich-urbane Quartiere sind definiert und werden kontinuierlich angepasst (ZF 2.2). In neuen gewerblichen Quartieren stehen ebenerdige Stellplatzflächen nur überbaut zur Verfügung (ZF4.2).

Als Standortfaktor für Unternehmen ist eine attraktive Arbeitsumgebung durch hochwertige Freiräume für die Beschäftigten elementar. Durch eine hohe ÖPNV-Nutzung, Reduktion an Stellplätzen und überbaute, ebenerdige Stellplatzflächen stehen u.a. zusätzliche Möglichkeiten für attraktive Freiräume zur Verfügung.

Zielgruppe	Wirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU)
Ressourcen/Budget	Umsetzung im Rahmen der städtebaulichen Rahmen- und Bauleitplanung
Laufzeit/Zeitraum	laufend
Evaluation	Bauleitplanung und Konzeptunterlagen für bestehende und neue Wirtschaftsflächen

Bereitstellung passender Flächen für eMobilitätsinfrastruktur⁸ mit Sharing-Angeboten (MF4.2.)

Ziele: Verbesserte Erreichbarkeit der Unternehmen per Umweltverbund⁹ bzw. ecomobility¹⁰ (ZF4.1), in neuen gewerblichen Quartieren stehen ebenerdige Stellplatzflächen nur überbaut zur Verfügung (ZF4.2).

Aufgrund der Knappheit an Wohnraum und dem Mangel an Fachkräften ist eine gute, leistungsfähige Verkehrsanbindung für die Unternehmen erforderlich. Sharing-Angebote nehmen weiter zu und sollten daher ausgebaut werden.

Zielgruppe	Wirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU) und Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	n.n. im Rahmen der städtischen Projekte zur eMobilität
Laufzeit/Zeitraum	laufend
Evaluation	Integration in die Bauleitplanung

⁸ Der Begriff der eMobilität bedeutet, dass der Antrieb mit Strom betrieben wird. Im Rahmen des Handlungsprogramms Wirtschaft wird immer eine regenerative Energiequelle vorausgesetzt, da nur so dem Anspruch an Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung entsprochen werden kann.

⁹ Mit dem Begriff Umweltverbund wird der Dreiklang aus Fußweg, Fahrrad und ÖPNV bezeichnet.

¹⁰ Zur „ecomobility“ zählen alle Verkehrsarten, die mit erneuerbaren Energien betrieben werden.

Rooftop-Marketing als Anreiz für eine intensivere Nutzung von Dächern und Fassaden (MF4.3)

Ziel: ökologisch/funktionale Nutzung von Dach- und Fassadenflächen (ZF 4.3)

Zur Steigerung der Flächen- und Energieeffizienz müssen Gebäude zukünftig stärker multifunktional genutzt werden. Dies gilt sowohl für Dächer (energetische Nutzung, Naturraum- oder Freizeitnutzungen etc.) als auch für Fassaden (Begrünungen, energetische Nutzungen etc.). Dadurch können in den Immobilien zusätzlich Flächen für andere Nutzungen frei werden. Auch die Attraktivität und der Wert der Immobilie werden gesteigert. Innovative, beispielgebende Projekte sollten öffentlichkeitswirksam kommuniziert werden (z.B. Medienberichterstattung, Auslobung von Preisen oder Wettbewerben, Vermarktung über Postkarten, Wandkalender etc.).

Zielgruppe	Immobilieeigentümer, Projektentwickler, Bauherren
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU und WF) und MTK
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2025
Evaluation	Steigerung der Nutzungen von Dach- und Fassadenflächen

Aufbau und Erweiterung digitaler Angebote (z.B. Apps) für Pendler zur intelligenten Nutzung der Mobilitätsinfrastruktur (MF4.4).

Ziele: Verbesserte Erreichbarkeit der Unternehmen per Umweltverbund bzw. ecomobility (ZF4.1), weitgehend autofreie gewerblich-urbane Quartiere (ZF 4.4)

Neben einem leistungsfähigen Umweltverbund können die Vorteile und Verknüpfungsmöglichkeiten durch digitale Angebote zu einer stärkeren Nutzung anregen.

Zielgruppe	Wirtschaft
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU) und Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	2025-2030, Pilotprojekt Gesamtstadt und/oder Stadtteil Hafner
Evaluation	Kundenbefragung und Nutzerverhalten

Entwicklung von Pilotprojekten hinsichtlich Energieeffizienz und Ressourcenverbrauch am Standort Hafner (MF4.5).

Ziel: Neue gewerbliche und gewerblich-urbane Quartiere sind energieautark entwickelt (ZF4.5).

Verbesserte Gebäudestandards bzw. Maßnahmen zur Energieeinsparung können mittel- bis langfristig zur Kostenreduzierung beitragen. Flächen für energetische Infrastruktur können eingespart werden und für andere Nutzungen (gewerblich, Freiräume etc.) zur Verfügung stehen.

Zielgruppe	Unternehmen, Bauherren
Verantwortlichkeit	Stadt (Dez.III/ASU) und Stadtwerke Konstanz
Ressourcen/Budget	n.n., ggf. Fördermittel
Laufzeit/Zeitraumen	2023-2028, Pilotprojekt Stadtteil Hafner
Evaluation	Konzepterstellung, Umsetzung

2.6 MASSNAHMEN UND PROJEKTIDEEN AUS DEM HANDLUNGSFELD KONSTANZ ALS DESTINATION

Die Ziele in diesem Handlungsfeld sind:

- ZDe1. Konstanz wird die Nummer 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee, d.h. es gibt ein hochwertiges Angebot für Einheimische, Beschäftigte und Besucher (Gastronomie, Freizeitwirtschaft, Veranstaltungs- und Beherbergungswirtschaft etc.). Zur Überprüfung wird ein Zufriedenheitsindex (=TrustScore) mit vergleichbaren Indikatoren entwickelt.
- ZDe2. Das Wir-Gefühl wird gestärkt: Unsere auswärtigen Besucher werden künftig als Kurzzeitbewohner angenommen, wir begegnen ihnen mit Gastlichkeit & Herzlichkeit und fördern das gegenseitige Verständnis. Umgesetzt wird dies z.B. durch Veranstaltungsformate, die für Gäste und Einheimische gleichermaßen entwickelt sind und angeboten werden.
- ZDe3. Der See/das Wasser und die Stadt sind einkommensunabhängig erlebbar – für Einheimische, Gäste und Beschäftigte. Der Seezugang macht Konstanz so einzigartig, dieses Alleinstellungsmerkmal muss für alle Menschen in der Stadt möglich bleiben.
- ZDe4. Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich. Dies bezieht sich insbesondere auf die Entwicklung und Umsetzung von Innovationen, Angeboten, Akquisition und Veranstaltungsarchitektur bzw. -design.
- ZDe5. Die Stadt bietet eine barrierefreie, moderne Infrastruktur: Mobilität mit Schwerpunkt ÖPNV, Breitband & High-Speed-Internet, Multifunktionszentrum für Messen, Ausstellungen, Musik-, Kultur- und Sportevents, Ausbau der Schiffsverbindung bzw. stärkere Nutzung der Wasserstraßen.
- ZDe6. Konstanz ist als Destination für Wirtschaft & Wissenschaft etabliert. Über die Kontaktpflege mit Unternehmen und Fakultäten der Hochschulen werden überregionale bzw. internationale Veranstaltungen und Symposien nach Konstanz geholt.
- ZDe7. Ganzjahrestourismus: Die Nebensaison wird gestärkt.
- ZDe8. Der sanfte Tourismus wird weiter vorangetrieben. Damit sind der Ausbau von nachhaltigen, umweltfreundlichen Angebote gemeint, die sich besonders auf Naturerlebnisse beziehen.
- ZDe9. Die gesundheitstouristischen Angebote wie Wellness und Prophylaxe etc. werden weiter ausgebaut.
- ZDe10 Unsere lebendige City mit attraktiven Einzelhandel, Gastronomie etc. muss erhalten und weiter entwickelt werden. Sie ist maßgeblicher Bestandteil einer erfolgreichen Destination.
- ZDe11. Die Erreichbarkeit der Innenstadt muss weiter verbessert werden (siehe auch ZDe5 moderne Infrastruktur).
- ZDe12. Tourismuswirtschaft, Einzelhandel und Stadt arbeiten als konstruktive Partner zusammen.
- ZDe13. Es wird ein ziel- und lösungsorientiertes, wirtschaftsfreundliches Verhalten der Verwaltung entwickelt.

Qualitätsoffensive (MDe1)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Es werden Schulungen durchgeführt für alle Servicebereiche aus Gastronomie, Handel, Hotel etc. Dabei geht es um die Kundenorientierung und -freundlichkeit. Jeder Gast, unabhängig ob Konstanzer oder Tourist, muss so bedient werden, dass er wiederkommen möchte.

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft
Verantwortlichkeit	MTK mit Partnern
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2018
Evaluation	Anzahl der durchgeführten Schulungen bzw. Teilnehmenden, Ergebnisse Mystery Shopping (MDe3)

Verbesserung der Kommunikation zwischen Verwaltung und Tourismuswirtschaft (MDe2)

Ziele: Zusammenarbeit von Stadt und Tourismuswirtschaft als konstruktive Partner (ZDe12) und Entwicklung eines ziel- und lösungsorientierten, wirtschaftsfreundlichen Verhaltens der Verwaltung (ZDe13)

Es gibt viele Auflagen und Regularien der Stadtverwaltung, die zu einem Mehraufwand bei den betroffenen Gewerbetreibenden bzw. zu geringeren Kundenfrequenzen führen. Dies betrifft z.B. Baustellen oder auch verkehrssteuernde Maßnahmen. Durch rechtzeitige Information der Verwaltung steigen Akzeptanz und gegenseitiges Verständnis, im Idealfall können Maßnahmen sogar für die Betroffenen optimiert werden. Regelmäßig, d.h. zweimal jährlich stattfindende Austausch- und Informationstreffen zwischen Verwaltung, Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie und MTK sowie ein monatlicher JF zwischen Verwaltung und MTK sind hier zielführend.

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft und des Handels, Stadtverwaltung
Verantwortlichkeit	Stadt (WF bzw. themenspezifisch das jeweilige Fachamt wie Verkehr = ASU), MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Anzahl gemeinsamer Treffen

Schaffung einer Wohlfühl-Atmosphäre in der Innenstadt (MDe3-5)

Ziel: Erhalt und Weiterentwicklung der lebendigen City durch attraktiven Einzelhandel, Gastronomie u.a. (ZDe10)

Mit einfachen Maßnahmen, die schnell umsetzbar sind, kann die Innenstadt sofort maßgeblich aufgewertet werden: Sauberkeit in der Innenstadt durch bedarfsgerechte Entleerung der Mülleimer (MDe3), pro-aktive Lösung der Bettlerproblematik (MDe4), Blumen und Dekoration auf öffentlichen bzw. halb-öffentlichen Plätzen und Straßen, z.B. Rathausinnenhof (MDe5). Für letzteres bedarf es ggf. einer Anpassung der geltenden Sondernutzungssatzung¹¹ inkl. der dazugehörigen Gestaltungsrichtlinien.

Zielgruppe	Einheimische, Gäste, Anwohner, Anlieger
Verantwortlichkeit	Stadt, MTK
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2018
Evaluation	Innenstadt zum Wohlfühlen

Convention-Office Lake Constance (MDe6)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Das „Convention-Office Lake Constance“ ist die bodenseeweit einheitliche Anlaufstelle für alle, die Veranstaltungen, Events, Tagungen, Kongresse etc. in unserer Region stattfinden lassen wollen. Das Convention Office erstellt Komplettangebote inkl. Rahmenprogramm und Hotelkontingente. Es ist die zentrale Servicestelle für die gesamte Region. Es ist international aufgestellt und sollte überregional bei IBT, IBK und IBH eingebunden sein, um diese vorhandenen Potenziale zu nutzen. Eine solchen Agentur aufzubauen bedarf hoher Ressourcen und braucht einen zeitlichen Vorlauf. Sie muss zunächst in Teilschritten entwickelt werden (MDe7), wobei Konstanz hier eine Vorreiterrolle einnehmen sollte.

Zielgruppe	Auftraggeber von Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	MTK/Regio
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	n.n.
Evaluation	Auslastung der Tagungs- und Kongresseinrichtungen in Konstanz durch überregionale Kunden

¹¹ „Satzung über den Gemeingebrauch und über Sondernutzungen an öffentlichen Straßen und in den Fußgängerzonen der Stadt Konstanz und Richtlinien über die Erteilung von Sondernutzungserlaubnissen für gewerbliche Nutzungen auf öffentlichen Verkehrsflächen in Konstanz (Gestaltungsrichtlinien)“, kurz Sondernutzungssatzung

Zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungsanfragen (MDe7)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Als erster Schritt zu einem „Convention Office Lake Constance“ sollte eine zentrale Anlaufstelle für Veranstaltungsanfragen installiert werden. Durch die Vernetzung mit der Vierländerregion Bodensee können die Aufträge in der Region gehalten werden. Später sollte diese Funktion in einem Convention Office Bodensee (MDe6) integriert werden.

Zielgruppe	Auftraggeber von Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	MTK/Regio
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	n.n.
Evaluation	Inbetriebnahme und Anfragenbearbeitung der zentralen Servicestelle

Key-Account-Management (MDe8)

Ziele: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4) und Etablierung von Konstanz als Destination für Wirtschaft & Wissenschaft (ZDe6)

Über die Kontaktpflege mit Unternehmen und Fakultäten der Hochschulen werden überregionale bzw. internationale Veranstaltungen und Symposien nach Konstanz geholt. Es wird ein fertiges Produkt inkl. Buchungssystem etc. angeboten. Die Ausdehnung auf die REGIO und die gesamte Bodenseeregion sollte bis 2020 erfolgen, später erfolgt eine Eingliederung in das Convention Office Bodensee (MDe6).

Zielgruppe	Veranstalter wissenschaftlicher Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	Bodenseeforum
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2025
Evaluation	Anzahl der über das Key-Account-Management akquirierten Veranstaltungen

Internationalisierung (MDe9)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Neben den bekannten Besucherländern werden weitere identifiziert, die zu den Kriterien und in die Tourismusstrategie passen. Es werden zusätzliche, neue Märkte für die Destination Konstanz erschlossen.

Zielgruppe	Betriebe der Beherbergungs- und Übernachtungswirtschaft
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	

Präsentation der Destination über digitale Medien (MDe10)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Konstanz muss in den digitalen Medien der Destinationswirtschaft deutlich besser vertreten sein und sichtbarer werden. Social Media Kanäle wie Facebook, Instagram oder Twitter sind heute Standard. Ergänzt werden müssen z.B. Bidbook u.a.

Zielgruppe	Gäste
Verantwortlichkeit	MTK, Bodenseeforum
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Erhöhung der Besucherzahlen, die durch digitale Medien auf Konstanz aufmerksam geworden sind

Ausweitung der grenzüberschreitenden Kooperationsangebote (MDe11)

Ziel: Der See/das Wasser und die Stadt sind einkommensunabhängig erlebbar – für Einheimische, Gäste und Beschäftigte (ZDe3)

Aufgrund der eingeschränkten Flächenthematik von Konstanz ist es schwierig, neue Angebote der Freizeitwirtschaft zu schaffen. Daher sollte das vorhandene Angebot besser genutzt und vermarktet werden. Kooperationen mit den Nachbarn sind zielführend, z.B. digitales Willkommens-Paket zusammen mit Kreuzlingen, gemeinsame Vermarktung Freizeitinfrastruktur und Angebote in Kreuzlingen bzw. Region westlicher Bodensee.

Zielgruppe	Einheimische, Gäste und Beschäftigte
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2025
Evaluation	Absolute Anzahl der grenzüberschreitenden Angebote ist gestiegen.

Ausbau und Weiterentwicklung von übernachtungswirksamen Top-Events (MDe12)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Um die Attraktivität der Destination hoch zu halten und überregional zu festigen, ist die Weiterentwicklung von Top-Events mit Strahlkraft wichtig. Dabei geht es nicht darum, zahlreiche neue Veranstaltungen in Konstanz zu ermöglichen. Wichtig ist die inhaltliche Weiterentwicklung der bestehenden Formate sowie ein sensibler Aufbau neuer Themen unter Berücksichtigung dessen, was zeitgemäß und Standort-verträglich ist. Um die Wertschöpfung in der Stadt und in der Region zu halten, sind übernachtungswirksame Events zielführend.

Zielgruppe	Einheimische & Gäste
Verantwortlichkeit	MTK bzw. der jeweilige Veranstalter
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Erfolg der Veranstaltung (Besucherzahlen u.a.)

MICE Cross-Selling (MDe13)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Das MICE-Lab Bodensee¹² ist ein Netzwerk der regionalen Veranstaltungs- und Tagungsanbieter. Cross-Selling über das MICE-Lab bedeutet, wenn ein Anbieter den Kundenwunsch nicht erfüllen kann, wird ein anderer Anbieter aus der Region empfohlen. So bleiben im besten Fall der Auftrag und die Wertschöpfung in der Region (Empfehlungsmarketing).

Zielgruppe	Teilnehmer des MICE-Lab Bodensee
Verantwortlichkeit	Bodenseeforum
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab sofort
Evaluation	Messung der in der Region gehaltenen Formate

Standortmarketing: Ausbau und Optimierung der Kommunikation (MDe14)

Ziele: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4) und Etablierung von Konstanz als Destination für Wirtschaft & Wissenschaft (ZDe6)

Um wissenschaftliche Veranstaltungen in die Region bzw. nach Konstanz zu holen, muss das Standortmarketing für diesen Bereich ausgebaut werden.

Zielgruppe	Veranstalter wissenschaftlicher Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2019
Evaluation	Anzahl der über das Key-Account-Management akquirierten Veranstaltungen

Ausbau der Angebote im Bereich Naturerlebnisse (MDe15)

Ziel: Stärkung des sanften Tourismus (ZDe8)

Um sich als Standort für den sanften Tourismus zu etablieren und unserem Anspruch eines nachhaltigen Umgangs mit den Naturressourcen gerecht zu werden, sind die Angebote in diesem Bereich auszubauen. Denkbar sind Ausflugsfahrten mit Solarfähren oder geführte Vögel-Beobachtungs-Touren („Bird Watching“).

Zielgruppe	Gäste
Verantwortlichkeit	MTK
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	ab 2019
Evaluation	Anzahl der Angebote und deren Nachfrage

Ausbau des ÖPNV (MDe16)

Ziele: Stärkung des sanften Tourismus (ZDe8) und moderne Infrastruktur (ZDe5)

Nicht nur für Gäste, auch Einheimische bieten Potenzial, umweltfreundlich angetriebene Transportmittel zu nutzen. Neben den Wasserwegen bieten sich ÖPNV und Sharing-Systeme für das Rad besonders an: eWasserbus, eBus, eBikes etc. Voraussetzung ist immer ein CO₂-neutrales Antriebssystem.

Zielgruppe	Einheimische und Gäste
Verantwortlichkeit	Stadt und Stadtwerke Konstanz mit Partnern
Ressourcen/Budget	n.n.
Laufzeit/Zeitraumen	Bis 2025
Evaluation	Inbetriebnahme regenerativ angetriebener Transportmittel

12 Das MICE-Lab Bodensee ist ein Zusammenschluss von Inhabern und Betreibern von Kongress- und Tagungshäusern in der Vierländerregion Bodensee, www.micelab-bodensee.com, abgerufen am 12.09.2018.

Gemeinsame Aktionen von MTK und Tourismuswirtschaft (MDe17)

Ziel: Erhalt und Weiterentwicklung der lebendigen City durch attraktiven Einzelhandel, Gastronomie u.a. (ZDe10)

Die Weiterentwicklung des Verkaufsoffenen Sonntags unter Einbezug des Konstanzer Wirtekreises und einer besseren Ausrichtung auf die Konstanzer Bevölkerung sind erfolgreich und werden weiter verfolgt. Dieses Konzept wird auch auf andere Formate übertragen und führt so zu gemeinsamen Marketing- und Sonderaktionen der MTK und von Betrieben der Tourismuswirtschaft und des Einzelhandels.

Zielgruppe	Einheimische und Gäste
Verantwortlichkeit	MTK mit Partnerbetrieben aus der Tourismuswirtschaft und dem Einzelhandel
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab 2019
Evaluation	Anzahl gemeinsamer Aktionen und deren Ergebnis

Verbindlicher Ansprechpartner für Verkehrsmaßnahmen an Hochlasttagen (MDe18)

Ziele: Zusammenarbeit von Stadt und Tourismuswirtschaft als konstruktive Partner (ZDe12) und Entwicklung eines ziel- und lösungsorientierten, wirtschaftsfreundlichen Verhaltens der Verwaltung (ZDe13)

Zwischenzeitlich hat die Stadtverwaltung einen verbindlichen Ansprechpartner mit Kontaktdaten für Gewerbetreibende benannt, der die verkehrssteuernden Maßnahmen an Hochlasttagen begleitet. Damit können Rückmeldungen unverzüglich aufgenommen und Maßnahmen angepasst werden.

Zur weiteren Information und Planungsstand bei Verkehrsthemen sollte die Stadtverwaltung auch zukünftig zu regelmäßigen Treffen mit Vertretern der Tourismuswirtschaft einladen.

Zielgruppe	Betriebe und Geschäfte in der Innenstadt
Verantwortlichkeit	Stadt (ASU)
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	sofort
Evaluation	Maßnahme wurde am 07.05.2018 erstmalig umgesetzt.

Schulung der Verwaltungsmitarbeiter (MDe19)

Ziele: Zusammenarbeit von Stadt und Tourismuswirtschaft als konstruktive Partner (ZDe12) und Entwicklung eines ziel- und lösungsorientierten, wirtschaftsfreundlichen Verhaltens der Verwaltung (ZDe13)

Die Mitarbeitenden der Stadtverwaltung, die im Kundenverkehr zu tun haben, sollten die Möglichkeit haben, an Schulungen zu Kundenservice und Qualitätsverhalten teilzunehmen.

Zielgruppe	Mitarbeitende der Stadtverwaltung, die im Kundenbereich arbeiten
Verantwortlichkeit	Führungskräfte der Stadtverwaltung
Ressourcen/Budget	
Laufzeit/Zeitraumen	Ab sofort
Evaluation	Zufriedene Kunden, Kundenbefragung

Weitere Projektideen:

Mystery Shopping (MDe20)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Mystery Shopping bedeutet, dass unerkannt Test-Einkäufer und Test-Gäste die Betriebe der Konstanzer Tourismuswirtschaft besuchen und einen Bewertungsbogen nach vorher festgelegten Kriterien ausfüllen. So kann unabhängig festgestellt werden, ob bzw. wie die Qualität des Services sich verändert hat. Diese Maßnahme ist zugleich das Controlling für die Qualitätsoffensive (MDe1).

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft und des Einzelhandels
------------	--

Erstellung von Leistungskennzahlen (MDe21)

Ziel: Konstanz wird die Nr. 1 Destination in der Vierländerregion Bodensee (VLRB) (ZDe1)

Um die Destination vergleichbar mit anderen Standorten zu machen und zugleich einen Katalog für die eigenen Leistungen zu haben, sollen Leistungskennzahlen entwickelt werden. Der sogenannte Key Performance Index (KPI) enthält z.B. Verweildauer und andere Indikatoren, die eine Beurteilung des Standortes ermöglichen.

Zielgruppe	Betriebe der Tourismuswirtschaft und des Einzelhandels
------------	--

Certified Event Designer (MDe22)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

In jedem Veranstaltungshaus in Konstanz (mittelfristig) bzw. in der Vierländerregion Bodensee (langfristig) sollte ein Mitarbeitender die Weiterbildung zu einem „Certified Event Designer“ vorweisen können. Dies ist ein Ergebnis aus dem MICE-Lab Bodensee, einer internationalen Arbeitsgruppe zur Weiterentwicklung des MICE-Standortes Bodensee.

Zielgruppe	Veranstaltungshäuser in Konstanz bzw. in der Vierländerregion
------------	---

Ergänzung des Tagungsangebotes in Konstanz durch Umsetzung der Hotelstudie 2017 (MDe23)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Konstanz braucht entsprechend der Tourismuskonzepte¹³ neue Hotels mit Meeting-Bereichen. Konkret sollten mind. zwei neue MICE-Hotels im qualitativ hochwertigen Segment mit insgesamt 150-200 Zimmern gebaut werden, um das vorhandene Angebot zu ergänzen und Konstanz zu einem MICE-Standort zu entwickeln.

Zielgruppe	Betreiber von Veranstaltungshäusern in Konstanz bzw. in der Vierländerregion Bodensee
------------	---

Suchmaschinenoptimierung für Online-Buchungsportale (MDe24)

Ziel: Konstanz übernimmt eine Vorreiterrolle im MICE-Bereich (ZDe4)

Es bedarf dringend einer Suchmaschinenoptimierung für Online-Buchungsportale, die Konstanz bzw. die westliche Bodenseeregion bewerben, um die Sichtbarkeit und Buchbarkeit zu erhöhen.

Zielgruppe	Betreiber der regionalen Buchungsportale
------------	--

¹³ Tourismuskonzept und Hotelbedarfsanalyse Konstanz der © PROJECT M 2017 im Auftrag der MTK GmbH, beauftragt 2017.

3. ERGÄNZUNGEN ZU DEN BAUSTEINEN DER STANDORTANALYSE

3.1 LEITFRAGEN FÜR EXPERTENINTERVIEWS HANDLUNGSPROGRAMM WIRTSCHAFT KONSTANZ 2030

Datenschutz Hinweis: Die Teilnahme am Interview ist freiwillig. Die/der Befragte hat zu jeder Zeit die Möglichkeit, das Interview abzubrechen und ihr/sein Einverständnis zur Aufzeichnung und Niederschrift des/der Interviews zurückziehen, ohne dass dadurch irgendwelche Nachteile entstehen. Die VDI/VDE Innovation + Technik GmbH verpflichtet sich gemäß dem Bundesdatenschutzgesetz zur Wahrung der Vertraulichkeit im Umgang mit den gemachten Angaben. Die Informationen werden ausschließlich für das Konstanzer Handlungsprogramm Wirtschaft 2030 verwendet. Das Interview erfolgt im Auftrag der Stadt Konstanz. Die Daten werden nicht als Rohdaten, sondern in aggregierter und anonymisierter Form an die Stadt Konstanz weitergegeben und ausschließlich anonymisiert im Handlungsprogramm veröffentlicht. Es erfolgt lediglich die Nennung, dass Experteninterviews mit Unternehmen und für die Wirtschaft relevanten Organisationen in Konstanz durchgeführt wurden.

1. Kontext des Akteurs und Einschätzung der aktuellen Situation

1.1 Persönlicher Kontext:

- Name der Person
- Position im Unternehmen/Organisation (seit wann)
- Persönliche Beziehung zu Konstanz? (z.B. positiv/negativ, eher stark/eher gering, seit wann hier, aufgewachsen/geboren)

1.2 Unternehmen/Organisation

- In welchem Bereich ist Ihr Unternehmen/Ihre Organisation tätig?
- Wie verteilen sich Ihre Aktivitäten räumlich (Prozentuale Verteilung auf 1.Konstanz und Bodenseeregion/2.D-A-CH/3.International)?

1.3 Aktuelle Situation/Probleme/Schwierigkeiten:

- Wie schätzen Sie die aktuelle wirtschaftliche Situation von Konstanz ein?
- Wo sehen Sie Probleme, Schwierigkeiten oder Nachteile von Konstanz als Standort?
- Sehen Sie Lösungsansätze, diese Probleme zu überwinden? Wenn ja, wie?

2. Standortspezifika und Innovation

2.1 Für welche Themen steht Konstanz im wirtschaftlichen Kontext? (ggf. Bezug zu Branchenschwerpunkten herstellen/erfragen)

2.2 Innovative Produkte/Entwicklungen aus Konstanz mit Strahlkraft über die Region hinaus:

- Kennen Sie solche und wenn ja, welche?

2.3 Stärken, Alleinstellungsmerkmale und Chancen von Konstanz:

- Auf welche Stärken kann Konstanz bauen?
- Was sind aus Ihrer Sicht die stärksten kommunalen Wettbewerber von Konstanz?
- Was macht Konstanz im Wettbewerb mit (diesen) anderen Standorten einzigartig?

3. Interaktion der (Innovations-) Akteure in der Stadt

3.1 Relevante (innovative) Wirtschaftsakteure (Organisationen/Unternehmen):

- Welche sind aus Ihrer Sicht die wesentlichen 5 Innovationsakteure in Konstanz? Arbeiten Sie mit diesen zusammen? Wenn ja, in welcher Form?
- Arbeiten Sie mit anderen innovativen (Newcomer-) Akteuren evtl. Startups, Hidden-Champions aus Konstanz zusammen? Wenn ja, mit welchen und wie?
- Welche sind Ihre wichtigsten 5 Partner außerhalb von Konstanz (Unternehmen, Hochschulen etc.)?

3.2 Relevante Strukturen und Instrumente:

- Wie ist das regionale Innovationssystem in und um Konstanz organisiert? Welche wesentlichen organisatorischen Vernetzungen bestehen zwischen den Akteuren der Stadt und der Region?
- Zeigen diese Strukturen aus Ihrer Sicht Wirkung und wenn ja, welche?
- Beteiligen Sie sich an Clustern oder regional Netzwerken, wenn ja welchen? Wenn nein, warum nicht?

4. Innovationsfinanzierung und -förderung

4.1 Welche Möglichkeiten sehen Sie, die Interaktion zwischen den Wirtschaftsakteuren in der Stadt zu erhöhen, mit dem Ziel eine stärkere regionale Wertschöpfung zu generieren?

4.2 Finanzierung Ihrer FuE-Aktivitäten:

- Wie finanzieren Sie Ihre FuE-Aktivitäten (z.B. durch Gewinn, Eigenkapital, Fremdkapital, Drittmittel)?
- Haben Sie bereits an Förderprogrammen teilgenommen? Wenn ja, welche (bzw. auf welcher Ebene Land, Bund, EU?), wenn nein, Begründung?
- Werden Sie zukünftig an Förderprogrammen teilnehmen? Begründung?
- Sehen Sie andere Wege der Finanzierung von Innovationen?

5. Priorisierung von strukturellen wirtschaftsrelevanten Themen

5.1 Wie wichtig sind für Ihre Arbeit bzw. Ihre Organisation folgenden Themen in Konstanz? (von 1 bis 5; 1=höchste Prio, 5=geringste Prio) :

- (Weiter-) Entwicklung von Flächen für Arbeiten/gewerbliche Nutzung
- (Weiter-) Entwicklung von Flächen für Wohnnutzung
- Digitalisierung der Verwaltung und Ausbau digitaler Infrastruktur
- Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben
- Förderung von Existenzgründung und Vernetzung
- Destinationsmarketing

5.2 Begründung der Prioritäten und ggf. weitere wichtige Themen

6. Zukünftige Entwicklungen

6.1 Wie kann die Innovationskraft aus Ihrer Sicht in Konstanz erhalten und weiterentwickelt werden?

6.2 Themen der Zukunft

- Welche Themen, die uns heute beschäftigen, werden in 5 bis 10 Jahren an Wichtigkeit weltweit verlieren?
- Welche Themen, die uns bisher heute kaum beschäftigen, werden in 5 bis 10 Jahren an Wichtigkeit weltweit gewinnen?
- Gilt dies für Konstanz gleichermaßen oder sind hier andere Wichtigkeiten zu beachten?

3.2 FORSCHUNGS-, ENTWICKLUNGS- UND INNOVATIONSPROJEKTE (INNO-TREND-RADAR)

Auf Ebene der EU wurden aktuelle Projekte im Rahmen der europäischen Exzellenzförderung analysiert.¹⁴ Insgesamt konnten 68 Projekte mit Beteiligungen von Akteuren aus Konstanz identifiziert und analysiert werden. Diese lassen sich vor allem den Clustern

- Life Science/Pharma/Gesundheit (28 Projekte),
- IKT/Optik/Elektronik (14 Projekte) und
- Energie/Facilities/Anlagenbau (8 Projekte) zuordnen.

Innerhalb dieser Projekte lassen sich wiederum einzelne Technologieschwerpunkte identifizieren, die im Folgenden als Wordclouds dargestellt sind.



Abbildung 3: Wordcloud aus den EU-Förderprojekten im Bereich Life Science/Pharma/Gesundheit

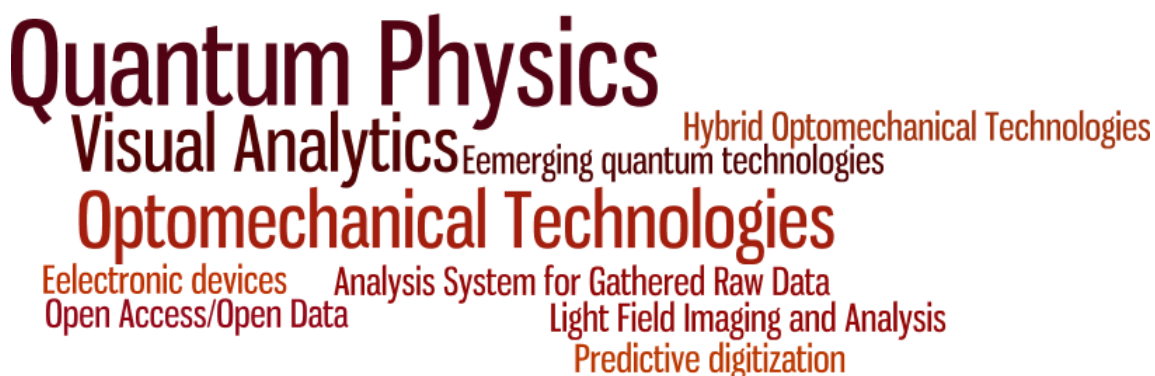


Abbildung 4: Wordcloud aus den EU-Förderprojekten im Bereich IKT/Optik/Elektronik

Darüber hinaus wurden auch FuE-Daten auf der Ebene des Landkreises Konstanz sowie für die gesamte IBK Region ausgewertet.

¹⁴ Betrachtet wurden aktuell laufende und innerhalb der letzten rund drei Jahre abgeschlossene Projekte (abgeschlossen seit 01.01.2016) im Rahmen von Horizont 2020 und dem 7. Forschungsrahmenprogramm.

Eco-systems biology
 Materials in solar power and efficient lighting
 Railway Energy and Asset Management Systems
 Smart Solar-powered Micro-grids
Eco-Solar Factory
 Catalysts for CO2

Abbildung 5: Wordcloud aus den EU-Förderprojekten im Bereich Energie/Facilities/Anlagenbau

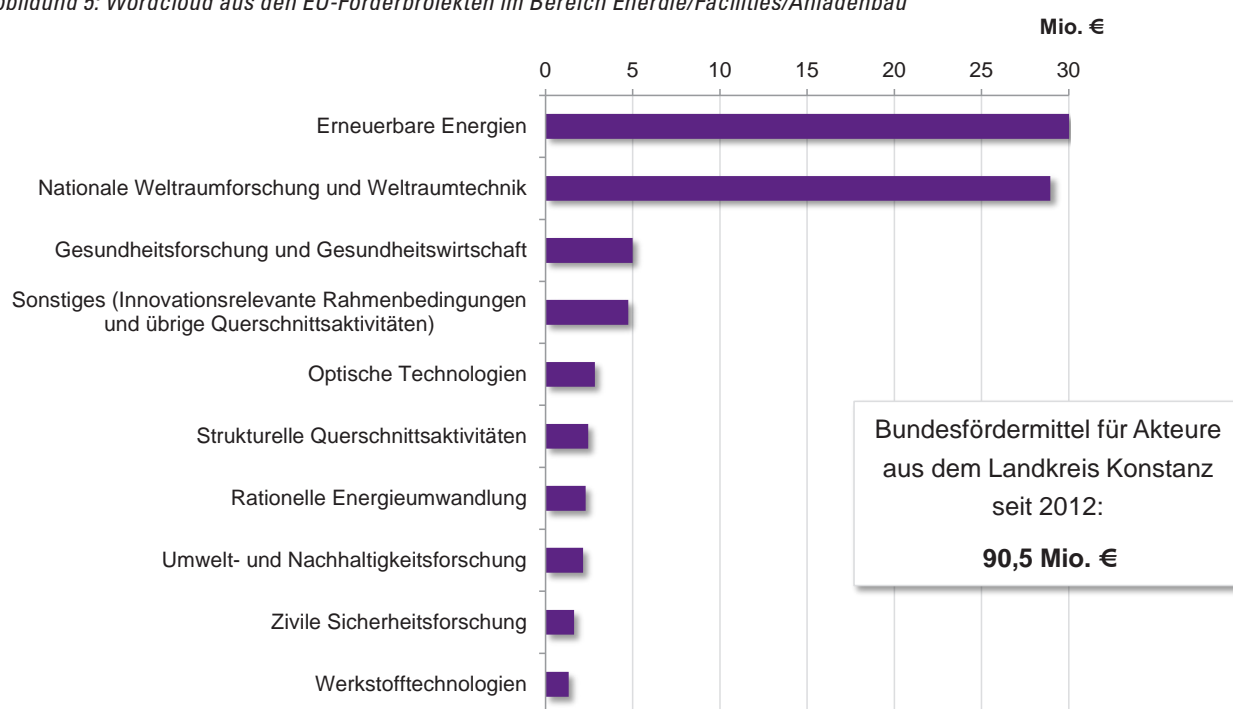


Abbildung 6: Öffentliche Investitionen des Bundes in FuE- und Innovationsvorhaben, Landkreis Konstanz

3.3 HORIZON SCANNING: KURZBESCHREIBUNG ERKLÄRUNGSBEDÜRFTIGER THEMEN

Die im Handlungsprogramm Wirtschaft im Kapitel 4.4 „Horizon Scanning: Spiegelung der Konstanzer Zukunftsthemen mit globalen Technologietrends“ benannten Themen sind teilweise eher unbekannt und erklärungsbedürftig. Daher werden sie im Folgenden kurz erläutert.

ACTIVE ASSISTED LIVING¹⁵

Eine Vielzahl von elektronischen Systemen, Methoden, Produkten und Dienstleistungen, welche das alltägliche Leben älterer sowie auch benachteiligter Menschen situationsabhängig und unaufdringlich unterstützen, werden unter dem Begriff des Active Assisted Living, kurz AAL, zusammengefasst.

ARBEIT 4.0¹⁶

Der Begriff Arbeit 4.0 kann damit beschrieben werden, dass die zum Teil heute schon gelebten Arbeitsweisen, vor allem aber die Arbeitsweisen in den nächsten Jahren sich an die Herausforderungen und Möglichkeiten der digitalen Welt anpassen. In diesem Zusammenhang umspannt Arbeit 4.0 den Veränderungsprozess der Arbeitswelt im digitalen Zeitalter.

¹⁵ Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Ambient_Assisted_Living, abgerufen am 17.09.2018

¹⁶ Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Arbeit_4.0, abgerufen am 17.09.2018

BLOCK CHAIN¹⁷

Bei Block Chain handelt es sich um eine kontinuierlich erweiterbare Liste von Datensätzen, genannt „Blöcke“, welche mittels kryptographischer Verfahren miteinander verkettet sind.

GENCHIRURGIE UND KOSTENDEGRESSION VON GENOMSEQUENZIERUNG¹⁸

Das CRISPR/Cas9-System ist seit 2012 bekannt und umstritten. Dabei handelt es sich vereinfacht ausgedrückt, um ein Verfahren, um Erbgut sehr präzise zu zerschneiden und neu zusammzusetzen. Dadurch kann das Erbgut verändert werden. In den letzten Jahren ist eine Kostendegression zu beobachten, die dazu führen könnte, dass auch die Forschung am Menschen in Betracht gezogen wird, etwa um bestimmte Erbkrankheiten zu bekämpfen.

GENETISCHE MODIFIZIERUNG VON MENSCHEN UND TIEREN¹⁹

Im Zuge der Debatte um Anpassungsstrategien an den Klimawandel und den Schutz der Artenvielfalt wird diskutiert, ob genetische Modifikation von Tieren (und ggf. sogar Menschen) notwendig sind. Auf Basis des Genome Editing kann präzise in das Erbgut von Tieren eingegriffen werden und so bspw. eine höhere Resistenz gegen Krankheitserreger erzeugt werden. Auch andere Modifikationen sind denkbar, die über natürlich ablaufende Prozesse hinausgehen. Mit ausreichend Forschung und sicheren Verfahren ist vorstellbar, dass auch die Veränderung des menschlichen Erbgutes angedacht wird, um den Folgen extremer Klimaereignisse (Hitzewellen, Dürren, etc.) zu begegnen.

GEO-ENGINEERING²⁰

Großräumige, technologische Eingriffe des Menschen in das Erdsystem bzw. dessen diverse Kreisläufe, um Folgen des Klimawandels zu mildern. Dazu gehören beispielsweise Maßnahmen, um die Sonneneinstrahlung zu verringern (SRM – Solar Radiation Management) oder der Atmosphäre CO₂ zu entziehen. Das Thema ist politisch hoch umstritten, da es mit erheblichen Risiken verbunden ist (u. a. weiterer Abbau der Ozonschicht; Rückgang der biologischen Vielfalt und Technologiemissbrauch zu militärischen Zwecken).

GLOLOCALSHARE²¹

Eine Entwicklung, bei der Globalisierung und Regionalisierung unter Nutzung digitaler Technologien gemeinsam gedacht werden. Durch die allgegenwärtige Verfügbarkeit des Internets können lokale Angebote weltweit zur Verfügung gestellt werden. Häufig geschieht dies unter Bezugnahme auf die sogenannte Sharing-Economy, also die Aufgabe von Besitz zugunsten von Zugriff auf materielle und immaterielle Objekte.

GRÜNES PRODUKTDESIGN²²

Grünes Produktdesign (auch Ecodesign oder Ökodesign) geht von der Prämisse aus, dass der überwiegende Teil der Umweltauswirkungen eines Produkts durch Design vorherbestimmt werden kann. Ziel ist es, die Umweltbelastungen, die durch ein Produkt entstehen, über den gesamten Lebenszyklus so gering wie möglich zu halten. Daher orientiert sich der Ansatz ganzheitlich an der nachhaltigen Entwicklung, Herstellung und Weiterverwertung/Recycling von Produkten. Dies reicht von sozial fairen und ökologisch nachhaltigen Wertschöpfungsketten, der Verwendung von schadstofffreien, recycelten oder biologisch-abbaubaren Materialien, energieeffizienten und schadstoffarmen Produktionsprozessen bis hin zu Nachnutzungskonzepten.

IKT FOR MAPPING²³

Einsatz von IKT für die Beobachtung von Umwelt: So kann z.B. durch Satellitenbeobachtung der Tierbestand in bestimmten Biosphären präzise überwacht werden (u.a. auch zur Bekämpfung von Wilderei), Umweltzerstörungen (Waldbrände etc.) können frühzeitig erkannt und Gegenmaßnahmen ergriffen werden. Aufgrund technischer Innovationen im Bereich KI können durch Verfahren wie maschinelles Lernen oder neuronale Netze Muster besser erkannt werden. Auch die zunehmende Verbreitung von Drohnentechnologie senkt die Kosten für die Umweltbeobachtung.

¹⁷ Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Blockchain>, abgerufen am 17.09.2018

¹⁸ Quellen: <https://www.die-debatte.org/genchirurgie-wunderwaffe/>

¹⁹ Quellen: <http://www.sueddeutsche.de/wissen/biotechnologie-im-reich-der-neuen-gentech-tiere-1.2764009-2>; <http://journalofethics.ama-assn.org/2017/12/stas1-1712.html>;

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221466281630024X>; <https://futurism.com/crispr-genetic-engineering-change-world/>

²⁰ Quellen: <https://www.bundestag.de/blob/191498/f431adb6710b93daea833922eca2f51/geo-engineering-data.pdf> <https://background.tagesspiegel.de/wp-content/uploads/2018/07/Kleine-Anfrage-Gr%C3%BCne-Geoengineering.pdf>

²¹ Quellen: <https://www.pwc.de/de/pressemitteilungen/2018/share-economy-in-deutschland-waechst-weiter.html>

²² Quellen: https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/ecodesign_1758.htm; <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/was-ist-ecodesign>

²³ Quellen: <https://idw-online.de/en/news676940>

INNOVATIVE ANSÄTZE ZUR (TRINK-) WASSERAUFBEREITUNG²⁴

Die Gewinnung von Trinkwasser erfordert bisweilen energieintensive Verfahren. Vor allem die Entsalzung von Meerwasser gilt als wenig nachhaltig. Innovative Verfahren, die Nanopartikel und Sonnenenergie nutzen, stellen einen möglichen Ansatz für eine effiziente, beliebig skalierbare Entsalzungsanlage dar.

KLIMASCHUTZ VS. UMWELTSCHUTZ²⁵

Natur- und Klimaschutz verfolgen absolut betrachtet dasselbe Ziel, nämlich die Erhaltung der ökologischen Grundlagen unseres Planeten. Dennoch geraten beide Konzepte in der praktischen Umsetzung häufig in Konflikt, wie die Debatte Klimaschutz vs. Umweltschutz beschreibt. Geläufigstes Beispiel sind Interessenkonflikte um den Ausbau von Windenergie an Land oder auch „off-shore“ und der Erhaltung lokaler Biotop für Vögel und Meerestiere. Auch der großflächige, monokulturelle Anbau von Energiepflanzen wie Mais zur Gewinnung von Bioenergie bedeutet eine Belastung der lokalen Umwelt durch Herbizide und Stickstoffdüngung und kann – insbesondere im Fall von umgewidmeten Flächen – die lokale Biodiversität bedrohen.

MEDICAL MICROBOTS²⁶

Mikrorobotik im medizinischen Bereich kann dazu genutzt werden, Stammzellen im menschlichen Körper zu transportieren. Daraus ergibt sich ein Einsatzfeld für nichtinvasive Therapien. Auch wenn es sich dabei um ein Forschungsfeld handelt und eine Anwendungsreife bislang noch nicht umfassend erreicht ist, gibt es erste vielversprechende Ergebnisse.

MULTIMODALE ELEKTROMOBILITÄT²⁷

Die Elektrifizierung verschiedener Verkehrsträger schreitet langsam voran. Neben der Elektrifizierung von Fahrrädern, Motorrädern bzw. Rollern und PKW werden aber auch innovative Wege eingeschlagen, um bspw. den Flugverkehr mit elektrischen Motoren oder Hybridlösungen umweltfreundlicher zu gestalten. Mitgedacht wird dabei die Vernetzung von Verkehrsträgern untereinander, um eine möglichst bruchfreie Mobilität zu gewährleisten, bei der ein Wechsel von Verkehrsträgern einfach möglich wird.

NACHWACHSENDE ROHSTOFFE²⁸

Holz wird seit Jahrtausenden als Rohstoff für die Konstruktion genutzt. Im Zusammenhang mit den schädlichen Emissionen durch Nutzung fossiler Brennstoffe rückt Holz nicht nur als Baumaterial sondern auch als Basis für Treibstoff erneut in den Fokus. Auch andere nachwachsende Rohstoffe wie beispielsweise Kork finden Anwendung in High-Tech-Branchen wie der Raumfahrt.

NANOMEDIZIN²⁹

Als Nanomedizin wird derjenige Teilbereich der Medizin bezeichnet, in dem im Nanometerbereich gearbeitet wird – also auf Basis von Proteinen, Enzymen etc. Mithilfe technologischer Anwendungen sollen auf der Nanoebene präzise Arbeiten durchgeführt werden. So entstehen etwa neue Möglichkeiten der Krebstherapie. Bislang handelt es sich dabei aber vor allem um ein Forschungsthema.

NEUE ERNEUERBARE ENERGIEN³⁰

Als neue erneuerbare Energien werden aktuell vor allem jene Technologien bezeichnet, die bereits einen fortgeschrittenen Grad an technologischer Reife (Prototypen) erreicht haben, jedoch noch nicht kommerziell genutzt werden. Zu den aussichtsreichsten neuen erneuerbaren Energien-Technologien gehören jene, die die mechanische Energie der Meeresbewegungen zur Stromerzeugung nutzbar machen, insbesondere Gezeiten-, Wellen- sowie Meeresströmungskraftwerke. Auch Weiterentwicklungen im Bereich Solarenergie können dazu gezählt werden, wie bspw. organische Photovoltaik. Hoffnungen auf klimaneutrale Kraftstoffe werden zudem mit der dritten Generation von Biokraftstoffen verbunden, z.B. aus Algen oder Cyano-Bakterien gewonnen.

²⁴ Quellen: <https://www.trendsderzukunft.de/skalierbare-solar-entsalzungsanlage-kann-haeuser-und-kleine-staedte-mit-wasser-versorgen/>

²⁵ Quellen: <https://www.energie-winde.de/mensch-und-umwelt/details/oekos-gegen-oekos-das-gruene-dilemma.html>; <http://www.bund-rvso.de/mais-umwelt.html>

²⁶ Quelle: <https://spectrum.ieee.org/the-human-os/biomedical/devices/tiny-robots-deliver-stem-cells-in-the-body>

²⁷ Quellen: <https://t3n.de/news/bmw-daimler-mobilitaets-oekosystem-drivenow-car2go-1002775/>

²⁸ Quellen: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/598626/EPRS_IDA\(2017\)598626_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/598626/EPRS_IDA(2017)598626_EN.pdf) (S. 12f.); <https://www.vdi-nachrichten.com/Technik/Eiche-orbital>

²⁹ Quellen: <https://www.spektrum.de/video/schwarmverhalten-wie-forscher-ein-faszinierendes-phaenomen-nutzbar-machen/1567962>

³⁰ Quellen: <http://www.fvee.de/forschung/forschungsthemen/meeresenergie/>; <https://photovoltaik.one/schwimmende-solaranlagen>; <https://www.synthetische-biologie.mpg.de/5088/energiewirtschaft>

PERSÖNLICHER EMISSIONSHANDEL³¹

Sogenannte Personal Carbon Trading-Konzepte (Abk. PCT) sind seit einigen Jahren Thema wissenschaftlicher Diskurse – wenn auch kein dominantes. Der persönliche Emissionshandel basiert auf der Idee einer individuellen Erfassung und Regulierung von Treibhausgas-Emissionen (insb. CO₂). Dabei wird zunächst eine Zuteilung von Zertifikaten auf Personen oder Haushalte vorgenommen, die dann beim Erwerb THG-relevanter Güter und Dienstleistungen an den Verkäufer abgegeben werden. Bislang waren die Transaktions- und Implementierungskosten hinderlich für eine Einführung, mit dem Voranschreiten der Digitalisierung können aber Einsparungen bei der Datenverarbeitung etc. realisiert werden, sodass die Diskussion über eine Einführung an Dynamik gewinnen wird.

PERSONALISIERTE PREISE³²

Aufgrund von Big-Data-Analysen können Handelsunternehmen ihren Kunden personalisierte Werbung und Preise (auch: Dynamic Pricing) zukommen lassen. In Abhängigkeit von Kaufkraft bspw. bekommen zahlungskräftigere Kunden höhere Preise angezeigt. Durch elektronische Preisschilder können bspw. in Supermärkten Preise jederzeit angepasst werden.

SHARING ECONOMY³³

Der Begriff der Sharing Economy, meint das systematische Ausleihen von Gegenständen und gegenseitige Bereitstellen von Gegenständen, Räumen und Flächen, insbesondere durch Privatpersonen und Interessengruppen. Auch das Teilen von Informationen und Wissen kann hierzu gezählt werden.

SOCIAL FREEZING³⁴

Vorsorgliches Einfrieren unbefruchteter Eizellen ohne medizinischen Grund: Dadurch kann der Kinderwunsch zu einem optimalen Zeitpunkt realisiert werden. Große US-amerikanische Technologieunternehmen sorgten in der Vergangenheit für Aufsehen, weil sie Mitarbeiterinnen eine Kostenübernahme gewährten.

TECHNISCHE INNOVATIONEN FÜR DIE LANDWIRTSCHAFT³⁵

Werden vor allem unter den Stichworten „Smart Farming“ oder „Precision Farming“ diskutiert. Digitale Technologien ermöglichen bspw. sehr gezieltes Sammeln und Auswerten von Daten über die landwirtschaftliche Produktion und den darauf basierten Einsatz von Dünge- und Futtermitteln. Mit entsprechenden Sensoren bestückte Drohnen können Informationen über Humusgehalt, Bodenfeuchte etc. liefern. Der Einsatz von Agrarrobotern erhöht die Präzision bspw. bei der Ernte.

UDACITY & CO.³⁶

Digitalisierung der Bildung wird in Form von Online-Universitäten weiter vorangetrieben. Auf diese Weise entstehen neue Bildungsangebote jenseits traditioneller Hochschulangebote. Über das Internet können multimediale Inhalte weltweit zur Verfügung gestellt werden. Dadurch können auch sogenannte Nanodegrees angeboten werden, also kleine Zertifikate über erfolgreich abgeschlossene Kurseinheiten. Vor allem für die berufliche Weiterbildung im Kontext eines lebenslangen Lernens haben sich vielfältige Angebote etabliert.

URBAN FARMING³⁷

Verlagerung der landwirtschaftlichen Produktion in urbane Räume. Dabei kommen technologische Lösungen zum Einsatz (z.B. vertikal angelegte Gärten, Aquaponing u.ä.), um auf ungenutzten Flächen (z.B. Fassaden, Dächern, Brachen, nicht genutzte Innenräume) Nahrungsmittel zu produzieren. Die benötigten Ressourcen (Wasser, Elektrizität und Düngemittel) können zum Teil aus der Verwertung von Abfällen (z.B. Lebensmittel) gewonnen werden.

VIRTUAL REALITY UND AUGMENTED REALITY³⁸

Als Virtual Reality (VR), wird die Darstellung und gleichzeitige Wahrnehmung der Wirklichkeit und ihrer physikalischen Eigenschaften in einer in Echtzeit computergenerierten, interaktiven virtuellen Umgebung bezeichnet. Eine Vermischung der virtuellen Realität und der physischen Realität wird hingegen Augmented Reality (AR) genannt

31 Quellen: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/climate_change_04_20_14_komplett_21.5.2014.pdf

32 Quellen: <https://www.businessinsider.de/dynamic-pricing-so-sollen-amazon-and-co-bei-den-preisen-tricksen-2017-5>

33 Quelle: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/sharing-economy-53876>, abgerufen am 17.09.2018

34 Quellen: <https://www.zeit.de/wissen/gesundheit/2014-10/social-freezing-eizelle-faq>; <https://www.zeit.de/2014/44/egg-social-freezing-apple-facebook-eizellen>

35 Quellen: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2017/may/09/agbots-next-gen-farming-and-how-they-can-teach-us-about-the-future-of-work>

36 Quellen: <https://www.coursera.org/>; <https://de.udacity.com/>; <https://t3n.de/news/hochschulstudium-digitale-wirtschaft-925034/>

37 Quellen: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2017/feb/15/beyond-the-backyard-urban-farming-helps-city-folk-get-back-to-their-roots>; <https://www.trendsder-zukunft.de/ekofarmer-moderne-farm-in-einem-container-bringt-frischen-wind-in-das-thema-urban-farming/>

38 Quelle: https://de.wikipedia.org/wiki/Virtuelle_Realit%C3%A4t, abgerufen am 17.09.2018

4. ERLÄUTERUNG DER METHODIK DES KONSTANZER SYNERGIE-DIAMANTEN

Für die Identifikation der strukturverändernden Transformationsthemen wurde die von VDI|VDE|IT etablierte Methodik des „Synergie-Diamanten“ eingesetzt. Die beteiligten Akteure des Workshops diskutierten in fünf separaten Gruppen anhand des Modells die lokalen Stärken sowie die relevanten zukünftigen Entwicklungstrends für Konstanz, um ausgehend davon strukturverändernde Themen – sprich, neue Zukunftsfelder mit Innovations- und Wertschöpfungspotenzial – zu ermitteln. Diese ergeben sich aus den Querbeziehungen zwischen den identifizierten Stärkefeldern, welche in den Ecken des Diamanten angesiedelt sind. Dabei wurde in jeder Gruppe ein anderes der fünf Stärkefelder in der Mitte des Diamanten platziert, um unterschiedliche Kombinationsmöglichkeiten zu erhalten.

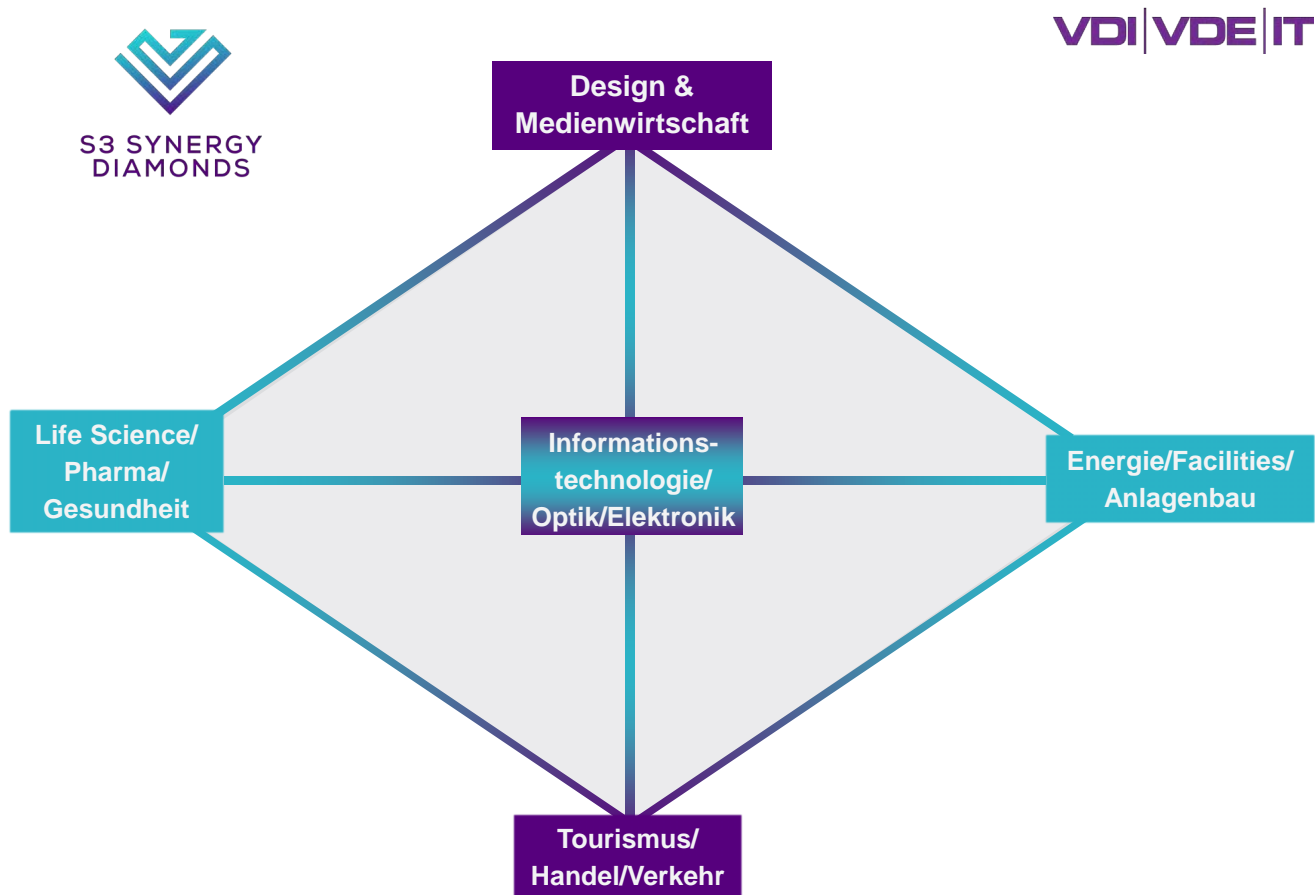


Abbildung 7: Konstanzer Synergie-Diamant (noch ohne strukturverändernde Transformationsthemen)

In einem weiteren Arbeitsschritt wurden die strukturverändernden Themen anhand einer Portfolio-Darstellung nach relativer Stärke und zeitlicher Marktrelevanz durch die Teilnehmenden der jeweiligen Gruppe eingeordnet und bewertet. Die Experten wurden anschließend aufgefordert, die aus ihrer Sicht wichtigsten Innovationsfelder zu priorisieren.

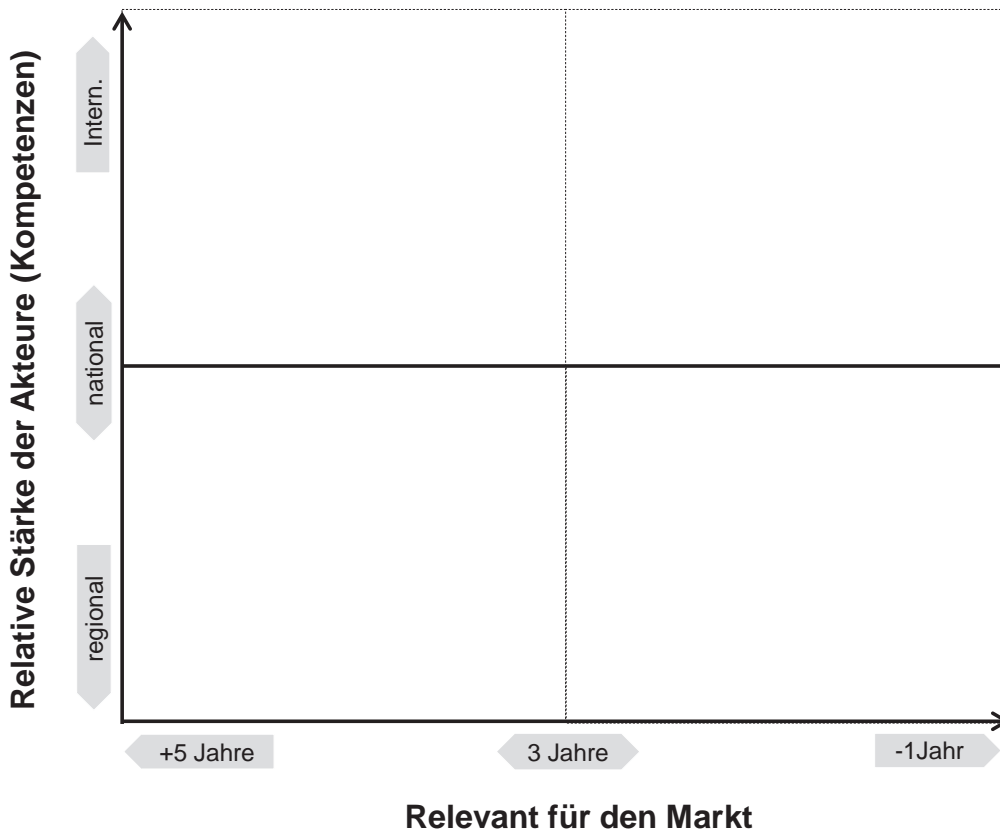


Abbildung 8: Portfolio zur Bewertung und Priorisierung von strukturverändernden Transformationsthemen (blanko)

Die Ergebnisse der fünf Gruppen wurden im Anschluss an den Workshop miteinander verglichen und übereinander gelegt, um die am häufigsten genannten und damit zentralen strukturverändernden Themen für die Stadt Konstanz zu filtern. Das finale Ergebnis aus dieser Vorgehensweise zeigt die Abbildung des Synergie-Diamanten im Hauptdokument.³⁹

³⁹ Siehe Handlungsprogramm Wirtschaft 2030, Kapitel 6.1 „Themenbezogene Positionierung und Projektansätze“, Abbildung 22: Konstanzer Synergie-Diamant mit strukturverändernden Potenzialen

5. ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Akteure aus dem Gründungs- und Vernetzungsbereich Konstanz	8
Abbildung 2: Unterstützungsleistungen für Gründende nach Prozessschritten	9
Abbildung 3: Wordcloud aus den EU-Förderprojekten im Bereich Life Science/Pharma/Gesundheit	50
Abbildung 4: Wordcloud aus den EU-Förderprojekten im Bereich IKT/Optik/Elektronik	50
Abbildung 5: Wordcloud aus den EU-Förderprojekten im Bereich Energie/Facilities/Anlagenbau	51
Abbildung 6: Öffentliche Investitionen des Bundes in FuE- und Innovationsvorhaben, Landkreis Konstanz	51
Abbildung 7: Konstanzer Synergie-Diamant (noch ohne strukturverändernde Transformationsthemen)	55
Abbildung 8: Portfolio zur Bewertung und Priorisierung von strukturverändernden Transformationsthemen (blanko)	56

6. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS ANLAGE

AG	Arbeitsgruppe
ALG-GIS	Amt für Liegenschaften und Geoinformation – Abteilung Geoinformation
ASU	Amt für Stadtplanung und Umwelt
Azubi	Auszubildende/r
BSM	Bodensee Standortmarketing GmbH
BUND Konstanz	Bund für Umwelt und Naturschutz Konstanz
CDO	Der Chief Digital Officer (CDO) ist in der Regel eine Position in der obersten Führungsebene von Unternehmen, die für die Planung und Steuerung der Digitalen Transformation eines Unternehmens oder einer Organisation verantwortlich ist.
Co-Working Space	Bei einem Co-Working Space handelt es sich um ein Gemeinschaftsbüro, welches stundenweise angemietet werden kann.
Dez.	Dezernat
eGovernment	electronic Government
eMobilität	Der Begriff der eMobilität (Elektromobilität) bedeutet, dass der Antrieb der Verkehrs- und Fortbewegungsmittel mit Strom betrieben wird. Im Rahmen des Handlungsprogramms Wirtschaft wird hierbei immer eine regenerative Energiequelle vorausgesetzt, da nur so dem Anspruch an Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung entsprochen werden kann.
eBike	„electronic bike“, sind Fahrräder, bei denen ein elektrischer Antrieb den Tritt in die Pedale des Fahrrads unterstützt.
eBus	„electronic bus“, sind Busse, die mit Strom angetrieben werden..
FuE	Forschung und Entwicklung
F&T – Transfer	Forschungs- und Technologietransfer
GIB	Gründungs- und Innovationsbüro Konstanz
HTWG Konstanz	Hochschule Technik, Wirtschaft, Gestaltung Konstanz
HWK	Handwerkskammer
IBH	internationale Bodenseehochschule
IBK	Internationale Bodensee Konferenz
IBT	Internationale Bodensee Tourismus GmbH
IHK	Industrie- und Handelskammer
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
IoT	Internet of Things (deutsch: Internet der Dinge), ist ein Sammelbegriff für Technologien einer globalen Infrastruktur der Informationsgesellschaften, die es ermöglicht, physische und virtuelle Gegenstände miteinander zu vernetzen und sie durch Informations- und Kommunikationstechniken zusammenarbeiten zu lassen.
ISC Konstanz	International Solar Energy Research Center Konstanz

IST	Institut für Strategische Innovation und Technologiemanagement der HTWG
IT	Informationstechnik
KI	Künstliche Intelligenz bezeichnet den Versuch, menschenähnliche Entscheidungsstrukturen in einem nichteindeutigen Umfeld nachzubilden, d.h., einen Computer so zu bauen oder zu programmieren, dass er eigenständig Probleme bearbeiten kann.
KiTa	Kindertagesstätte
KMU	klein- und mittelständischen Unternehmen
KPI	Key Performance Index, dieser Index enthält verschiedene Indikatoren, die eine Beurteilung des Standortes ermöglichen
LoRaWan	Long Range Wide Area Network ist ein Low-Power-Wireless-Netzwerkprotokoll.
MARS	Die MARS ist eine Ausbildungsmesse für soziale Berufe, welche jährlich in Konstanz veranstaltet wird. Die Abkürzung MARS steht dabei für: Messe.Ausbildung.Regional.Sozial
MICE	Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions
MICE-Lab Bodensee	Das MICE-Lab Bodensee ist ein Zusammenschluss von Inhabern und Betreibern von Kongress- und Tagungshäusern in der Vierländerregion Bodensee.
MTK	Marketing und Tourismus Konstanz GmbH
n.n.	Nomen nominandum, lateinisch für [noch] zu nennender Name. Sie bezeichnet in Quellenangaben eine noch unbekannte, später zu benennende oder absichtlich nicht genannte Person.
OB	Oberbürgermeister
ÖPNV	Als Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) wird der Personenverkehr als Teil des öffentlichen Verkehrs im Rahmen der Grundversorgung auf Straße, Schiene und Wasser im Nahbereich bezeichnet.
PR	Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit)
ROB	Referat Oberbürgermeister
SJA	Sozial- und Jugendamt
SRM	Solar Radiation Management, sind Maßnahmen, um die Sonneneinstrahlung zu verringern
TBA	Tiefbauamt
Tech Kids	technikaffine Kinder und Jugendliche
TZK	Technologiezentrum Konstanz
VLRB	Vierländerregion Bodensee
WeGebAU	Hierbei handelt es sich um eine Fördermaßnahme der Bundesagentur für Arbeit zur Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen.
WF	Wirtschaftsförderung
WJ	Wirtschaftsjunioren
WLAN	Wireless Local Area Network

Handlungsprogramm Wirtschaft 2030
**Vernetzung von Unternehmens-
gründungen, Wirtschaft & Wissenschaft**



Vision: Gründerfreundlich & aktiv vernetzt

- Konstanz als der Gründerstandort am Bodensee
- Optimale Förderung von Gründungen und wachstumsstarken Zukunftsbranchen
- Enge Vernetzung aller relevanter Akteure, ohne Hemmschwellen



Abschlussworkshop 04.07.2018

10

