

Wir fördern Europa.

Schlussbericht

für das Projekt Nr. 120

„**Internationale Vermarktung Wirtschaftsraum Bodensee**“

im Rahmen des Interreg IV-Programms Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein



I. Allgemeine Angaben

Füllen Sie hier bitte jeweils die Formularfelder aus. Wechseln Sie anschließend in die Seitenansicht, damit die eingegebenen Daten in die Kopfleiste übernommen werden.

Projektnummer und -titel

Projekt Nr. 120
Internationale Vermarktung Wirtschaftsraum Bodensee

Projektkoordinator

Thorsten Leupold, Bettina Kühn-Kräußlich
Bodensee Standort Marketing GmbH
Benediktinerplatz 1, 78467 Konstanz

Projektpartner (kurze Liste mit Bezeichnung und Herkunftsland der beteiligten Partner)

Amt für Wirtschaft und Arbeit des Kantons Thurgau (Schweiz)
GVV Städtische Wohnbaugesellschaft Singen mbH (Deutschland)
Singen aktiv Standortmarketing e.V. (Deutschland)
Stadt Friedrichshafen (Deutschland)
Stadt Konstanz (Deutschland)
Stadt Singen (Deutschland)
Wirtschaftsförderung Bodenseekreis GmbH (Deutschland)
Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (Vorarlberg)

Projektlaufzeit (TT.MM.YYYY - TT.MM.YYYY)

01.01.2008 – 31.12.2009

Anlagenverzeichnis (für zusätzlich beigelegte Dokumente)

Anlage A: Messeflyer 2008
Anlage B: Investors Guide
Anlage C: Messeflyer 2009
Anlage D: V-Card 2009

II. Inhaltlicher Schlussbericht

Sie können Ihren Bericht direkt im entsprechend markierten Bereich auf den folgenden Seiten verfassen. Dieser Abschnitt ist zur Bearbeitung freigegeben. Bitte achten Sie darauf, den Text auf etwa 5 Seiten zu beschränken. Zur Veranschaulichung können dem Bericht Fotos, Grafiken oder ähnliches beigefügt werden.

II.1 Projektbeschreibung

Stellen Sie einleitend zunächst kurz das Projekt vor und beschreiben Sie die Ziele und Inhalte.

Gegenstand des Projektes ist die Präsentation der Wirtschaftsregion Bodensee bei der größten und bedeutendsten Fachmesse für Gewerbeimmobilien- und Gewerbeflächen in Europa – der EXPO REAL in München. Sie hat sich im Jahr 2009 mit rund 21.000 Fachbesuchern aus 73 Ländern und 1.580 Ausstellern aus 34 Ländern erneut als unverzichtbare Kommunikationsplattform der Immobilienbranche erwiesen. Um ihre Zukunft zu sichern, muss sich die Bodenseeregion stärker als in der Vergangenheit als attraktiver Wirtschaftsstandort international positionieren. Dafür bietet die EXPO REAL als europäische Leitmesse für Standortmarketing die ideale Plattform.

Hauptziel des Projektes ist die Positionierung des Wirtschaftsraums Bodensee im internationalen Standortwettbewerb. Es geht darum, die Bodenseeregion, welche primär als Ferien- und Freizeitregion wahrgenommen wird, als attraktiven und leistungsstarken Wirtschaftsstandort bekannt zu machen. Weiteres Ziel ist es, Investoren zu gewinnen, zur Verwirklichung neuer Projekte sowie von Unternehmensansiedlungen. Zu den Besonderheiten des Wirtschaftsraums Bodensee gehören die Internationalität und die breite, grenzüberschreitende Kooperation. Diese Besonderheiten sollen sowohl in der Gestaltung des Messeauftritts als auch mit Blick auf die beteiligten Partner zum Ausdruck gebracht werden. Daneben werden auch gewerbliche Flächen und Immobilien aus der Region präsentiert.

Das Projekt umfasst neben dem Aufbau eines gemeinsamen Messestandes, der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung des Messeauftritts auch die Herstellung von Informationsmaterial über die Region als einen attraktiven Wirtschaftsstandort sowie die Entwicklung eines regionalen Gewerbeimmobilienportals.

II.2 Gegenüberstellung geplanter und tatsächlich durchgeführter Aktivitäten

Stellen Sie einen Vergleich der nach Projektantrag vorgesehenen und letztendlich innerhalb des Projekts durchgeführten Maßnahmen auf. Gehen Sie insbesondere darauf ein, warum entgegen den Planungen einige Aktivitäten nicht oder eventuell andere zusätzlich durchgeführt wurden. Gab es Probleme bei der Durchführung? Wie haben sich diese auf den weiteren Verlauf ausgewirkt? Gelang die Abwicklung der einzelnen Projektphasen und Meilensteine den Planungen entsprechend oder gab es Abweichungen?

Der Gemeinschaftsmesseauftritt unter der Dachmarke **Bodenseeland – UNITEDINNOVATIONS** auf der Expo Real 2008 und 2009 wurde von der Bodensee Standort Marketing GmbH koordiniert und operativ umgesetzt. Ebenso fand die Erarbeitung des Investors Guide unter Federführung der Bodensee Standort Marketing GmbH statt. Für die Umsetzung des Gewerbeimmobilienportals Bodensee zeichnet die Wirtschaftsförderung Bodenseekreis GmbH verantwortlich.

Projektphase 01.01.2008 bis 30.09.2008

Messeplanung

Die Planung und Vorbereitung der Expo Real 2008 umfasste die Schwerpunkte Standdesign, Rahmenprogramm, Aktivitäten am Stand zur Ansprache der Besucher/innen, Informationsunterlagen, gemeinsamer Messeflyer (siehe Anlage A), Öffentlichkeitsarbeit inkl. Medienkonferenz, Organisation der Milchbar, Organisation des Messeaufenthalts und personelle Präsenz am Stand.

Als Eyecatcher wurden drei Modelle am Messestand ausgestellt: der *Hegau-Tower* aus Singen, der Bürokomplex *element* aus Vorarlberg sowie ein Luftbild des Flughafens und der Messe Friedrichshafen mit vermarktungsfähigen Flächen.

Investors Guide

Ausgangsüberlegung zur Erstellung des Investors Guides war, dass Standortsuchenden Informationen zur Verfügung gestellt und der grenzüberschreitende Standort Bodensee transparent dargestellt werden soll. Er soll Investoren, ansiedlungswilligen Unternehmen und Existenzgründern die Entscheidungsfindung erleichtern und ihnen überzeugende Argumente für eine Ansiedlung in der Bodenseeregion liefern.

Nach Prüfung mehrerer Angebote erhielt die Firma Labhard Medien GmbH den Auftrag für den Investors Guide. Labhard Medien wurde dabei von der Agentur si:ju Business Networks unterstützt. Die wesentlichen Meilensteine bei der Realisierung des Investors Guide waren die Erarbeitung des Designs, die Erarbeitung der Texte, die Recherche und Aufbereitung von Zahlen und Daten zum Standort, die Auswahl und Beschaffung des Bildmaterials sowie das Layout. Der Investors Guide für die Bodenseeregion mit dem Titel „Why not! The European Hot Spot“ wurde bis zur Expo Real 2008 fertiggestellt (siehe Anlage B).

Gewerbeimmobilienportal Bodensee

Die Grundidee des internetbasierten Gewerbeimmobilienportals Bodensee war es, dass Unternehmen und Investoren, die Gewerbeflächen mieten oder kaufen möchten, sich auf dieser Plattform kostenlos über Angebote rund um den Bodensee informieren können. Das Portal soll eine komfortable, grenzüberschreitende Suche, etwa nach Kriterien wie Objekttyp, Standort oder Fläche ermöglichen. Des Weiteren muss ein schneller Zugriff auf Informationen und Fotos zu den einzelnen Objekten und ihrem jeweiligen Umfeld gewährleistet sein. Um passende Dienstleister für die Realisierung des Portals zu finden, wurde eine öffentliche Ausschreibung gemacht.

Projektphase 01.10.2008 – 31.10.2008

Messeteilnahme Expo Real 2008

Der Gemeinschaftsstand 2008 betrug 83 m² und befand sich in Halle C2. Die Expo Real 2008 verlief sehr erfolgreich. Die Zusammenarbeit zwischen den Standpartnern war durch die Philosophie charakterisiert, der gemeinsamen Präsentation des Wirtschaftsstandortes Vorrang vor Einzelpräsentationen zu geben. Die „Milch- und Saftbar“ unter dem Motto „Fit for Business“ wurde von den Besuchern sehr gut angenommen und erwies sich als Alleinstellungsmerkmal, da an den anderen Ständen in der Regel alkoholische Getränke ausgeschenkt wurden. Ebenso fanden die moderierten Fachgespräche mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik Anklang. Die Modelle von Gewerbeimmobilien und –flächen am Messestand boten immer wieder Anlass, näher ins Gespräch zu kommen. Einzigartig war das Konzept des Gemeinschaftsstandes Bodensee-land, der sich nicht auf die räumliche Bündelung einer Reihe von regionalen Akteuren beschränkte, sondern die Region selbst in den Mittelpunkt der Präsentation rückte.



Projektphase 01.11.2008 – 31.12.2008

Nachbereitung und Fazit zur Expo Real 2008

Im November 2008 fand ein Nachbereitungstreffen zur Evaluierung des Messeauftritts 2008 statt. Alle Partner waren mit den geknüpften Kontakten und den Präsentationsmöglichkeiten sehr zufrieden. Die dokumentierten Messekontakte wurden von jedem Partner individuell nachbearbeitet.

Projektphase 01.01.2009 – 30.09.2009

Messeplanung

Die Planung und Vorbereitung der Expo Real 2009 umfasste die Bereiche Standdesign, Rahmenprogramm, Aktivitäten am Stand zur Ansprache der Besucher/innen, Informationsunterlagen, gemeinsamer Messerflyer (siehe Anlage C), gemeinsame V-Card (siehe Anlage D), Öffentlichkeitsarbeit inkl. Medienkonferenz, gemeinsames Messetraining, Organisation der Milchbar, Organisation des Messeaufenthalts und personelle Präsenz am Stand.

Zudem wurden wieder drei Modelle am Messestand ausgestellt. Zwei der Modelle dienten bereits auf der Expo Real 2008 als Exponat. Da sie noch nicht vollständig vermarktet waren, wurden sie erneut auf der Expo Real 2009 ausgestellt. Folgende Modelle dienten im Jahr 2009 als Eyecatcher: der *Hegau-Tower* aus Singen, die Holzbaukonstruktion *Life Cycle Tower* aus Vorarlberg sowie ein Luftbild des Flughafens und der Messe Friedrichshafen mit vermarktungsfähigen Flächen.

Gewerbeimmobilienportal Bodensee

Im Rahmen der öffentlichen Ausschreibung erhielt die Firma atBits GmbH & Co. KG den Auftrag für die Umsetzung des Portals. Der Startzeitpunkt der Entwicklung sowie der Start der Installation und des Regelbetriebes wurden im Rahmen eines Workshops definiert. Durch die breite Beteiligung der Partner an dem

Workshop konnte zudem eine genaue Definition der Anforderungen des Immobilienportals erarbeitet werden. Daraufhin folgte die Implementierung des Prototyps und die Testphase wurde eingeleitet. Aus der Testphase resultierten regelmäßige Statusmeetings, Feedbackrunden und dadurch die letzten Korrekturen. Mit der Pre-opening-Homepage des Immoportals Bodensee wurden alle Partner und Kommunen im Bodenseekreis geschult.

Projektphase 01.10.2009 – 31.10.2009

Messeteilnahme Expo Real 2009

Der Gemeinschaftsstand 2009 betrug 80 m² und befand sich wieder in Halle C2. Die Expo Real 2009 war ein großer Erfolg. Das bewährte Konzept des Messestandes, welches den Fokus auf die gemeinsame Präsentation der Bodenseeregion legt, wurde beibehalten und fand bei den Besuchern großen Anklang. Besondere Highlights waren die Eröffnung des Gewerbeimmobilienportals Bodensee durch Ministerpräsident Günther Oettinger sowie die tägliche Verlosung eines Zeppelinfluges.



Eröffnung Gewerbeimmobilienportal Bodensee

Der Messeauftritt auf der Expo Real 2009 wurde zum Anlass genommen, dass Gewerbeimmobilienportal feierlich zu eröffnen. Über ein LCD-Display fanden Live-Präsentationen statt.



Projektphase 01.11.2009 – 31.12.2009

Nachbereitung und Evaluation

Das Nachbereitungstreffen zur Expo Real 2009 fand im November 2009 statt. Die Standpartner waren mit der Messeteilnahme 2009 sehr zufrieden. Insbesondere das Standevent zur Eröffnung des Gewerbeimmobilienportals wurde als sehr aufmerksamkeitsstark empfunden. An die im Rahmen der Zeppelinflugverlosung gesammelten Kontakte wurde eine gemeinsame E-Mail mit Hinweisen zum Wirtschaftsstandort Bodensee und dem Gewerbeimmobilienportal Bodensee versandt. Die von den jeweiligen Partnern dokumentierten Messekontakte wurden jeweils individuell nachbearbeitet.

Bezüglich des Gewerbeimmobilienportals Bodensee wurde nochmals eine Feedbackrunde im Partnerkreis durchgeführt und darauf basierend ein erneutes back-up der Homepage im Dezember 2009 ausgeführt.

II.3 Finanzielle Projektumsetzung

Berichten Sie kurz über die finanzielle Abwicklung des Projekts. Wurde die Finanzplanung gemäß Anlage 1 zum Fördervertrag eingehalten? Begründen Sie eventuelle Abweichungen.

Die finanztechnische Abwicklung des Projektes erfolgte im Wesentlichen über den Projektkoordinator. Zur Finanzierung der Plattformkosten wurden den Projektpartnern von der Bodensee Standort Marketing GmbH Abschlagszahlungen in Rechnung gestellt.

Im ersten Abrechnungszeitraum 01.01.2008 – 31.07.2009 wurden EU- Ausgaben in Höhe von 245.131,69 € nachgewiesen. Im zweiten Abrechnungszeitraum 01.08.2009 – 31.12.2009 wurden EU-Ausgaben in Höhe

von 95.131,51 € nachgewiesen. Insgesamt belaufen sich die EU-Ausgaben des Projektes auf 340.263,20 €. Es ergibt sich eine Abweichung zur Finanzplanung gemäß Anlage 1 zum Fördervertrag. Dies begründet sich primär dadurch, dass bereits im ersten Abrechnungszeitraum Kosten für die Expo Real 2009 angefallen sind.

II.4 Darstellung der Ergebnisse

Legen Sie dar, welche Ziele und grenzüberschreitende Effekte tatsächlich erreicht werden konnten. Gehen Sie dabei insbesondere auf die von Ihnen im Antrag gemachten Angaben zum Innovationsgehalt und der erwarteten Impulswirkung des Projekts ein. Zeigen Sie eventuelle Auswirkungen auf Chancengleichheit und Belange der Umwelt innerhalb des Wirkungsbereichs des Projektes.

Das Feedback der Standpartner zu den Messeteilnahmen 2008 und 2009 ist eindeutig positiv. Mit den geknüpften Kontakten sind alle quantitativ wie qualitativ sehr zufrieden. Es konnten auch bereits interessierte Investoren als Besucher im Bodenseeland begrüßt werden.

Der Investors Guide bietet anhand von Zahlen und Fakten einen umfangreichen Einblick in die Angebote für Unternehmen und bringt die Vorzüge der Region zum Ausdruck.

Das Gewerbeimmobilienportal Bodensee bietet Kommunen, Kantonen und Wirtschaftsförderern aus der Bodenseeregion eine optimale Plattform, um ihre Angebote wirkungsvoll und nutzerfreundlich zu präsentieren. Durch grenzübergreifende Angebotstransparenz und Vermarktungschancen leistet es einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Standortentwicklung und internationalen Promotion der Bodenseeregion. Seit dem Startschuss auf der Expo Real 2009 sind messbare Erfolge bei der Immobilienvermittlung zu verzeichnen. Insbesondere die beachtliche Anzahl von 50 Objektvermittlungen (Stand 19.05.2010) unterstreicht eindrucksvoll den Erfolg des Internetportals.

II.5 Erfahrungen mit der grenzüberschreitenden Kooperationsstruktur

Beschreiben Sie bitte, in welchem Umfang die Zusammenarbeit im Projekt erfolgt ist (gemeinsame Ausarbeitung, Durchführung, Finanzierung, Personal etc.) und welche Erfahrungen Sie in der Kooperation mit den beteiligten Projektpartnern gemacht haben und ob auf Grund dieser Erfahrungen weitere Kooperationen, auch ohne öffentliche Förderung, angestrebt werden.

Die wichtigsten Meilensteine bei der Planung und Umsetzung der Aktivitäten im Rahmen des Projektes „Internationale Vermarktung Wirtschaftsraum Bodensee“ wurden mit allen Partnern in Plenum-Sitzungen und Workshops diskutiert und erarbeitet. Über weitere wichtige Arbeitsschritte wurde per E-Mail kommuniziert und abgestimmt. Die Finanzierung der Plattformkosten übernahmen die Projektpartner zu jeweils gleichen Teilen. Aufgrund der positiven Erfahrungen wird die Zusammenarbeit auch ohne Förderung fortgesetzt.

II.6 Geplante Folgeaktivitäten sowie weitere Schritte zur Nutzung und Verbreitung der Ergebnisse

Stellen Sie hier die Nachhaltigkeit der erreichten Ergebnisse dar. Wird das Projekt nach Ablauf der geförderten Laufzeit eigenständig fortgesetzt oder sind Nachfolgeprojekte vorgesehen? Wie sollen die im Rahmen des Projekts gewonnenen Erkenntnisse weiter verwendet und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden?

Die Projektpartner aus dem öffentlichen und privaten Sektor haben an einer regelmäßigen Vertretung der Bodenseeregion bei der Expo Real in München Interesse. Dementsprechend soll der Gemeinschaftsmesse-

auftritt auch nach Ablauf der Förderlaufzeit fortgeführt werden. Zum jetzigen Zeitpunkt steht bereits fest, dass der Messeauftritt im Folgejahr 2010 wieder zustande kommt.

Der Investors Guide wird im Rahmen der Ansiedlungswerbung und dem Standortmarketing der Bodenseeregion weiterhin auf Veranstaltungen und Messen verteilt. Eine 2. Auflage ist in Planung.

Mit dem Gewerbeimmobilienportal Bodensee ist es gelungen ein wertvolles Instrument für die Präsentation regionaler Gewerbeimmobilienangebote zu etablieren. Das Portal soll langfristig betrieben werden.

II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Gemäß § 16 Absatz 1 des Fördervertrages sind die vorgegebenen Bestimmungen über Informations- und Publizitätsmaßnahmen zu beachten. Siehe hierzu auch Leitfaden 1 Ziffer 2.20 sowie Leitfaden 2 Ziffer 2.6. Führen Sie im Bericht auf, welche Maßnahmen zu einer angemessenen Außendarstellung des Projekts und des Förderprogrammes unternommen wurden.

Folgende Maßnahmen wurden im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter Einhaltung der Publizitätsvorschriften durchgeführt:

Einladungsflyer 2008, Pressekonferenz 2008, Investors Guide, Einladungsflyer 2009, Visitenkarte des Gemeinschaftsmessestandes 2009, Artikel in der Zeitschrift „Business today“ 2009, Pressekonferenz 2009, Berichterstattung auf der Homepage

II.8 Projektbewertung

Als Abschluss des Berichts bitten wir um eine zusammenfassende Projektbewertung.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass es durch die Zusammenarbeit der Bodenseeanrainer im Rahmen des Projektes „Internationale Vermarktung Wirtschaftsraum Bodensee“ gelungen ist, die Region ins Blickfeld von Investoren zu rücken und das Bodenseeland im internationalen Standortwettbewerb herauszustellen. Der gemeinsame Messeauftritt auf der Expo Real, der Investors Guide sowie das Gewerbeimmobilienportal Bodensee sind gelungene Beispiele dafür, wie regionale Akteure Grenzen überwinden und gemeinsam mehr erreichen können.

Hiermit bestätige ich die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Bericht gemachten Angaben.

Ort, Datum _____

Unterschrift _____