

# Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH

## **Aktueller Überblick: Leistungen der Wirtschaftsförderungsgesellschaft und aktuelle Projekte**

**Arbeitssitzung Kreisheimatpfleger | 04.04.2017 | Brakel**

**Michael Stolte, Geschäftsführer**

**(Stand: 4/2016)**

**Wichtiger Hinweis:** Es handelt sich hierbei um eine Präsentationsunterlage, die ohne mündliche Erläuterungen unvollständig ist.



# GfW Höxter

**Wirtschafts-  
förderung  
und  
Kreis-  
entwicklung**

**Regional-  
und  
Standort-  
marketing**

**Tourismus-  
marketing**

**Bildung &  
Qualifizier-  
ung**

**Projekte  
(EU, Bund,  
Land NRW)**

**Regio.NRW  
Erlebnis.NRW  
LEADER  
Land(auf)Schwung**

**Projektmanagement / -beratung (Städte, Kreis, Organisationen)**

**Netzwerkarbeit (Region OWL, NRW, Bund)**

**Fördermittelmanagement (intern für eigene Projekte)**

**Organisation und Verwaltung (Gesamtadministration GfW)**



# WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG: GRÜNDUNGS- UND FESTIGUNGSBERATUNG

## Kontaktstellen/Zugänge zu Förderprogrammen:

- Beratungsprogramm Wirtschaft (NRW)
- Förderung unternehmerischen Know-hows (Bund)
  - Junge Unternehmen
  - Unternehmen in Schwierigkeiten
- Bildungsscheckberatung (NRW) - (individuell und betrieblich)
- unternehmensWert: Mensch (Bund)
- Bildungsprämie (Bund)
- Potentialberatung (NRW)



# WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG: KREISENTWICKLUNG

## Weitere Umsetzung LEADER:

- Regionalmanagement initiiert und berät Projektinteressenten und stellt sicher, dass Ideen und Ansätze ggf. in ein Förderverfahren münden.
- Umsetzungsziel: Lokale Aktionsgruppe berät nach vier zentralen Terminen zu Antragstellung über Projekte.
- Budgetziel: Steigerung der Mittelbindungsquote durch Projekte.
- Alle Projektanfrage **direkt** an das Regionalmanagement. Die GfW ist hierfür nicht mehr zuständig!



# WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG: KREISENTWICKLUNG



Gefördert durch:



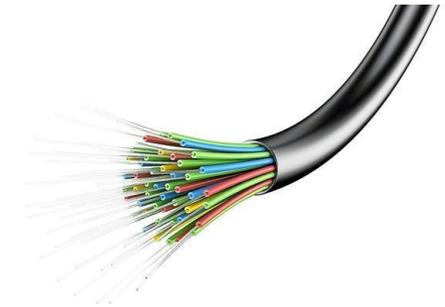
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## Prozesssteuerung des Modellvorhabens:

- Weitere Übernahme der Aufgabe als Regionalentwicklungsagentur. Generierung von mind. drei bis vier weiteren Modellprojekten und Bindung der Jahreszuweisung 2017 i. H. von 500.000 Euro. Bindung der auf das Jahr 2017 übertragenen Mittel i. H. v. rd. 200.000 Euro.
- Mind. zwei Sitzungstermine der Regionalen Partnerschaft.
- Verstetigung der kreisweiten Ansprache von potenziellen Projektträgern zur Gewinnung neuer Projektideen.
- Evaluation und Controlling des Modellvorhabens.



# WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG: KREISENTWICKLUNG



## Breitbandausbau/Kreisweite NGA-Strategie:

- Durchführung der Förder- und Ausschreibungsverfahren für die beiden „Projektbausteine“ Gewerbegebiete und Dörfer.
- Einarbeitung des neuen Breitbandbeauftragten.
- Ansprechpartner für den Bund und das Land NRW, gemeinsam mit dem Breitbandbeauftragten.
- Vorbereitung von Kommunikationsmaßnahmen nach Durchführung der Ausschreibungen zur Sensibilisierung von Bevölkerung und Unternehmen.
- Zurzeit keine weiteren Auskünfte, da das Vergabeverfahren läuft!

# WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG: KREISENTWICKLUNG

## Umsetzung Regio.NRW/SmartCountrySide:

- Projektstrukturen etabliert (Lippe/Höxter)
- Stellenbesetzung erfolgt, Projektteam steht
- Ergebnisse der VA sind Grundlage für Umsetzungskonzept
- Abstimmung inhaltlicher Arbeitsschwerpunkte
- Vernetzung mit den 9 OWL 4.0-Projekten ist erfolgt
- Aufbau Beirat und Vernetzungsebenen (Verkehr, Kommune, Versorger, Kommunalpolitik, Vereine, Verbände, etc.) läuft
- Festlegung von Schwerpunkttorten und -modellen in den Kreisen.



# TOURISMUSMARKETING: Arbeitsschwerpunkte

## Informationsbroschüren:

- Laufende inhaltliche Anpassung
- Ausrichtung auf das neue CD

## Messen/Veranstaltungen:

- Touristik-Messen im Inland & den Niederlanden
- LandesGartenSchau Bad Lippspringe
- Saisonöffnung Bikerregion Kulturland Kreis Höxter

## Pressearbeit/Anzeigen:

- Pressearbeit lokal und überregional (ereignisorientiert, z.T. mit Presseagentur)
- Anzeigen in Tageszeitungen und Fachmedien

## Internet/Social media:

- Fortlaufende Aktualisierung, Weiterentwicklung und Ausbau der Internetseiten und der Gastgeberdatenbank
- Facebook-Marketing



# TOURISMUSMARKETING: EFRE-Projekt Kloster-Garten-Route



EFRE.NRW  
Investitionen in Wachstum  
und Beschäftigung



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung



## Ziele und Maßnahmen

- Aufbau eines Netzwerkes
- Erstellung eines Routenvorschlages
- Erstellung eines Wegweisungskonzeptes anhand des Routenvorschlages
- Umsetzung des Konzeptes zur Optimierung der Klostergärten im Rahmen von Workshops mit Gästen
- Entwicklung neuer Angebote (Kloster-Gesundheits-Radeln)
- Anschaffung von repräsentativen Infotafeln und Prospektfächern
- Erstellung von Bild- und Filmmaterial zur Kloster-Garten-Route sowie Inszenierung mit Hilfe der Technologie des Infozentrums
- Präsenz der Kloster-Garten-Route im Internet, in den sozialen Medien sowie Printmedien



# TOURISMUSMARKETING: KLOSTERREGION / KLOSTERLANDSCHAFT

## Thematischer Schwerpunkt:

- Musik und Gregorianik sowie Kooperationsmodul mit dem Erzbistum Paderborn und der Kath. Kirchengemeinde Corvey zur „Bespielung“ des Karolingischen Westwerks.
- Gemeinsamer Angebotskatalog (Programmheft)

## Finanzrahmen:

- Einsatz des neuen Themenbudgets
- Akquise von Fördermitteln aus der Regionalen Kulturpolitik
- Einbindung weiterer Kofinanzierer (LWL) und Sponsoren



# TOURISMUSPROJEKT: „Zukunftsfit Wandern“ - EFRE



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung



EFRE.NRW  
Investitionen in Wachstum  
und Beschäftigung

## Zielsetzung:

- Teutoburger Wald mit dem Kreis Höxter soll eine Vorzeigedestination für Wanderer werden
- Qualitätssteigerung der Wanderinfrastruktur (Beschilderung, Möblierung)
- Beherbergungsbetriebe mit Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland zertifiziert
- Aufbau eines Kompetenznetzwerks Wandern

## Projektstruktur:

- Gefördert durch EFRE
- Projektleitung liegt beim Teutoburger Wald Tourismus (OWL GmbH)
- Kreis Höxter (Stadt Nieheim), Kreis Gütersloh, Kreis Lippe, Kreis Minden-Lübbecke, Stadt Bielefeld
- Laufzeit: September 2016 – August 2019



# REGIONALMARKE Kulturland: ARBEITSSCHWERPUNKTE



- Pflege und Erweiterung der Webseite kulturland-regional.de
- Neuen Markenauftritt umsetzen (Erzeuger, Produkte, Rewe, Aktionen)
- Genusswoche Kulturland
- Rezeptsammlung Kulturland
- Neue Themenpublikationen auflegen „KulturlandSpezial“
- Einführung von drei Genussrouten als touristisches Produkt (Leader)
- Durchführung Projekt Regionalität und Tourismus (Leader)
- Gewinnung neuer Betriebe

# REGIONALMARKE Kulturland: STRATEGISCHE AUSRICHTUNG



KulturlandGenuss



KulturlandWerk



KulturlandReise

- Profilierung als Genussregion
- Verbesserung der Netzwerkstrukturen
- Verbesserung von Produktmarketing der Hersteller
- Innovationskraft fördern
- Stärkung von regionaler Identifikation/Schlagwort Heimat



# STANDORTMARKETING: STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

KREIS HÖXTER  
Die Region plus 

- 2017: Schwerpunkt „Mehr Raum zum Leben“
- Neue Webseite
- Verstärkte Instrumentalisierung der Botschafter
- Netzwerk und Arbeitsgruppen mit der Wirtschaft
- Ausbau und Belebung der Kommunikationslinien