

Wir fördern Europa.

# Schlussbericht

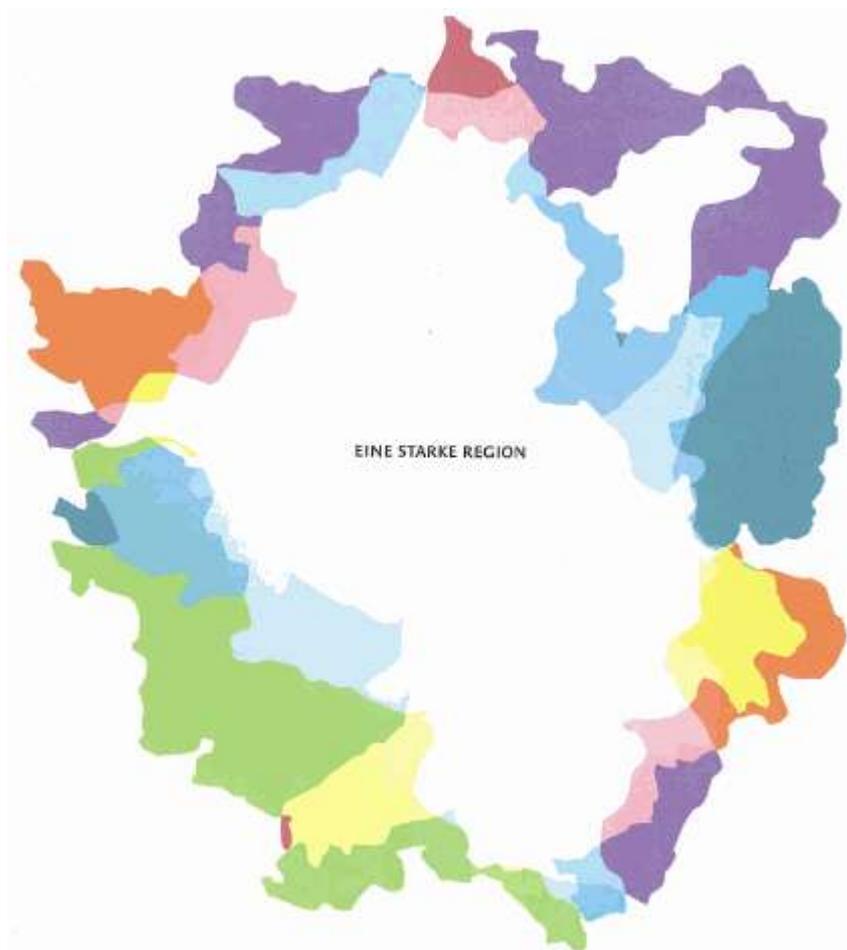
für das Projekt Nr. 151

„Themenwelt 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. 151  
Themenwelt Bodensee

### Projektkoordinator

Bodensee Standort Marketing GmbH  
Benediktinerplatz 1  
78467 Konstanz

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

Baden-Württemberg  
- Landkreis Bodenseekreis  
- Stadt Friedrichshafen  
- Wirtschaftsförderung Bodenseekreis GmbH  
- Landkreis Ravensburg  
- Stadt Ravensburg  
- Landkreis Sigmaringen  
- Regionalverband Bodensee-Oberschwaben  
- Landkreis Konstanz  
- Bodensee Standort Marketing GmbH  
Bayern  
- Landkreis Lindau  
Vorarlberg  
- Land Vorarlberg  
Schweiz  
- Kanton St. Gallen  
- Kanton Thurgau  
Fürstentum Liechtenstein

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

01.10.2008 – 30.04.2009

### Anlagenverzeichnis (für zusätzlich beigelegte Dokumente)

Themenweltbuch mit Handlungsempfehlungen  
Pressemitteilung

## 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.*

---

Ziel des Projektes „Themenwelt Bodensee“ war es, die inhaltlichen Grundlagen sowie die politisch-organisatorischen Voraussetzungen für ein seeumspannendes Standortmarketing und für eine integrierte Standortentwicklung in der Bodenseeregion zu schaffen. Damit wurde eine zentrale Intention des Leitbildes der Internationalen Bodenseekonferenz aufgegriffen. Dort heißt es: „Die IBK fördert die grenzüberschreitende Vernetzung und Mobilität (...). Langfristiges Ziel ist eine integrierte Wirtschaftsregion mit internationaler Ausstrahlung“. Dabei komme der „Positionierung und Vermarktung des Bodenseeraums als Wirtschaftsstandort“ entscheidende Bedeutung zu. Im Maßnahmenkatalog zum Bodenseeleitbild werden daher die Erarbeitung einer „Marken- und Vermarktungsstrategie des Wirtschaftsraums Bodensee“ sowie die „Koordination der Organisationen und Bündelung von Maßnahmen unter einem Markendach“ genannt.

Hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass das Projekt „Themenwelt Bodensee“, wie die Übersicht über die Projektpartner zeigt, von nahezu allen Bodenseeanrainern einschl. des Fürstentums Liechtenstein sowie der Landkreise Ravensburg und Sigmaringen, initiiert und getragen wurde. Lediglich der Kanton Schaffhausen, der Mitglied der „Greater Zurich Area“ ist, sowie die beiden Appenzell waren nicht beteiligt.

Vor diesem Hintergrund wurden für das Projekt zwei Schwerpunkte definiert:

- Zum einen sollte eine Handlungsstrategie zur nachhaltigen, zukunftsorientierten Entwicklung der Bodenseeregion mit den Elementen Positionierung, Standortmarketing und Standortentwicklung entwickelt werden. Es geht also darum, eine Vision zur zukunftsgerichteten Entwicklung der Region und zu ihrer Positionierung im internationalen Standortwettbewerb zu entwerfen sowie darauf abgestimmte Projekte und Aktivitäten für das Standortmarketing und die Standortentwicklung zu initiieren. Hierzu ist es erforderlich, nach außen die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft der Region sowie die attraktiven Standortfaktoren sichtbar zu machen und zu kommunizieren.
- Zum anderen gilt es aber auch, die regionale Identität zu stärken sowie auf die Bündelung der Ressourcen und die Vernetzung der Akteure als Voraussetzung für die Entwicklung eines international konkurrenzfähigen Wirtschaftsstandortes hinarbeiten. Dies kann nur gelingen, wenn die wichtigen Akteure aus Politik, Wirtschaft, Bildung & Wissenschaft, Kultur usw. aktiv in den Prozess einbezogen sind und wenn ein „Bild“ der Region erarbeitet wird, das „Einheit in Vielfalt“ herstellt, d.h. die Individualität der Teilräume mit ihren Besonderheiten wahrt, gleichzeitig aber die individuellen Stärken und Potentiale zu einem Ganzen verknüpft.

### 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 im Projektantrag dargestellte Arbeits- und Zeitplan konnte umgesetzt bzw. eingehalten werden. Er sah folgendermaßen aus:

Okt – Nov 2008	Analysen zur Erarbeitung der Regionalprofile
November 2008	Vorbereitung der regionalen Workshops
Dez 2008 – Feb 2009	Durchführung der regionalen Workshops (1. Runde) Aktualisierung und Ergänzung der Regionalprofile
März 2009	Zwischenpräsentation für die Projektpartner Regionale Feedback-Dialoge (2. Workshop-Runde) zur Evaluation der Regionalprofile Entwurf des Abschlussberichts (Themenwelt-Buch)
April 2009	Endredaktion des Themenwelt-Buchs Formulierung von Handlungsempfehlungen Abschlusspräsentation.

---

### 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 durch den Projektkoordinator. Zur Finanzierung der gemeinsamen Kosten wurden den Projektpartnern von der Bodensee Standort Marketing GmbH Rechnungen gestellt.

Von der Finanzplanung gemäß Anlage 1 des Fördervertrages sind keine signifikanten Abweichungen zu verzeichnen.

### 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.*

Empirisch-analytisch stützte sich das Projekt zum einen auf die schon erwähnte Vorstudie sowie auf die Auswertung einschlägiger Studien, Leitbilder, Positionsbestimmungen und anderer Dokumente durch die Fa. Arthesia. Zum anderen wurden Workshops mit regionalen Akteuren aus Wirtschaft, Politik, Verbänden, Wissenschaft, Bildung und Kultur in den von den Partnern repräsentierten Teilräumen durchgeführt. In einer ersten Workshop-Runde wurden, moderiert von der Fa. Arthesia, Profile der Teilregionen mit Stärken und Schwächen, Potentialen und Zukunftsperspektiven aus der „Innensicht“ erarbeitet. Diese Ergebnisse wurden

mit der „Außensicht externer Analysen gespiegelt, in einer zweiten Workshop-Runde erörtert und von Fa. Arthesia anschließend systematisch aufbereitet.

Eine ausführliche Darstellung der Projektergebnisse findet sich im beigefügten „Themenwelt-Buch“. Deshalb sollen an dieser Stelle nur die wichtigsten Punkte herausgestellt werden (Seitenangaben in Klammern beziehen sich auf das Buch):

- Gemeinsames Standortmarketing in der Bodenseeregion ist nicht nur möglich und sinnvoll, sondern notwendig, wenn sich die Region im internationalen Standortwettbewerb behaupten und zukunftsfähig bleiben will.
- Die Region präsentiert und „verkauft“ sich unter Wert, sie macht sich kleiner, als sie ist. Bei Wirtschaftskraft, Innovationen, Patentdichte, Arbeitslosigkeit und Lebensqualität stehen die Teilräume fast immer besser als die jeweiligen Mutterländer. Das Potential und die Synergien werden allerdings nur unzulänglich ausgeschöpft, da die Region sich zu wenig als Einheit begreift (S.6f).
- Eine nachhaltige Positionierung der Region gelingt nur, wenn sich die Seeanrainer unter einem gemeinsamen Dach und mit einer inhaltlich-strategischen Idee zusammenfinden.
- Bei aller Individualität der Teilräume hat die Region zum einen eine große „Schnittmenge“ an Gemeinsamkeiten, zum anderen ergänzen sich die Teilregionen mit ihren unterschiedlichen Ausprägungen und Rollen (s. 10ff).
- Stichwortartig zusammengefasst zeichnet sich die Bodenseeregion aus als Region der nachhaltigen Macher, als Region der schnellen Entschleunigung und als Region der Avantgarde-Perlen (s. 15ff).

Die Bodenseeregion hat, so die Quintessenz des Projektes, gute Zukunftschancen, da sie über hohe technologische Kompetenz und Innovationsfähigkeit, gleichzeitig aber auch über hohe Lebensqualität und eine weitgehend intakte Umwelt verfügt. Darüber hinaus ist sie ein exzellenter Standort von Bildung und Wissenschaft und ein traditioneller europäischer Kulturraum.

Gleichwohl gibt es Handlungsbedarf, denn das in der Region vorhandene Potential muss besser ausgeschöpft werden. Nach innen braucht es die Stärkung der grenzüberschreitenden Vernetzung und der Entwicklung des Regionalbewusstseins, nach außen geht es um die Schärfung des regionalen Profils, um die Positionierung im Standortwettbewerb und um die schlagkräftige Kommunikation. Es geht also sowohl um Standortentwicklung als auch um Standortmarketing.

Ergänzend zum „Themenweltbuch“ wurde von Fa. Arthesia daher ein Katalog von Handlungsempfehlungen und Projektvorschlägen entwickelt, mit den Projektpartnern erörtert und anschließend überarbeitet. Die Endversion ist als Anlage dem Themenweltbuch beigefügt.

---

## 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.*

Das gesamte Projekt „Themenwelt“ war ein kooperativer, grenzüberschreitender Prozess. Bereits die erste Projektphase, die im Vorlauf zum Interreg-Projekt von den Partnern mit der Fa. Arthesia initiiert worden war, war Ergebnis einer gemeinsamen Diskussion. Auf dieser Basis wurde das Hauptprojekt konzipiert. Die praktische Projektarbeit sowohl von Fa. Arthesia als auch von den Projektpartnern entsprach, wie oben bereits

dargestellt, den im Projektantrag formulierten Schritten. Dies gilt in vollem Umfang auch für die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Im Einzelnen sind zu nennen:

- Auftaktsitzung der Projektpartner zur Abstimmung des Arbeits- und Zeitplans im Detail
- Projektsitzungen mit Fa. Arthesia zur Verfolgung und Reflexion des Projektverlaufs und zur Diskussion der Zwischenergebnisse
- Abgestimmte Vorbereitung der regionalen Workshops und der Feed back-Dialoge
- Projektsitzung zur Erörterung und Modifikation der von Fa. Arthesia erarbeiteten Handlungsempfehlungen
- Abschlusssitzung mit der Vereinbarung der nächsten Schritte zur Vorbereitung der Umsetzungsphase.

---

## 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?*

---

Anknüpfend an den Handlungskatalog haben die Projektpartner nach Abschluss des Interreg-Projektes in mehreren Strategiesitzungen Folgeschritte zur Entwicklung eines mehrjährigen Arbeitsprogramms und zur Vorbereitung der konkreten Umsetzung vereinbart. Der aktuelle Status stellt sich wie folgt dar:

Unabdinglich und mit Unterstützung der Wirtschaftsministerien soll im November und Dezember 2009 die seeumfassende politische Unterstützung der geplanten Maßnahmen herbei geführt werden. Die Umsetzung soll unter dem Arbeitstitel „Internationaler Wirtschaftsraum Bodensee“ erfolgen.

Im Zuge einer längerfristig und nachhaltig angelegten Durchführung von Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen beläuft sich der Planungshorizont auf fünf Jahre, von 2010 bis Ende 2014. Die gemeinsame Vorplanung geeigneter Maßnahmen und Aufgaben hat in den letzten Wochen stattgefunden.

Erste Maßnahme in 2010 soll die Festlegung eines gemeinsamen Erscheinungsbildes durch die Erarbeitung entsprechender Kommunikationselemente sein. Direkt anschließen wird sich der Aufbau eines gemeinsamen Internetportals und die Umsetzung von PR-Aktivitäten. Für das zweite Umsetzungsjahr 2011 sind bereits weitere Maßnahmen geplant. Dazu gehören wird die zentrale Bereitstellung von Vermarktungsinstrumenten und Arbeitsmitteln für alle Projektpartner. Das jährliche Gesamtbudget zur Durchführung der geplanten Maßnahmen ist mit 100.000 €/Jahr fixiert. Nach Beauftragung durch die Partner betreiben die BSM GmbH, Konstanz, und die Wirtschaftsförderung Bodenseekreis GmbH (WFB GmbH), Friedrichshafen, die Projektkoordination der Umsetzungsphase gemeinsam.

In enger Zusammenarbeit mit den Projektpartnern werden die Maßnahmen entwickelt, entschieden und umgesetzt. Eingebunden sein müssen dabei alle relevanten Institutionen, Wirtschaftsförderungseinrichtungen und Kompetenzträger, die für diesen zukunftsweisenden Entwicklungsschritt der Region von Bedeutung sind und sich in der Verantwortung sehen.

Die BSM GmbH ist bereits als Dienstleisterin und Servicestelle für zentrale, gesamtregionale Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der Region etabliert. Zusammen mit der WFB GmbH sollen in diesem Kontext die Umsetzungsprozesse koordiniert und gesteuert werden.

Die regionalen operativen Einheiten der Wirtschaftsförderungen bleiben weiterhin für die eigenständige Entwicklung und Projektsteuerung der Standortentwicklungsprojekte zuständig und werden nicht beeinträch-

tigt. Sie bedienen sich im Bereich des projekt- und teilregionalen Marketings und in der Kommunikation der zentralen Service- und Arbeitsmittelangebote, die zukünftig von den beiden Projektkoordinationsstellen bereitgestellt werden.

Maßnahmen für das erste Projektjahr 2010:

- Erarbeitung neuer Kommunikationselemente: Layout, Marke, Slogans, Farb- und Schriftcodes, Dokumentation
- Aufbau des Internetportals
- Internationale Startveranstaltung (offizielle Vorstellung der neuen Plattform etc.)
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit gesamt inkl. Website, e-newsletter, Magazine, Anzeigen etc.
- Zentrale Bereitstellung Arbeitsmittel und Verkaufsinstrumente: Präsentationen, Fakten, Artikel, Bilder etc.
- Aufbau eines Reportings

Weitere Vorgehensweise und Fazit

Mit der Präsentation und erbetenen Unterstützung des Projektes auf Ebene der IBK-Wirtschaftsminister am 06. November 2010 sowie mittels der im Dezember anzustrebenden Unterstützung der Regierungschefs soll der Startschuss zur Umsetzung gegeben werden. Der Ständige Ausschuss wird vorab in seiner Sitzung am 5. November 2009 informiert. Die Vertreter der beteiligten Wirtschaftsförderungseinrichtungen können dann das Projekt weiter bearbeiten und umsetzen. Ebenso muss parallel die Einbindung des Projektes in die Haushalte der Projektpartner erfolgen.

Nicht nur das Leitbild der IBK zeigt auf, dass der politische Wille noch nie so ausgeprägt war, die gemeinsamen notwendigen Schritte zu gehen, um die internationale Wirtschaftsregion Bodensee, diesen „Hotspot“ Europas, dauerhaft zu etablieren und weiter zu entwickeln.

---

## II.7 Bericht über Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

*Gemäß § 16 Absatz 1 des Fördervertrages sind die vorgegebenen Bestimmungen über Informations- und Publicitätsmaßnahmen 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.*

Im Projekt „Themenwelt Bodensee“ ging es ganz wesentlich um einen politischen Prozess der Sondierung und der Suche nach gemeinsamen Handlungsoptionen. Inhaltlich stand zwar die Frage nach dem Profil der Bodenseeregion (primär als Wirtschaftsstandort) und nach ihren Entwicklungschancen im Mittelpunkt. Mindestens genauso gewichtig war und ist aber die Frage nach der Verständigung der Akteure auf eine gemeinsame grenzüberschreitende Zukunftsvision für die Region und auf gemeinsames Handeln. Es geht dabei um die Frage, wie es gelingt, individuelle (nationale) Interessen mit grenzüberschreitend-regionalen Zielen und Handlungsoptionen in Einklang zu bringen, also im Kern um die Frage nach dem Umfang und nach den Grenzen gemeinsamer Regionalentwicklung. Am Anfang des Projektes stand die Bereitschaft der Partner,

sich auf diesen Sondierungsprozess „einzulassen“, ihn aber als ergebnisoffen zu betrachten. Aus diesem Grund verständigten sich die Projektpartner darauf, während der Projektlaufzeit auf offensive Öffentlichkeitsarbeit über die Medien zu verzichten.

Auf der Ebene der relevanten Akteure und gesellschaftlichen Gruppen wurde das Projekt dagegen offen kommuniziert (z.B. IBK, Bodenseerat, Kammern und Verbände, Hochschulen, Tourismus, Kultur, regionale politische Gremien). Dies Akteure und Gruppen waren über die Erhebungen und insbesondere die Workshops aktiv in den Prozess einbezogen.

Am Ende des Projektes und nach der grundsätzlichen Verständigung über die Weiterführung der „Themenwelt Bodensee“ wurden die Medien mit einer gemeinsamen Pressemitteilung informiert

---

## II.8 Projektbewertung

*Als Abschluss des Berichts bitten wir um eine zusammenfassende Projektbewertung.*

---

Die Region Bodensee wurde in Recherchen und aufgrund zahlreicher Interviews analysiert und darauf basierend die Themenwelt Bodensee entwickelt. Sie ist ein narrativer Ansatz, ein gemeinsames Dach, das die gemeinsamen Stärken der Region erfasst. Desweiteren wurde diese Themenwelt in neun regionalen Workshops überprüft und den örtlichen Verhältnissen angepasst. Weiter wurden die Lücken in der Darstellung des Bodensees evaluiert und Handlungsempfehlungen vorgeschlagen. Ziel war es, das die Anrainerregionen ihren Alleingang aufgeben und vermehrt zusammen arbeiten. Als Tatbeweis für den Erfolg des Projektes spricht die Bereitschaft der Bodensee-Region, im Bereich des Standortmarketings und der Standortentwicklung vermehrt zu kooperieren. Der erste Schritt zur Zusammenarbeit ist durch die gemeinsamen Workshops im Rahmen des Projektes Themenwelt Bodensee bereits getan. Der Grundstein für eine gemeinsame und erfolgreiche Marketing- und Kommunikationsoffensive, um dem Wirtschaftsstandort Bodensee zu einem höheren Bekanntheitsgrad zu verhelfen, ist hiermit gelegt.

---

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

Ort, Datum \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_